

EL PERFIL DEL CONSUMIDOR EN EL SECTOR ASEGURADOR ESPAÑOL

Irene Albarrán Lozano¹, Dpto. de Estadística e Investigación Operativa II (Métodos de decisión)

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid

Carmen de Pablos Heredero², Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Rey Juan Carlos

RESUMEN

En el presente trabajo hemos tratado de identificar factores que influyen en el comportamiento de los individuos ante la demanda de seguros en el mercado español. Teniendo en cuenta factores de tipo económico, sociológico, demográfico y psicológicos definimos un perfil del tipo de consumidor español de seguros. Hemos utilizado como técnica estadística el análisis cluster y como resultado hemos obtenido siete grupos diferentes de consumidores.

Palabras clave: comportamiento del consumidor, análisis cluster, demanda de seguros.

ABSTRACT

In this study we try to make an approach to identify main factors that influence in the behaviour of insurance product consumers. By analysing economical, sociological, demographic and psychological factors we define a profile of a typical Spanish insurance consumer. By using a cluster analysis we detect seven different groups of consumers in the Spanish Market.

Key words: consumer behaviour, cluster analysis, insurance demand.

MSC: 62P05

1. INTRODUCCION Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

En este trabajo ofrecemos un análisis empírico sobre el mercado de los seguros privados en España desde la óptica de la demanda. El objetivo perseguido es conocer el comportamiento de los hogares españoles frente a decisiones tales como la suscripción o no de una determinada póliza, el gasto efectuado en la misma, número de distintas pólizas contratadas, etc., identificando segmentos o grupos semejantes. Los escasos estudios sectoriales que existen actualmente tienen un enfoque meramente descriptivo de los agentes que intervienen, del proceso productivo y de las magnitudes asociadas. Se intenta aportar información desde otro ángulo para cubrir una laguna en el sector económico al que pertenece el seguro, en el que se ha dado mayor énfasis relativo, sin duda, al estudio (desde numerosos puntos de vista) de otros intermediarios financieros, como pueden ser Bancos y Cajas de Ahorro, fundamentalmente.

2. METODOLOGIA

Para llevar a cabo la investigación empírica se utiliza la información procedente de la Encuesta Básica de Presupuestos Familiares del año 90 (EBPF-90) realizada en España por el INE. Esta fuente de datos contiene información sobre el gasto en los hogares y las características sociodemográficas y económicas de los mismos. La utilización de este tipo de datos condiciona la metodología a utilizar: datos de corte transversal.

3. ACTIVIDAD ASEGURADORA

La actividad aseguradora forma parte de la **actividad económica y mercantil** de los países. Posee características específicas y complejas relacionadas con la prestación de servicios surgidos de la existencia de riesgos económicos que afectan a los individuos, las empresas y la sociedad en general.

El seguro constituye la forma más perfecta y técnicamente eficaz para la cobertura de riesgos -transformando los individuales en colectivos- y transfiriéndolos a una organización -el asegurador- estructurada con la técnica y operativa adecuadas para garantizar su compensación, en caso de ocurrir el evento (Eurostat, 1988).

¹E-mail: ialozano@ccee.ucm.es

²E-mail: cpablos@poseidon.fcjs.urjc.es

4. EMPRESA DE SEGUROS

Una Entidad Aseguradora es una sociedad dedicada a la práctica del seguro de forma exclusiva, sometida fuertemente a la normativa legal, y con una actividad propia de servicios que tiene invertido su proceso productivo (primero se cobra para posteriormente ofrecer el servicio en el caso que acontezca el riesgo).

5. CONCEPTO DE DEMANDA Y RELACION ENTRE SEGUROS Y AHORRO

La definición de demanda parte del concepto de mercado potencial como máximo referente o límite superior de la misma que reacciona o se manifiesta en función de un conjunto de determinantes.

5.1. Consumidor de Seguros

La condición fundamental para perfilar el concepto de consumidor es la de ser “destinatario final” de un producto, actividad o servicio. a su vez, la directiva 93/13/cee, corroborando esta idea y matizándola más, considera consumidor a “toda persona física que actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”.

El consumidor de seguros es quien contrata los servicios de cobertura de riesgos y, eventualmente, las prestaciones indemnizatorias que proporcionan las empresas aseguradoras. Pueden ser, tanto el tomador del seguro (suscriptor de la póliza) como el asegurado, e incluso, se puede extender al tercer beneficiario (caso frecuente en los seguros personales) o al tercer perjudicado (persona no participante en el contrato, a la cual se le causa un daño, cuyo riesgo es objeto de cobertura de un seguro de responsabilidad civil y, por tanto, tiene derecho a que se resarzan las consecuencias de dicho daño).

5.2. Comportamiento del consumidor

Se entiende por **comportamiento de compra del consumidor** aquel por el que (mediante un proceso racional o irracional) selecciona, compra, usa y dispone de productos o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos.

En este trabajo se analiza, únicamente, el comportamiento individual como consumidor final. Los factores que influyen en la demanda de los seguros privados y de los aspectos determinantes en los hábitos de compra y modificación del comportamiento de los consumidores de seguros, se han agrupado atendiendo a su naturaleza:

- 1) **Demográficos:** tamaño de la población, tasas de natalidad y mortalidad, estructura de la edad, formación de las familias, etc.
- 2) **Económicos:** renta y riqueza nacional, crecimiento/recesión, inflación, desempleo, política monetaria, política fiscal, etc.
- 3) **Socioculturales:** características personales, cambios en los valores, expectativas, estilos de vida, incorporación de la mujer al trabajo, etc.
- 4) **Políticos:** cambios políticos, entrada de España en la CE e internacionalización de la economía.
- 5) **Legales:** regulación-desregulación, jurisprudencia, etc.
- 6) **Tecnológicos:** innovaciones y difusión de las mismas, patentes, investigación y desarrollo, canales de distribución, etc.

Adicionalmente, en el caso de la demanda de seguros, entre otros, hay que considerar los riesgos de los consumidores y el conocimiento de los mismos, expectativas de vida, fiscalidad, evolución de los tipos de interés, sistemas públicos de pensiones y de sanidad, activos financieros de ahorro y su rentabilidad. En el mercado de seguros no existen, normalmente, sustitutos para una modalidad determinada, excepto en el seguro de vida al existir otras fórmulas alternativas de ahorro o los seguros de crédito y caución, los avales bancarios, etc.

6. ANALISIS EMPIRICO

Se realiza un análisis estadístico del comportamiento real de los individuos ante los seguros.

Dados los objetivos planteados inicialmente en esta investigación, se pretende averiguar el perfil tipo (características que resuman comportamientos más o menos homogéneos) de los compradores de un determinado tipo y de los no “demandantes” (no suscriptores) de seguros.

Se justifica la utilización de los datos recogidos por el INE en la Encuesta Básica de Presupuestos Familiares (EBPF) del año 1990 mencionando las limitaciones (falta de información y la posibilidad de error) a la que se enfrenta todo el análisis de estas características. Asimismo se describen todas las variables incluidas en los distintos análisis: nombre, etiquetas y codificación de las mismas.

Se desarrollan los siguientes análisis estadísticos:

Los paquetes estadístico-econométricos utilizados para el análisis han sido: SPSS (versión 7.5), MATLAB (versión 5.0) y LIMDEP (versión 7.0).

6.1. Datos y variables

Dado que el objetivo de esta investigación es el análisis de la demanda de los seguros privados en España, y ante la imposibilidad real de obtener información sobre el gasto en seguros, la EBPF ha sido la fuente estadística de la que se han extraído los datos utilizados en el análisis empírico.

6.1.1. Encuesta Básica de Presupuestos Familiares

La EBPF es la única encuesta pública a escala nacional que dispone de información sobre el gasto en seguros de forma desagregada en dos aspectos: a) respecto al asegurado (real o potencial), siendo la unidad básica de cómputo el hogar, y b) respecto al grado de agrupación por ramos y modalidades, aunque, en este aspecto, la clasificación y diferenciación de los mismos no sea muy rigurosa. Este grado de desagregación es uno de los factores que permite que pueda utilizarse dicha información en investigaciones microeconómicas.

Además, no existe, en todo el entorno comunitario, ninguna otra encuesta dirigida a los hogares que cubra un campo de observación tan amplio y permita cruzar información sobre múltiples variables relacionadas con los individuos investigados.

Esta encuesta no sólo permite realizar análisis a escala nacional y regional, sino también descender al estudio de los diferentes grupos de individuos y familias en función de distintos criterios socioeconómicos de clasificación: profesión, sexo, nivel de estudios, edad, tipo de hogar, etc.

Esta encuesta proporciona información detallada sobre gastos e ingresos, equipamiento de viviendas, miembros del hogar y sus características geográficas, económicas y sociales. El trabajo de campo de la EBPF se realizó durante el período de tiempo que se extiende desde abril de 1990 a marzo de 1991 en todo el territorio español incluidas Ceuta y Melilla. Para la obtención de los datos la técnica aplicada ha sido el muestreo con estratificación.

Los resultados están estructurados en cinco bloques referidos a diferentes áreas temáticas: datos del hogar, gastos del hogar, miembros del hogar, bienes de equipamiento y vivienda secundaria.

6.1.2. Presentación de Variables

A continuación se definen las variables que se utilizan en los diferentes análisis y modelos propuestos, enumerando -en primer lugar- las utilizadas como independientes o explicativas y -posteriormente- todas las variables dependientes.

Variables explicativas

Conjunto de variables independientes que resumen las características socio-demográficas del hogar y los factores económicos y culturales en función de los cuales se modeliza el comportamiento de los clientes de seguros.

Todas las variables que han intervenido en alguno de los modelos estudiados se presentan agrupadas en tres bloques: características propias del sustentador principal, características económicas del hogar y características socio-demográficas del mismo. Dentro de cada bloque se hacen las siguientes consideraciones:

1. Características propias del sustentador principal.

Se denomina **sustentador principal** (SP) al miembro del hogar cuya aportación periódica al presupuesto común se destina a atender los gastos del hogar en mayor grado que las aportaciones de cada uno de los restantes miembros.

La actividad profesional del SP (**ACTIVIDA**) aparece definida por las siguientes situaciones: ocupados, parados, pensionistas y otros inactivos. La categoría socio-profesional (**CATPROFE**) del SP se agrupa en: trabajadores de la industria y los servicios, trabajadores no manuales de la industria y los servicios, autónomos de la industria y los servicios, agricultores, jubilados y otros.

La condición socioeconómica (**CONDSOEC**) del SP aparece agrupada en 17 categorías: 1, 2 y 4 empresarios y directivos agrarios; 3 y 5 agrarios; 6, 7 y 8 independientes no agrarios; 10, 11 y 12 administradores por cuenta ajena; 13, 14 y 18 fuerzas armadas; 9, 15 y 16 cualificados no agrarios; 17 operarios no agrarios y 19 sin calificar.

La edad (**EDAD**) se ha introducido codificada en cinco tramos homogéneos en distribución: hasta 18 años, de 18 a 30, de 31 a 45, de 46 a 66 y más de 66 años. También se incluye cada tramo como variable DUMMY correspondiente a los grupos de edad establecidos según lo requiera el modelo.

El nivel de estudios (**NIVESTUD**) del SP aparece como variable categórica con cinco alternativas: analfabeto o sin estudios, estudios primarios (EGB, FP-1), secundarios (BUP, COU y FP-2), diplomado universitario y estudios superiores (o equivalentes en los dos últimos casos).

El sexo (**SEXO**) del SP es una variable dicotómica que toma valor 1 si es varón y 0 si es mujer.

La variable **TRABASP** recoge información sobre si el SP trabaja o no en la misma provincia donde reside.

2. Características económicas del hogar.

Dentro de las variables que genéricamente podemos calificar como características “económicas” del hogar pueden diferenciarse tres grupos:

- a) Posesión o no de, al menos, un automóvil (**COCHEDIC**) y el número (**COCHE**), tener contratada o no cobertura sanitaria privada (**COBERSAN**), el régimen de tenencia de la vivienda (**REGVIVIE**) ya sea en propiedad, cesión o alquiler, los metros cuadrados de la misma: superficie total (**SUPERVIV**) y útil (**SUPUTIL**), número de hogar dentro de la vivienda (**NUMOGAR**) y el número de orden de la vivienda: principal o secundaria (**NUMORDVI**).
- b) Número de perceptores de ingresos por alquiler: (**NUMALQUIN**), dividendos e intereses netos (**NUMDIVID**), becas (**NUMINBEC**), ingresos ordinarios (**NUMINGOR**), pensiones contributivas (**NUMJBIP**) y no contributivas de invalidez (**NUMJUBIT**), jubilación (**NUMJUBI**), orfandad y viudedad (**NUMOTPEN**), otras rentas del capital (**NUMOTRTS**), desempleo (**NUMPARAD**), vejez (**NUMPENNC**), ingresos monetarios totales (**NUMPERTO**), por prestaciones sociales -la cual reúne varias- (**NUMPRERE**), rentas de capital y propiedades (**NUMPRTCA**), salarios sociales (**NUMSALSO**), con servicio doméstico residente (**NUMSERDO**), ingresos ordinarios por cuenta ajena (**NUMTRCAJ**) y propia (**NUMTRCPR**), otros ingresos (**NUMOTINOR**), prestaciones sociales regulares (**NUMOTPRSO**) y transferencias de instituciones y otros hogares (**NUMTREIN**).
- c) Total de ingresos del hogar: ordinarios monetarios (**INTOORMO**) y no monetarios (**INTOORNM**), extraordinarios (**TOINGEXT**), renta total anual (**TOTINGR**), fuente principal de los ingresos regulares (**INGPRIN**): trabajo por cuenta ajena, propia no agrícola, agrícola, pensión de jubilación por incapacidad, subsidios, rentas de la propiedad etc.

La renta disponible del hogar (**TOTINGR**), se obtiene agregando todos los ingresos percibidos por los miembros del hogar. Se computan ingresos en especie y monetarios, con independencia del destino final que en el hogar se den a estas cantidades. Está agrupada en 23 categorías homogéneas en distribución desde 0 a más de 5.060.000 ptas. En este modelo el poder adquisitivo es una de las variables explicativas con mayor influencia y la renta adquirida por cada familia puede ser la variable adecuada para representarlo.

3. Características sociales y demográficas del hogar.

Las variables socio-demográficas que han sido utilizadas en estos análisis son: lugar de residencia y localización geográfica, tamaño del municipio, ámbito rural o urbano, estrato, provincia (**PROVINC**) y comunidad autónoma de residencia (**CCAA**), tamaño y composición del hogar.

El ámbito urbano o rural se refiere al ámbito donde está ubicado el domicilio habitual del SP. En la EBPF se dispone de información sobre el tamaño del municipio de residencia (**TAMMUNI**) y sobre el estrato (**ESTRATO**), variable esta última que permite establecer la diferenciación entre ámbito rural y urbano teniendo en cuenta el número de habitantes del municipio de residencia de la unidad familiar.

Número de miembros del hogar (**NMIHOGAR**), variable que recoge el número de personas, incluyendo al sustentador principal, que componen la familia. Se consideran miembros del hogar “aquellas personas que, sin ocupar otra vivienda principal, dependen económicamente del presupuesto del hogar seleccionado”.

Además, en la EBPF se dispone de otra información sobre características del hogar. La estructura del mismo aparece descrita mediante el tipo de hogar (**TIPHOGAR**) y el tipo abreviado (**TIHOGABR**) en los que se distingue si se trata de una pareja joven, más adulta, con o sin hijos, número de adultos, etc.

Variables a explicar (dependientes)

Todas las variables dependientes consideradas en este análisis están relacionadas con el consumo de seguros privados. Se han tenido en cuenta: el gasto en cada uno de los tipos de seguro estudiado y el gasto total (agregación de las variables anteriores), el número de pólizas contratadas de cada tipo de seguro por el hogar y, por último, variables dicotómicas que expresan la tenencia o no de alguna modalidad de los cinco ramos analizados.

Se estudian los gastos en seguros de Vida, Salud, Multirriesgo Hogar, Automóvil y el resto de seguros. En estos ramos se contemplan distintas modalidades. En el ramo de Vida: seguros de vida ahorro (vida caso vida), vida riesgo (vida caso muerte) y seguros de vida contratados por el empresario. En el de Salud: seguros de enfermedad, accidente y de reembolso de gastos médicos. En el ramo de Hogar: multirriesgo (interior) e incendio (edificio). En el de Automóviles: la cobertura de RC obligatoria y la voluntaria. En el resto de seguros: seguro de Viaje, RC del cazador, etc.

Con relación a la información que se utiliza referente al gasto que realizan los hogares analizados en seguros privados, las variables que se han considerado en los análisis pueden o bien estar relacionadas con tener o no suscrito una determinada póliza de seguro (variables dicotómicas), con el número de pólizas pertenecientes al mismo ramo con las que cuenta la familia, o bien, con el gasto realizado en las distintas modalidades y ramos de los seguros considerados.

Primeramente, se consideran como *variables dicotómicas* si algún miembro del hogar tiene suscrita una póliza de seguros de vida caso vida (**VIDAVI**), caso de muerte (**VIDAMU**), suscrito por el empresario (**VIDAEMP**), cualquier modalidad de seguro de vida (**VIDADIC**), seguros de enfermedad y accidente (**ENFACCID**), seguro médico voluntario (**MEDICO**), cualquier seguro de salud (**SALUDDIC**), multirriesgo hogar que cubre incendio, robo y otros daños al mobiliario y artículos del interior de la casa (**MULTIHO**), seguro de incendio del edificio o vivienda (**INCEND**), cualquier seguro del hogar (**HOGARDIC**), seguro RC de Automóviles de cobertura obligatoria (**AUTOBLI**), voluntaria o a todo riesgo (**AUTODOR**), cualquier cobertura (**AUTODIC**), otros seguros no considerados específicamente (**RESTODIC**) y cualquier tipo o modalidad de los seguros descritos anteriormente (**INSURANC**).

Respecto al *número de pólizas suscritas* de cada modalidad: vida (**NUMVIDA**), salud (**NUMSALUD**), hogar (**NUMHOGAR**), automóviles (**NUMAUTO**), otros seguros (**NUMRESTO**); número de tipos o ramos de seguros distintos (**NUMTIPOS**) y de modalidades o pólizas (**NUMPOLIZ**).

Y, por último, las *primas brutas anuales pagadas* por el hogar (gasto) en los seguros de vida (**GVIDA**), vida caso de vida (**GVIDAVI**), caso de muerte (**GVIDAMU**) o pagado por el empresario (**GVIDAEMP**); seguros RC del automóvil (**GAUTOS**), contra terceros (**GAUTOBLI**), a todo riesgo (**GAUTODOR**); seguros de salud (**GSALUD**), enfermedad y accidente (**GENFACCID**) y cuotas por gastos médicos (**GMEDICO**); seguro de hogar (**GHOGAR**), multirriesgo hogar (**GMULTIHO**), incendio del edificio (**GINCEND**) y, por último, los gastos en otros seguros no mencionados con anterioridad (**GRESTO**).

Estas variables recogen el gasto anual expresado en pesetas. Sin embargo, el gasto total anual por hogar en seguros (**GASTOT**), se ha categorizado en ocho tramos homogéneos en cuanto a su distribución: 1 hasta 10.000 ptas., 2 de 10.000 a 20.000, 3 de 20.000 a 30.000, 4 de 30.000 a 40.000, 5 de 40.000 a 50.000, 6 de 50.000 a 60.000, 7 de 60.000 a 70.000 y 8 más de 70.000 ptas.

7. RESULTADOS

7.1. Análisis descriptivos

El resultado refleja las diferencias económicas, sociales y culturales que separan a las Comunidades entre sí, existiendo distintas formas de vivir en cada una de ellas lo que repercute en la actitud de los hogares frente a las decisiones analizadas. Sobresalen claramente dos comunidades por presentar en todas las variables relacionadas con la suscripción, gasto y número de pólizas de seguros, los porcentajes más elevados: Andalucía, en primer lugar, y Castilla-León, en segundo. También destacan, aunque con menor frecuencia, el País Vasco, Cataluña y Navarra.

Merece la pena mencionar a las dos comunidades cuyos hogares, en media, suscriben el máximo número de pólizas: Andalucía y Canarias, siendo Cataluña donde menos. La comunidad andaluza presenta los mayores porcentajes de hogares que o bien poseen, al menos, una póliza de Autos, Vida, Salud, Viaje etc. o bien no poseen ninguna, es decir, presenta valores máximos en los extremos. Los hogares con menos número de pólizas suscritas son los catalanes.

Respecto al número de tipos de seguros distintos contratados, son los hogares de Baleares los que presentan el menor porcentaje y en los de Castilla-León y Navarra.

En relación con la edad, la comunidad que reúne a todos los sustentadores principales más jóvenes (menores de 18 años) es la catalana, agrupándose en Castilla-León los que tienen mayor edad.

Respecto a la condición socio-económica, el estrato y el nivel de estudios del sustentador principal (sea cual sea la categoría a la que nos refiramos), Andalucía y Castilla León siguen presentando los mayores porcentajes.

Atendiendo al número de miembros del hogar y al tamaño del municipio, los de menor tamaño residen, en su mayoría, en Castilla León y los de mayor en Andalucía. Lo mismo ocurre con la variable tipo de hogar y tipo de hogar abreviado, donde en las categorías bajas prevalece la comunidad castellano leonesa y en las altas la andaluza.

Se puede afirmar, por unanimidad, que los varones suscriben, con gran diferencia, más seguros (tipos y número de los mismos) que las mujeres, existiendo algunas categorías de determinadas variables (p.e. tener contratadas cinco o seis pólizas o cinco tipos de seguros distintos) en las que exclusivamente contratan los varones. Solamente en los seguros de Salud y Automóviles las mujeres tienen una representación algo mayor.

En relación con el número de habitantes del municipio de residencia de la unidad familiar, el mayor porcentaje en todas las variables aparece asociado al estrato 1 (capitales de provincia) y el menor al 3 (municipios autorrepresentados de menor importancia).

Atendiendo al número de personas que conviven en el mismo hogar, los hogares que contratan mayor porcentaje de seguros son los formados, en media, por cuatro personas.

Si nos fijamos en que el hogar tenga o no cobertura sanitaria privada, la mayoría la tiene casi por unanimidad (tengan o no suscritos otros tipos de pólizas, residan en el municipio que residan y tengan las características que tengan respecto al hogar y al sustentador principal: sexo, edad, estudios, etc.). Lo mismo ocurre respecto a la cobertura de seguros RC del Automóvil.

Para terminar este apartado que ofrece una descripción de las variables utilizadas en el análisis empírico realizado, se comenta brevemente una tabla cruzada entre el número de pólizas y de tipos distintos suscritos.

7.2. Clusters

Sobre la muestra total de datos se realizaron clusters no jerárquicos para 15, 13 y 10 grupos hasta que se redujo a 7, que se ofrecen a continuación, observando que se definen claramente los clusters 3, 6 y 7, que

los grupos 1 y 2 se parecen bastante y que los conglomerados 4 y 5 tienen comportamientos claramente diferenciados.

Cluster 1: (1.678 hogares)

El gasto, en general, en cada uno de los tipos de seguros definidos es alto respecto a los restantes grupos. Es el conglomerado con menor número de seguros Multirriesgo Hogar contratados y mayor número de personas receptoras por becas y otros ingresos monetarios, incluidas transferencias regulares de instituciones y otros hogares.

Cluster 2: (1.408 hogares)

Sus valores de gasto medio en cualquier tipo de seguros son altos, manteniendo estos valores muy cercanos a los del cluster 1. Como característica definitoria propia destaca tener el máximo valor medio de personas en el hogar que perciben pensiones contributivas de orfandad y viudedad.

Cluster 3: (111 hogares)

Grupo formado por el menor número de hogares. Su renta media es la más alta y tienen el mayor número de receptores por prestaciones sociales regulares, dividendos, intereses netos e ingresos por alquileres, rentas de capital y propiedades, de trabajo, tanto por cuenta ajena como propia, aunque sean los que reciban menor número de transferencias regulares de instituciones y otros hogares, salarios sociales y pensiones por orfandad, viudedad y desempleo.

Lo integran aquellas familias que tienen mayor gasto en seguros, tanto globalmente como en particular: Seguro RC del automóvil, Multirriesgo hogar y Vida (ya sea la modalidad de ahorro –vida- como la de riesgo –fallecimiento-). Sin embargo, registran los mínimos gastos medios en seguros de Vida suscritos por la empresa. Son los que más números de seguros tienen contratados de Asistencia en Viaje, RC del cazador, etc.. (otros). Son los que contratan el mayor número de pólizas y tipos de seguros distintos y los que tienen, en media, mayor número de coches y viven en las casas más grandes (un promedio de 140m² cada una).

Cluster 4: (4.036 hogares).

Está compuesto por las familias más jóvenes y con escasos ingresos aunque no son los mínimos. El gasto en seguros es moderado, pero son los que menos seguros de Salud suscriben. Se trata del grupo más numeroso en cuanto a número de hogares que reúne.

Cluster 5: (722 hogares).

Los hogares agrupados viven en los municipios de mayor tamaño. Son los que reúnen a más miembros que trabajan por cuenta ajena, perciben menos rentas por jubilación y prestaciones no contributivas y salarios sociales aunque, sin embargo, son los que más transferencias regulares de instituciones y otros hogares reciben. Su renta global puede considerarse media-alta. Destaca por registrar los mayores gastos medios en seguros de Viaje, Enfermedad y Accidentes y suscriben un número muy alto de seguros de Vida.

Cluster 6: (306 hogares).

Cluster integrado por hogares con el mayor número de miembros que lo forman y que poseen menor número de coches, más salarios sociales y reciben menos prestaciones regulares de instituciones y otros hogares. Se caracteriza porque, en media, son los que más gastan en otros seguros (Asistencia en Viaje, RC del cazador, etc.), seguros de Salud (siendo quienes contratan el máximo número de pólizas de este tipo) y de Vida suscritos por el empresario.

Cluster 7: (3.800 familias).

Este grupo lo componen aquellas familias con mayor número, en media, de receptores por rentas de jubilación, prestaciones no contributivas, desempleo y prestaciones regulares en general. Viven en casas pequeñas y no tienen servicio doméstico a su cargo. Estos hogares son los que menos renta perciben y, por tanto, los que menos gastan en cualquier tipo de seguro (y, además, contratan el menor número de pólizas), existiendo en algunos casos grandes diferencias con el resto de los grupos.

8. CONCLUSIONES

Con el análisis efectuado se ha podido describir el comportamiento de los españoles considerando que la muestra obtenida por el INE es representativa de toda la población española, consumidores o no de seguros. Mención aparte merece la posible predicción futura e inferencia de comportamientos hacia el futuro.

Se comienza con un estudio estadístico descriptivo, como primera aproximación, para posteriormente realizar análisis clusters.

Con los análisis descriptivos (primera aproximación a los datos utilizados en el estudio y proceso de familiarización con los mismos) se describen las variables determinantes y los perfiles tipo de consumidores o no de seguros. A continuación se comentan algunas de ellas.

Por comunidad autónoma existen diferencias, tanto en relación con la suscripción como con el gasto y número de pólizas contratadas. Andalucía y Castilla-León son las que registran mayores porcentajes. Respecto al número de pólizas hay que señalar que Madrid destaca en todas las modalidades analizadas. Suscriben mayor proporción de seguros los sustentadores principales sin estudios o sólo con estudios primarios, si son varones, personal cualificado que no trabaja en el sector agrario, y en el caso de las mujeres, asalariadas por cuenta ajena.

En cuanto al sexo, claramente son los varones quienes contratan más pólizas, sin perjuicio de que sean meros tenedores de las ellas y, sin embargo, figuran como asegurados y beneficiarios de las pólizas personas distintas. Esto se aprecia, principalmente, en el caso del Seguro de R.C. de Automóviles, diferenciándose entre tomador, asegurado y conductor habitual.

La mayoría de los hogares consultados están compuestos, en término medio, por cuatro personas, residen en capitales de provincia, el sustentador principal tiene entre 46 y 66 años y éste sólo ha cursado, como mucho, estudios primarios, siendo trabajador no manual de la industria o los servicios.

Posteriormente se aplican técnicas de análisis multivariante con el fin de clasificar y agrupar a los individuos e investigar la dependencia entre ellos. Se intenta detectar el perfil de los asegurados que contratan o no una determinada modalidad de seguros.

En concreto, se realizaron como técnica de segmentación clusters jerárquicos y no jerárquicos.

Se encontraron, fruto de la realización de distintos análisis cluster (jerárquicos, no jerárquicos y con distintas muestras), 7 grupos de hogares claramente diferenciados cuyo comportamiento es muy homogéneo entre las familias que pertenecen al mismo cluster y heterogéneo respecto al resto de hogares integrados en los otros grupos, atendiendo, principalmente, a su gasto en seguros y al número de pólizas suscritas, la renta, la edad del SP, el lugar de residencia del hogar, el número de miembros y el tipo de hogar.

Los **pensionistas** (con escasas rentas y cuyo gasto es alto en seguros de Salud y Vida) muestran un comportamiento distinto al de aquellos **hogares con rentas muy altas** (más del doble de la media y cuyo gasto es el más elevado en seguros sea cual sea la modalidad), y éstos a su vez diferente al de **jóvenes con escasos ingresos** (y gasto en seguros moderado), **jubilados y desempleados** (con un gasto en seguros muy bajo debido a que perciben unas rentas muy escasas) y otros grupos caracterizados en menor medida.

El análisis de la demanda de seguros privados se ha planteado desde diversos aspectos. Primero, se analizan las características familiares que determinan si una familia disfruta o no de algún tipo de seguro, sin distinguir entre modalidades, y en caso de suscribir varios seguros, cuántos. Por último, se ha centrado el análisis en los tipos de seguros suscritos determinándose qué tipo de seguro demandan los hogares españoles, distinguiendo entre ramos y modalidades.

El alto porcentaje de no suscripción de seguros puede justificarse atendiendo a varias razones, como por ejemplo, la falta de tradición aseguradora en nuestro país, la escasa adecuación entre productos ofrecidos y necesidades actuales de los clientes (tanto compradores reales como potenciales), errores de codificación y otros debidos a falta de información. Gracias a la descripción de este comportamiento es posible (centrándonos especialmente en las características de aquellos encuestados que no tienen suscrito ningún tipo de seguro) delimitar qué necesidades están cubiertas y cuáles no.

En relación con las futuras líneas de investigación que esta investigación deja abiertas, hay que considerar la posibilidad de que exista un elevado número de las mismas. Sin embargo, se ha optado por definir las y acotarlas con el fin de ser más rigurosos y precisos en su enumeración.

Sería muy interesante realizar análisis de la misma naturaleza utilizando información procedente de la realización de un muestreo "ad hoc" en distintos momentos del tiempo. Habría que incidir, no sólo en los aspectos económicos, demográficos, sociales y culturales incluidos como variables en los análisis realizados en este trabajo, sino también incluir una serie de variables en la medida de lo posible, relativas a cuestiones psicológicas (conducta ante el riesgo, medidas de aversión al mismo, predisposición hacia los seguros ...), otras referidas al estado de salud, visitas al médico, frecuencia de intervenciones, enfermedades padecidas, etc... muy interesante a la hora de plantearse contratar o no seguros de Vida o Salud, capacidad ahorradora del hogar, información sobre si invierten o no en otros activos financieros, etc., sin olvidar, las características técnicas de la póliza (límites, coberturas, garantías, prima pura, etc.), la entidad con la que se ha suscrito y el canal utilizado.

Conocidas las características de la demanda de seguros en España y sus pautas de comportamiento, es muy interesante el acercamiento a los patrones de consumo en seguros de los países comunitarios o de otros lugares del mundo (USA, Canadá y América del Sur, principalmente, debido al enorme desarrollo potencial que representan, en especial la última). Esta comparación podría efectuarse a todos los niveles (incluyendo p.e. elasticidades renta y precios calculadas para los diversos países que se analicen) sin olvidar el empleo de técnicas estadísticas específicas para comparar resultados, primeramente, y contrastar la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las cifras obtenidas.

Aplicación inmediata de este tipo de análisis es determinar el grado de adecuación entre necesidades (susceptibles de ser cubiertas mediante la creación de nuevas modalidades) y productos ofrecidos para posteriormente adecuar y diseñar estrategias y políticas de marketing por parte de las entidades de seguros. Disponer de información relativa a las características técnicas de los contratos es indispensable para el desarrollo de este tipo de aplicaciones.

REFERENCIAS

ALBARRAN LOZANO, I., (1999): La demanda de Seguros Privados en España: análisis económico y estadístico, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

APARICIO, J.C. (1997): "Los sistemas complementarios de la protección social", XXXII Jornadas de estudio para directivos del Sector Seguros, ICEA, Madrid.

Artículo 1.2, Ley de Consumidores y Usuarios. BOE 24/7/80.

Artículo 1.3, Ley de Consumidores y Usuarios. BOE 24/7/80

CHIAS, J., (1992): El Mercado son las personas. Marketing de las empresas de servicios, Ed. McGraw Hill, Barcelona.

COOPERS & LYBRAND-GALGANO (1993): Diccionario de la Calidad Total, Ed. Gaceta de los Negocios. Madrid.

DE PABLOS HEREDERO, C. (2000): Determinantes organizativos de la capacidad de adopción de tecnologías de información en Empresas del Sector Asegurador Español, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

EMBED HERRANZ, P.; M. MARTIN DAVILA y V. ZORRILLA FERNANDEZ (1998)

ENGEL, J.F.; R.D. BLACKWELL y P.W. MINIARD (1993): Consumer behaviour, Ed. Dryden Press, Illinois.

ESTEBAN TALAYA, A. (1997): Principios de Marketing, Ed. ESIC, Madrid.

EUROSTAT (1988): Sistema Europeo de Cuentas Integradas (SEC), INE, Luxemburgo.

- HAIR, J.F.; R.E. ANDERSON; R.L. TATHAM y W.C. BLACK (1995): Multivariate data analysis, Ed. Prentice Hall, New Jersey USA.
- HOWARD, J.A. (1993): El comportamiento del consumidor en la estrategia de Marketing, Ed. Diaz de Santos, México.
- INE (1992): Metodología. Encuesta de Presupuestos familiares, 1990-91.
- JOHNSON, S.S. (1967): "Hierarchical Clustering Schemes", **Psichometrika**, 32, 241-254.
- LAMBIN, J.J. (1997): Marketing estratégico, Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- MAPFRE (1996): Marketing y gestión comercial de seguros, Ed. FME, Madrid.
- MARTIN DAVILA, M. (1995): Fundamentos de Marketing, Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- MENENDEZ, A. (1982): Comentarios de la Ley de Seguro, Ed. CUNEF.
- MERCE, J.A. (1983): "La valoración de las estadísticas económicas en España", **Economistas**, 59, año XII.
- NOGUEIRA COBRA, M.H. y F. ARNALDO ZUZRG (1992): Marketing de Servicios. Conceptos y estrategias, Ed. McGraw-Hill, Bogotá.
- ORTEGA MARTINEZ, E. **et al.**, (1994): Manual de Investigación Comercial, Ed. Pirámide, Madrid.
- PFEFFER, I. (1956): Insurance and Economic Theory, R.D. Irwin Homewood, Illinois.
- SANCHEZ CALERO, F. (1984): "Las Mutualidades y el movimiento de defensa del consumidor", **Revista Española de Seguros**, 26.
- _____ (1984): Comentarios a la Ley del Contrato de Seguro, Ed. Edersa.