

YouGov

ESPAÑA

# Estudio Educación Financiera

Mapfre

4 Marzo 2026

# ÍNDICE

---

1. Background

---

2. Objetivos del estudio

---

3. Metodología aplicada

---

4. Resultados

---

4.1 Percepción y actitudes

---

4.2 Conocimientos financieros básicos

---

4.3 Comportamiento y hábitos financieros

---

4.4 Acceso y uso de servicios financieros

---

4.5 Planificación financiera a largo plazo

---

4.6 Influencia socioeconómica y demográfica

---

4.7 Fuentes de información y formación financiera

---

4.8 Cultura aseguradora

---

5. Conclusiones

---

6. Recomendaciones

---

# 1. Background

# Punto de partida

MAPFRE busca **conocer el nivel de educación financiera de la población española** para entender la gestión de sus finanzas y detectar áreas de mejora.

Este conocimiento permitirá desarrollar programas y recursos adaptados a diversas necesidades, como talleres y materiales informativos sobre presupuestos, gestión de deudas e inversiones.

Al mejorar la educación financiera de sus clientes, MAPFRE fortalecerá la confianza y lealtad, contribuyendo a decisiones más informadas y a un impacto positivo en la economía española.

A continuación, se describen los resultados recogidos de este proyecto, así como los detalles técnicos de cómo se ha recogido la información.



# 2. Objetivos del estudio

# Objetivos planteados

Para evaluar el **grado de educación financiera de la población**, hemos abordado varias dimensiones clave que permitirán obtener una visión completa, y son:

## 1. Conocimientos básicos financieros

- Conceptos como **interés simple y compuesto**, inflación, riesgo y rentabilidad.
- Comprensión de productos financieros: cuentas de ahorro, préstamos, tarjetas de crédito.
- Conocimiento sobre **presupuesto personal** y planificación financiera.

## 2. Comportamiento y hábitos financieros

- ¿La población elabora presupuestos mensuales?
- Uso de herramientas digitales para gestionar finanzas.
- Tendencia al ahorro vs. gasto.
- Actitud frente al endeudamiento.

## 3. Acceso y uso de servicios financieros

- Porcentaje de personas con cuenta bancaria.
- Uso de medios de pago electrónicos vs. efectivo.
- Acceso a seguros, fondos de inversión, planes de pensiones.

## 4. Nivel de planificación a largo plazo

- Preparación para emergencias financieras.
- Planificación para la jubilación.
- Conocimiento sobre inversiones y diversificación.

## 5. Influencia socioeconómica y demográfica

- Diferencias por **edad, género, nivel educativo, ingresos, ubicación geográfica**.
- Impacto cultural en la toma de decisiones financieras.

## 6. Fuentes de información y educación

- ¿Dónde aprenden sobre finanzas? (escuela, redes sociales, bancos, cursos).
- Nivel de confianza en las fuentes.
- Interés en mejorar conocimientos financieros.

## 7. Percepción y actitudes

- ¿Cómo perciben la importancia de la educación financiera?
- Nivel de confianza en la gestión de sus propias finanzas.

## 8. Cultura aseguradora

- Nivel de familiaridad con el concepto de seguro y su función
- Tipos de seguros que conoce
- Grado de conocimiento de conceptos como prima, deducible o cobertura



# 3. Metodología aplicada



## Universo de referencia

- Individuos de más de 18 años residentes en España



## Muestra

- Se ha entrevistado a 1.036 personas



## Técnica recogida información

- Entrevistas CAWI (Computer Assisted Web Interviews)
- En el Panel Online de YouGov en España.
- Se han aplicado cuotas por género, edad y región representativas de la población española
- Cuestionario con 26 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas.



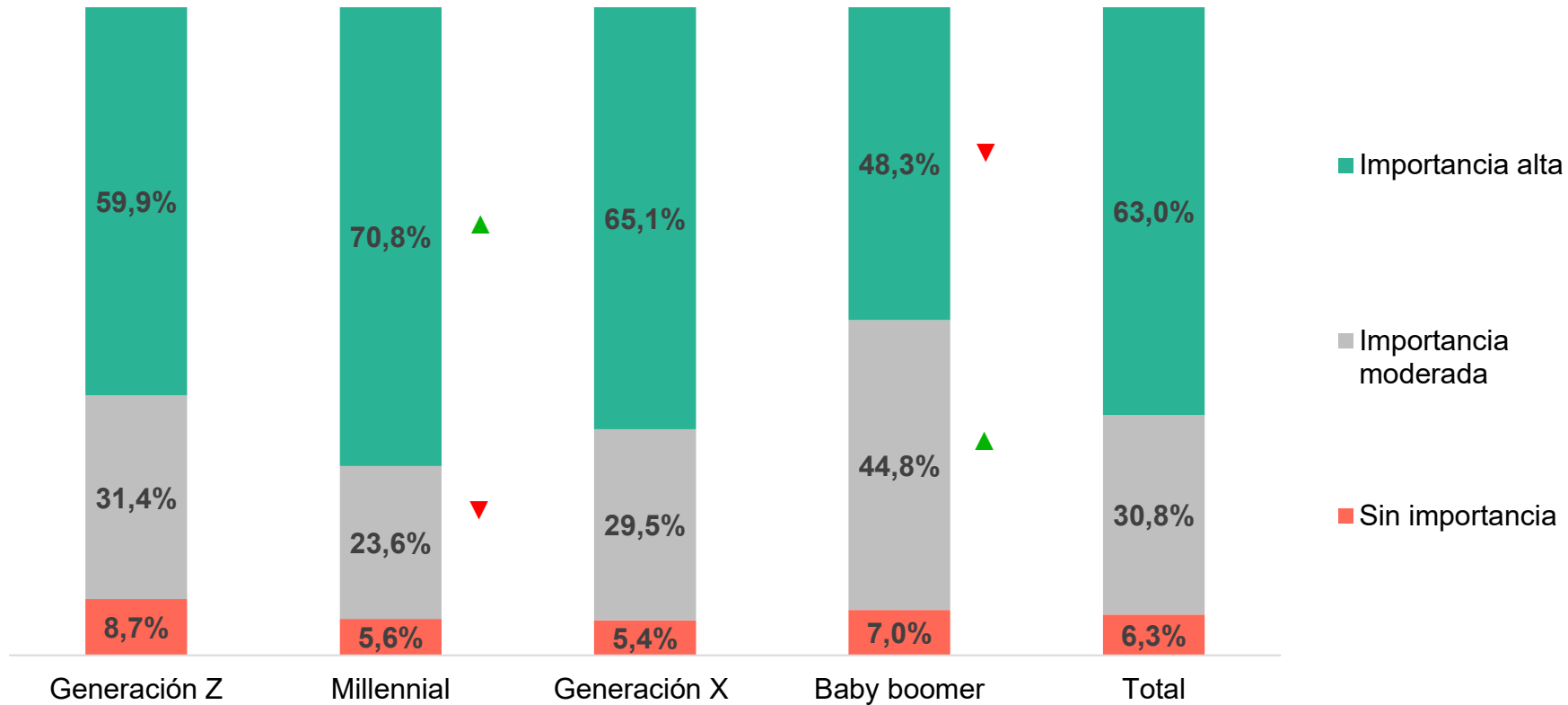
## Campo

- Entrevistas realizadas del 5 al 10 de febrero de 2026

# 4. Resultados

# 4.1 Percepción y actitudes

## El 63% de la muestra considera que la educación financiera tiene una importancia muy alta. Los Millennials destacan de forma significativa en esta afirmación



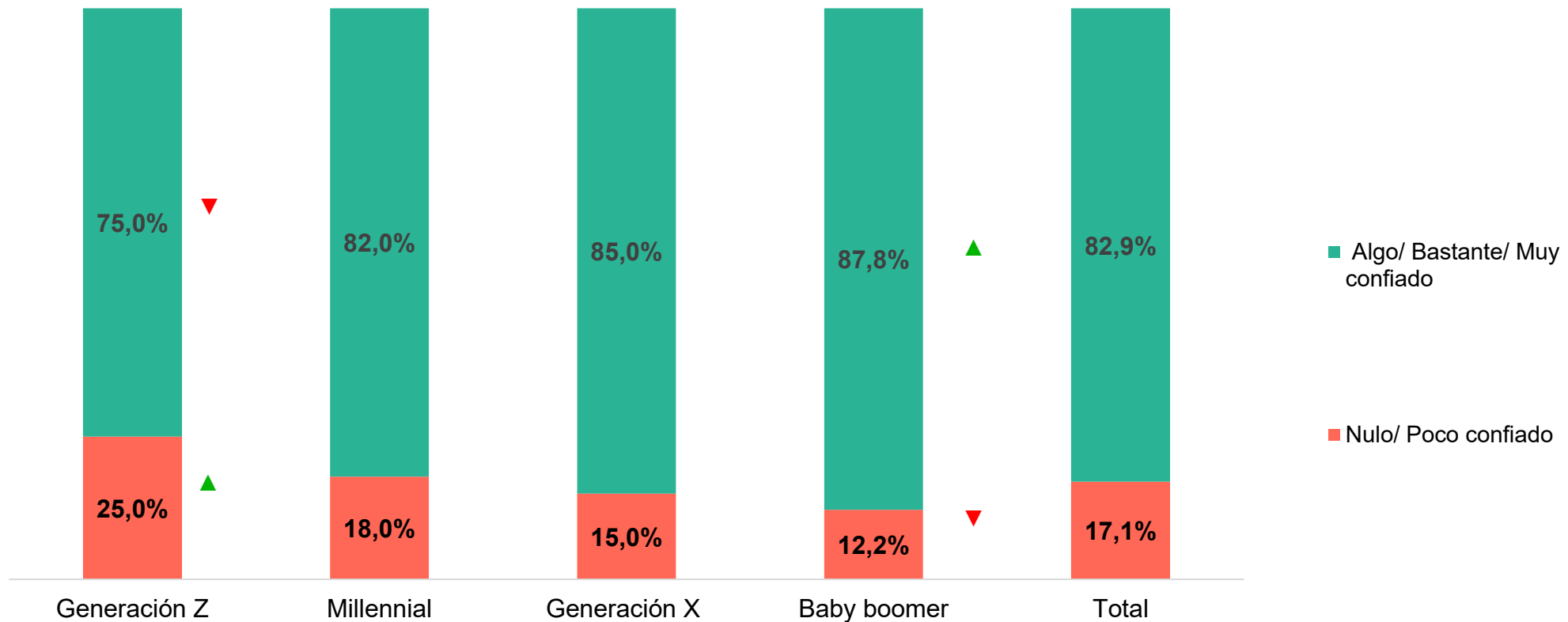
¿Qué importancia consideras que tiene la educación financiera en la vida diaria?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## El 83% afirma estar confiado a la hora de gestionar sus propias finanzas. La Generación Z, la que menos confiada está de gestionar sus propias finanzas con diferencia



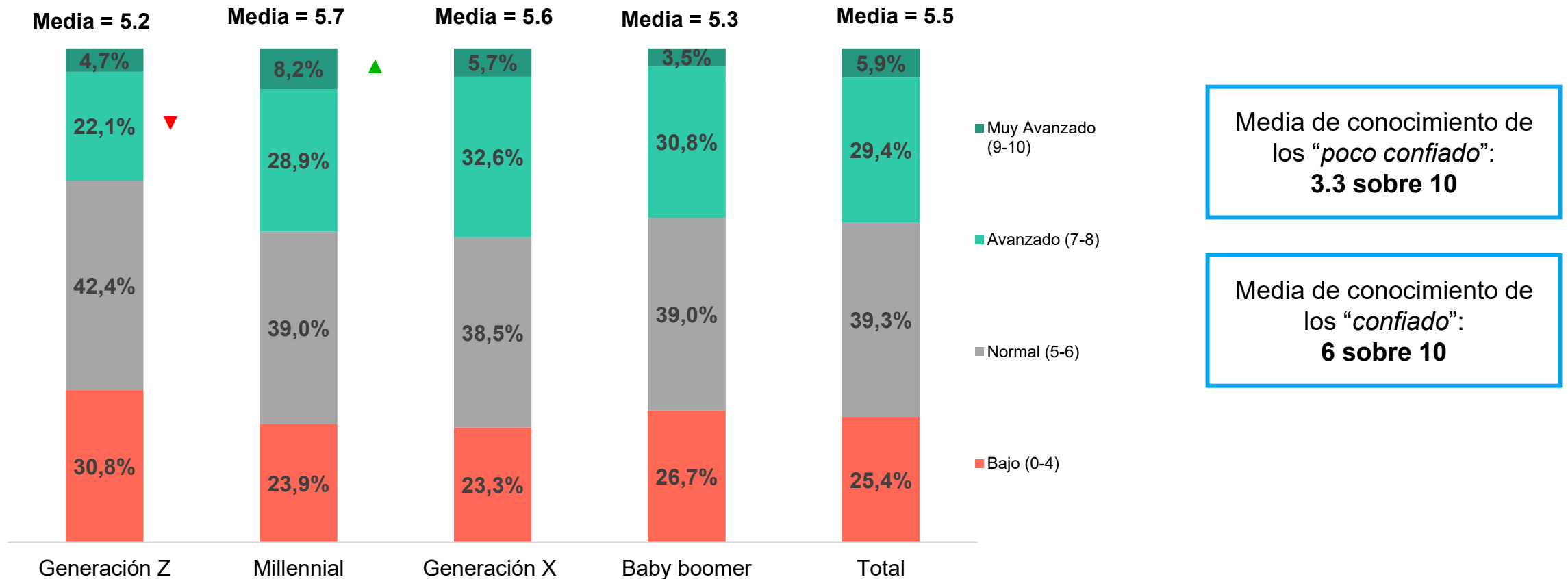
¿Qué tan confiado/a te sientes gestionando tus propias finanzas?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## Aún así, al pedir que evalúen su nivel de conocimiento financiero la media es sólo de un 5 y medio sobre 10. Los que más alto evalúan su conocimiento son los Millennials



¿Cómo evaluarías tu nivel de conocimiento financiero? Para ello contesta utilizando una escala de 0 a 10 en la que 0 significa no tengo ningún conocimiento financiero, y 10 significa domino todos los conceptos y productos financieros.

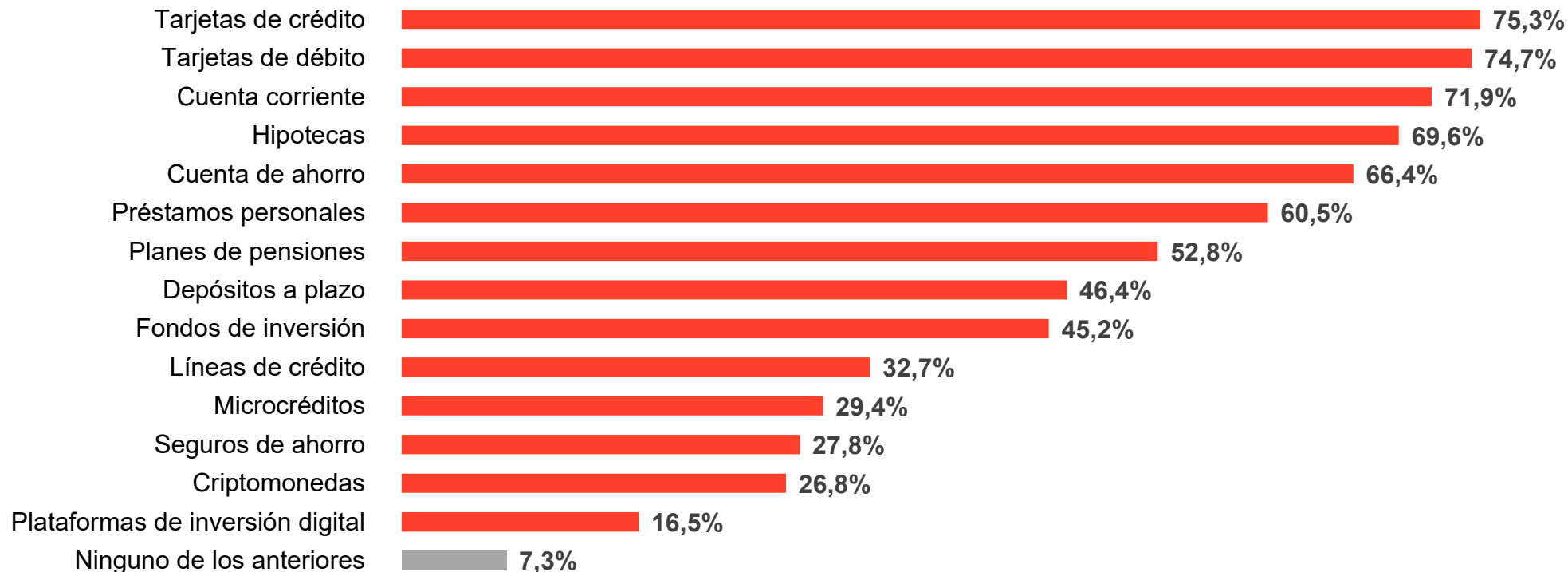
Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

# 4.2 Conocimientos financieros básicos

## El conocimiento se concentra en productos financieros básicos como tarjetas, cuentas e hipotecas mientras que instrumentos más complejos o alternativos como fondos, criptomonedas o inversión digital, presentan niveles inferiores



¿Conoces el funcionamiento básico de estos productos financieros? (marca todos los que apliquen)

Base (1.036 entrevistas)

## Existe una clara brecha generacional en el conocimiento financiero: Generación X y Baby Boomers muestran mayor familiaridad en la mayoría de productos, mientras que Gen Z presenta los niveles más bajos, especialmente en instrumentos de ahorro e inversión

	Generación Z	Milennials	Generación X	Baby Boomers	Total
Tarjetas de crédito	64,5%	68,5%	81,7%	83,7%	75,3%
Tarjetas de débito	62,8%	67,9%	80,1%	86,6%	74,7%
Cuenta corriente	51,2%	66,2%	78,6%	87,2%	71,9%
Hipotecas	58,7%	63,6%	76,5%	75,0%	69,6%
Cuenta de ahorro	59,9%	61,6%	70,5%	72,1%	66,4%
Préstamos personales	38,4%	53,1%	68,5%	76,7%	60,5%
Planes de pensiones	40,7%	44,9%	58,9%	64,0%	52,8%
Depósitos a plazo	22,7%	35,4%	57,6%	63,4%	46,4%
Fondos de inversión	38,4%	40,3%	46,8%	56,4%	45,2%
Líneas de crédito	17,4%	24,3%	41,6%	43,0%	32,7%
Microcréditos	20,3%	25,6%	34,9%	32,6%	29,4%
Seguros de ahorro	24,4%	22,3%	32,8%	30,2%	27,8%
Criptomonedas	27,3%	26,9%	29,5%	20,3%	26,8%
Plataformas de inversión digital	16,3%	15,1%	18,6%	15,1%	16,5%
Ninguno de los anteriores	14,0%	7,2%	4,7%	7,0%	7,3%
<b>N</b>	<b>172</b>	<b>305</b>	<b>387</b>	<b>172</b>	<b>1.040</b>

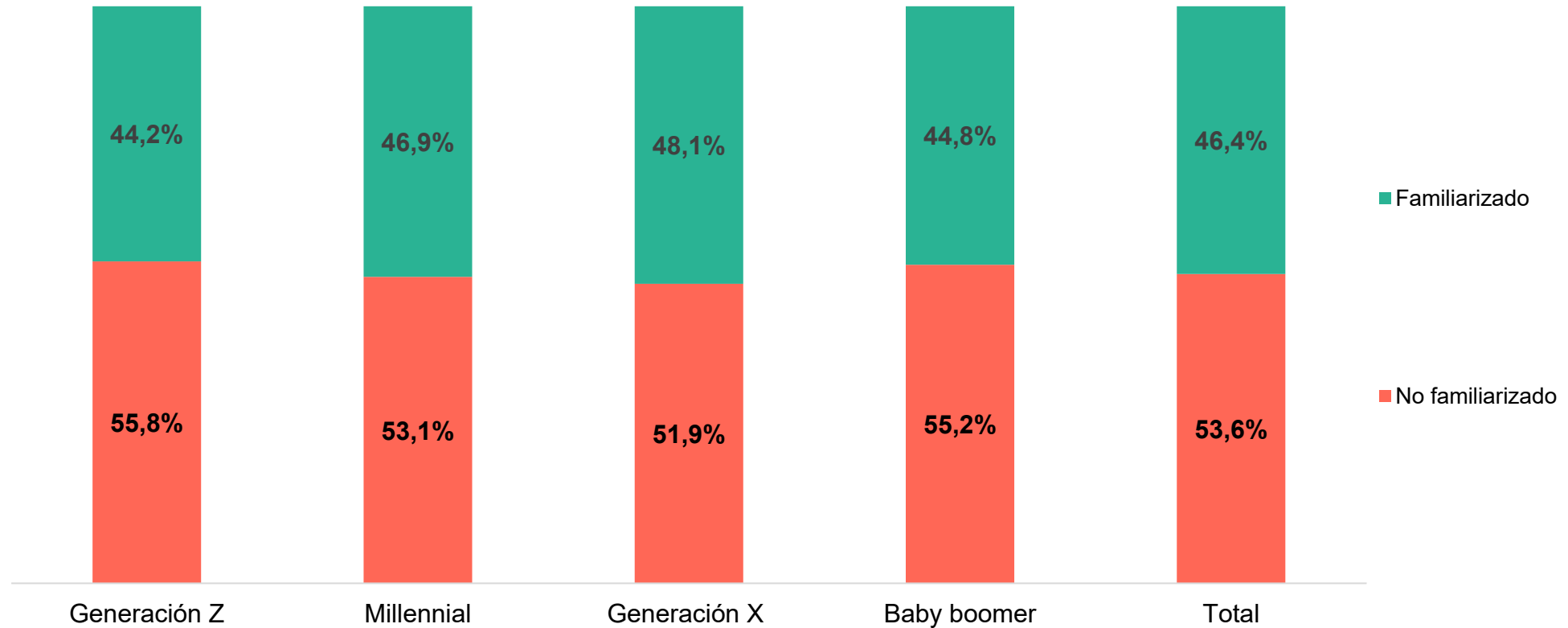
¿Conoces el funcionamiento básico de estos productos financieros? (marca todos los que apliquen)

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## Algo más de la mitad de los entrevistados (54%) reconocen no estar familiarizados con el concepto de interés compuesto



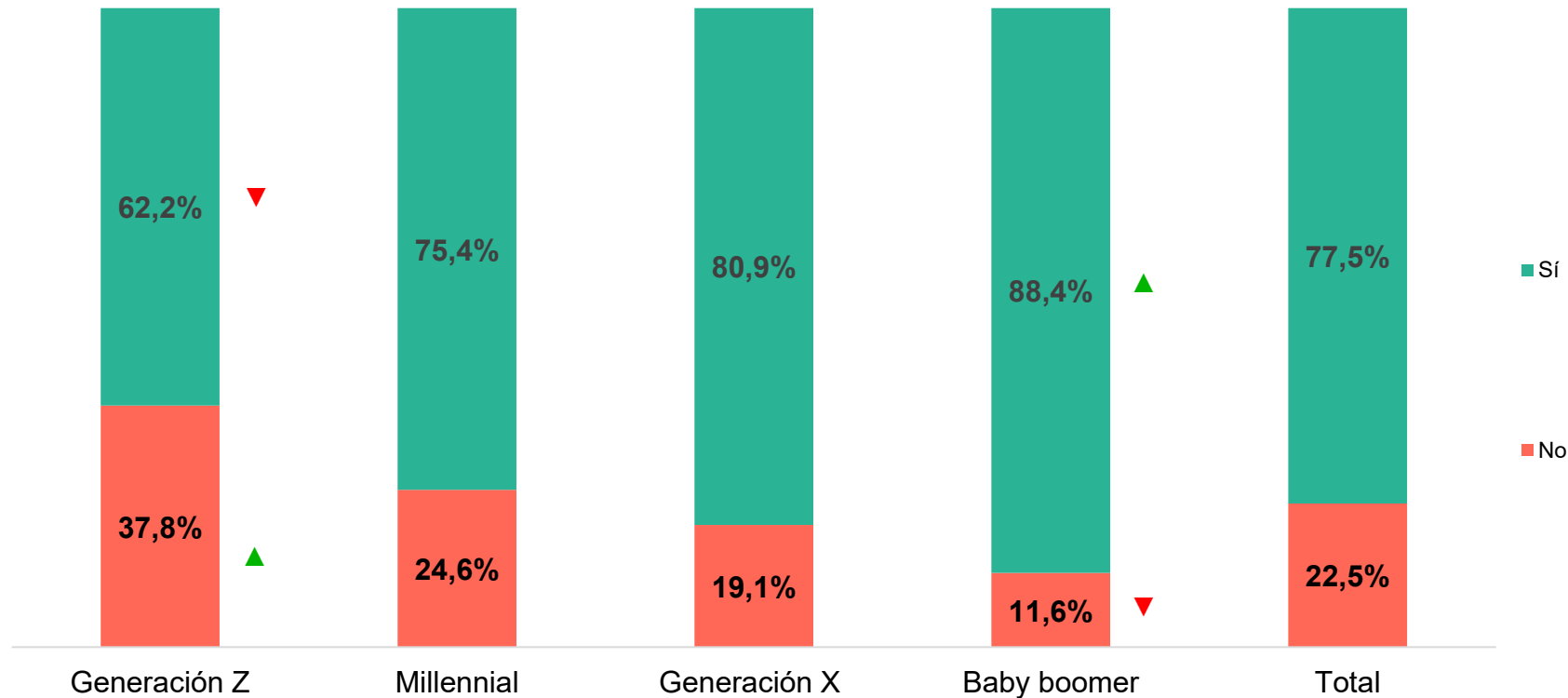
¿Qué tan familiarizado/a estás con el concepto de interés compuesto?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## A mayor edad, mayor percepción de la inflación y de su afección al poder adquisitivo. De nuevo la Generación Z la que declara estar menos informada



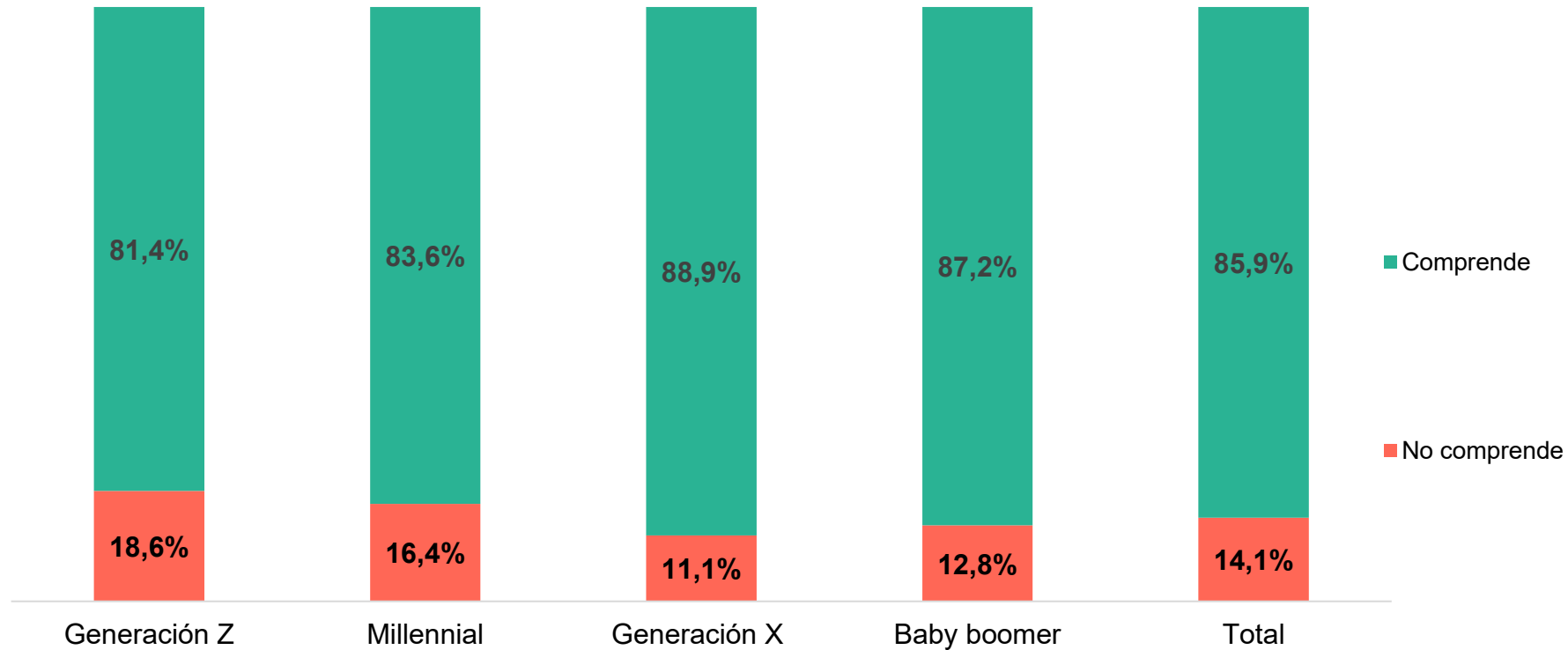
¿Sabes qué es la inflación y cómo afecta tu poder adquisitivo?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## La comprensión de la relación entre riesgo y rentabilidad es elevada en todos los segmentos, superando el 80% en cada generación



¿Qué tan bien comprendes la diferencia entre riesgo y rentabilidad en las inversiones?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

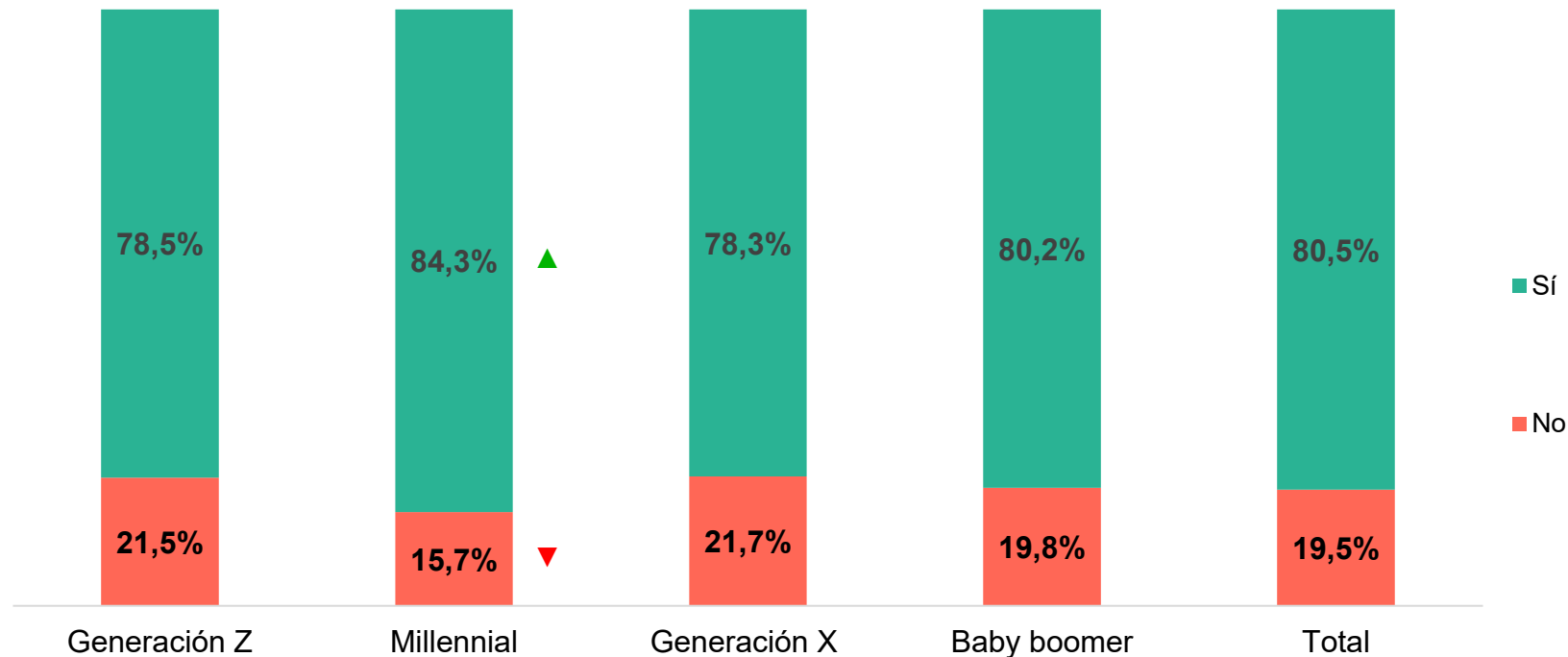
Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## Riesgo y rentabilidad y la inflación son los términos mejor comprendidos, mientras que el interés compuesto es más desconocido

	Se comprende	No se comprende
Interés compuesto	46.4%	53.6%
Inflación	77.5%	22.5%
Riesgo y rentabilidad	85.9%	14.1%

# 4.3 Comportamiento y hábitos financieros

## 8 de cada 10 adultos preparan presupuestos para sus gastos e ingresos, siendo significativamente mayor para la generación Millennial



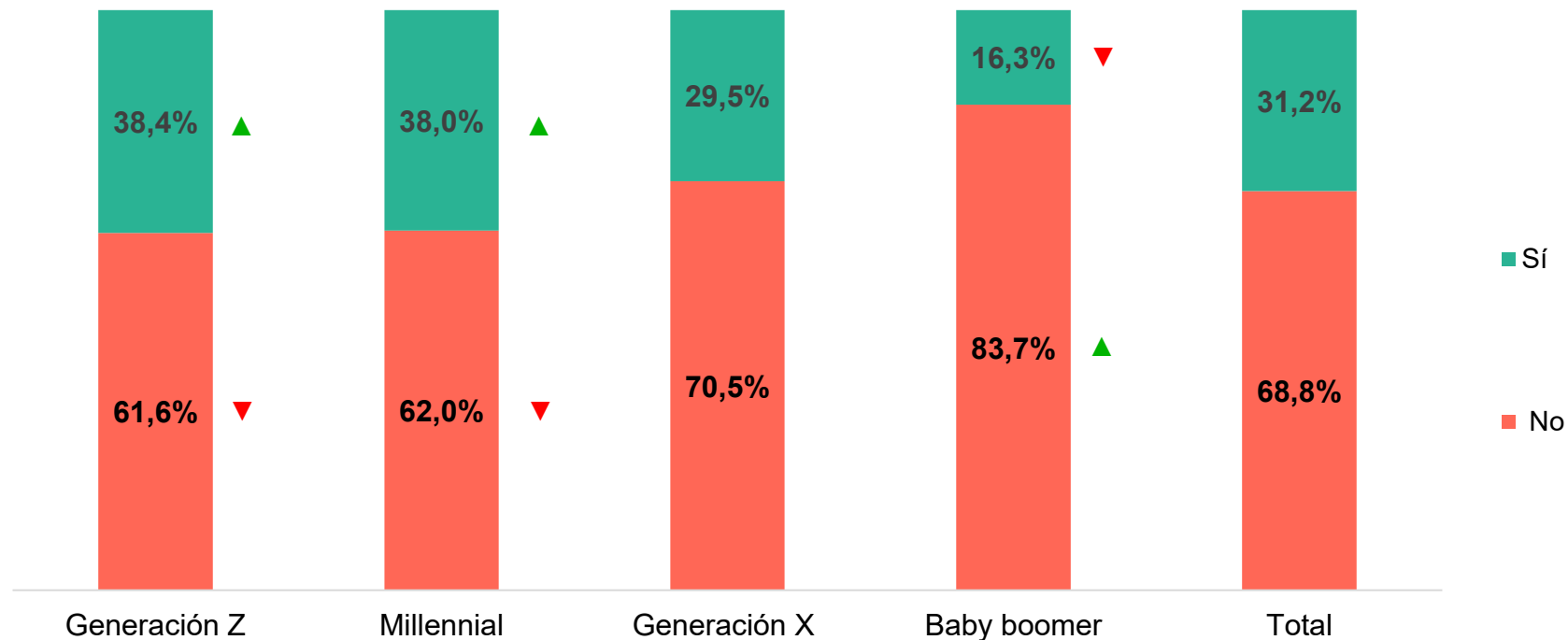
¿Elaboras un presupuesto mensual para tus ingresos y gastos?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## Tan solo 1 de cada 3 utiliza aplicaciones o herramientas para gestionar sus finanzas. A medida que incrementa la edad, cae la utilización de herramientas digitales para la gestión de finanzas



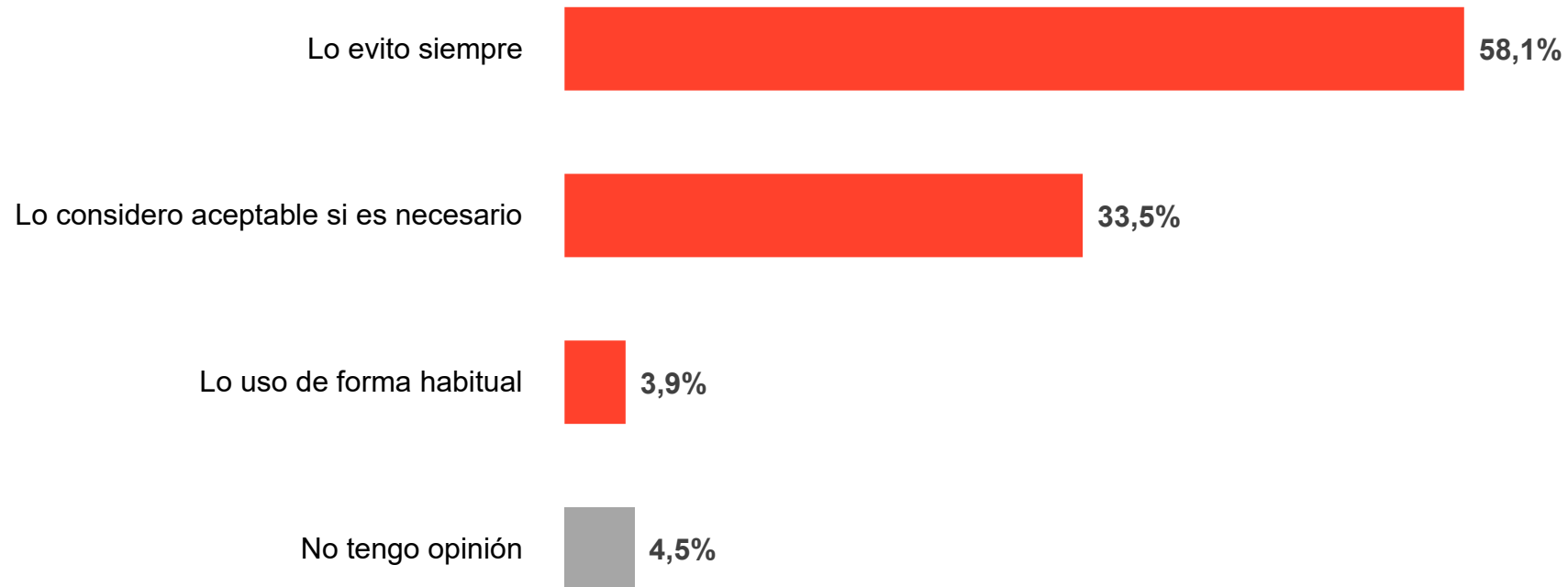
¿Utilizas aplicaciones o herramientas digitales para gestionar tus finanzas? (Por ejemplo: Fintonic, Money Manager, Mint, Wallet, Spendee, aplicaciones de tu banco, Excel/Google Sheets, etc.)

Base (1.036 entrevistas)

▲ ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

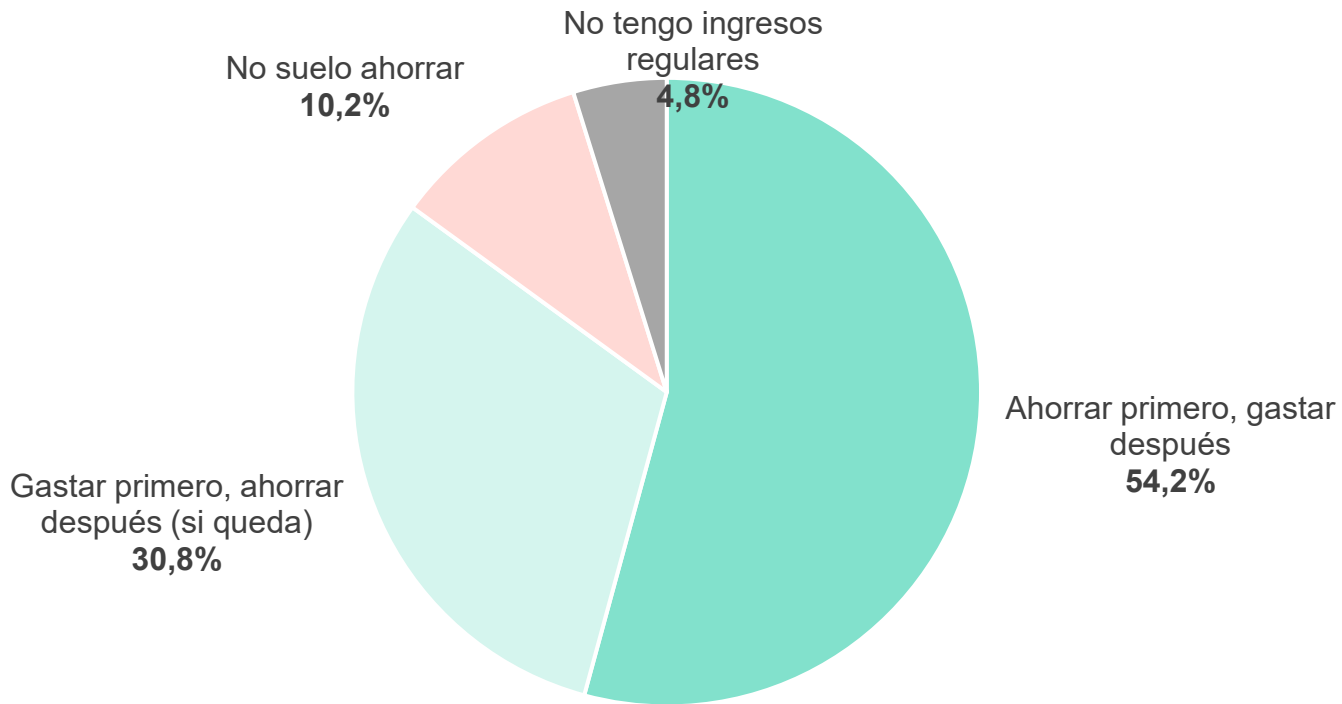
## Más de la mitad de los entrevistados evitan a toda costa el endeudamiento, y en caso de endeudarse, lo hacen solo si es necesario



¿Cómo describirías tu actitud hacia el endeudamiento?

Base (1.036 entrevistas)

## Aunque algo más de la mitad reconoce priorizar el ahorro antes del gasto, cerca de un tercio solo ahorra lo que queda tras cubrir sus gastos



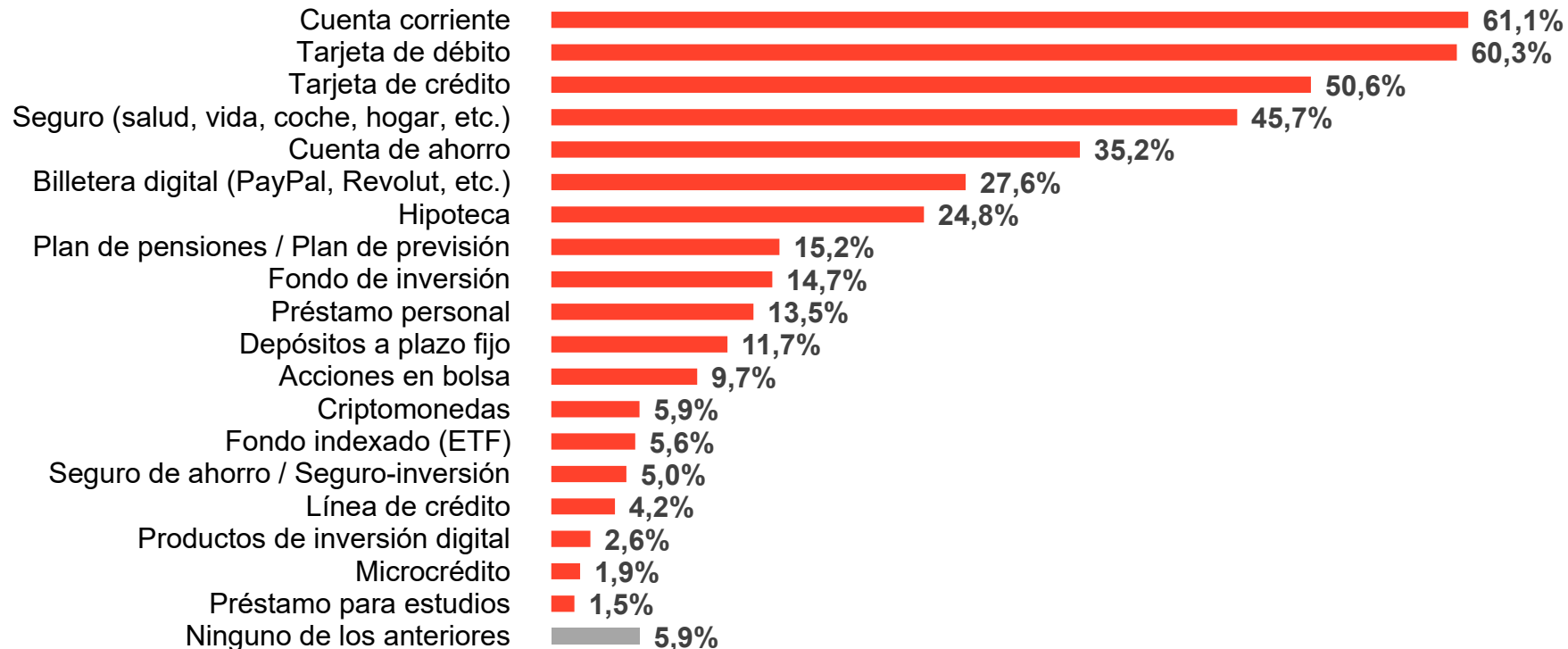
- Consideran muy importante la educación financiera
- Tienen un conocimiento de los productos financieros significativamente más alto que el resto de la población
- 83% realizan un presupuesto mensual
- 66% no utilizan herramientas digitales de gestión financiera
- De forma general evitan siempre el endeudamiento

¿Qué sueles hacer cuando recibes ingresos?

Base (1.036 entrevistas)

# 4.4 Acceso y uso de servicios financieros

## La tenencia se concentra en productos bancarios básicos (cuenta corriente, débito y crédito) junto con seguros, mientras que instrumentos de inversión y productos más sofisticados presentan una tenencia menor



¿Cuentas actualmente con alguno de estos servicios? (marca todos los que apliquen)

Base (1.036 entrevistas)

## A medida que aumenta la edad, aumenta la sofisticación de los servicios financieros . Generación X y Baby Boomers lideran en seguros e inversión, mientras que Gen Z presenta menor penetración y mayor proporción sin productos financieros.

	Generación Z	Milennials	Generación X	Baby Boomers	Total
Cuenta corriente	38.4%	56.7%	68.0%	75.0%	61.1%
Tarjeta de débito	46.5%	55.4%	65.4%	71.5%	60.3%
Tarjeta de crédito	33.1%	42.0%	56.8%	68.6%	50.6%
Seguro (salud, vida, coche, hogar, etc.)	15.1%	44.9%	55.6%	55.2%	45.7%
Cuenta de ahorro	24.4%	37.0%	37.2%	39.0%	35.2%
Billetera digital (PayPal, Revolut, etc.)	21.5%	27.9%	30.5%	27.3%	27.6%
Hipoteca	6.4%	29.2%	33.3%	16.9%	24.8%
Plan de pensiones / Plan de previsión	5.2%	11.1%	22.2%	16.9%	15.2%
Fondo de inversión	7.0%	14.4%	15.8%	19.8%	14.7%
Préstamo personal	3.5%	13.8%	18.3%	12.2%	13.5%
Depósitos a plazo fijo	6.4%	10.8%	12.7%	16.3%	11.7%
Acciones en bolsa	5.8%	7.9%	11.6%	12.2%	9.7%
Criptomonedas	2.9%	9.5%	5.7%	2.9%	5.9%
Fondo indexado (ETF)	2.9%	8.9%	5.2%	3.5%	5.6%
Seguro de ahorro / Seguro-inversión	3.5%	6.9%	5.4%	2.3%	5.0%
Línea de crédito	4.1%	4.6%	3.9%	4.7%	4.2%
Productos de inversión digital (robo-advisors, apps de inversión automatizada)	2.3%	3.9%	2.6%	0.6%	2.6%
Microcrédito	2.9%	2.6%	1.6%	0.6%	1.9%
Préstamo para estudios	3.5%	2.3%	0.8%	0.0%	1.5%
Ninguno de los anteriores	14.5%	6.9%	3.1%	1.7%	5.9%
<b>N</b>	<b>172</b>	<b>305</b>	<b>387</b>	<b>172</b>	<b>1.040</b>

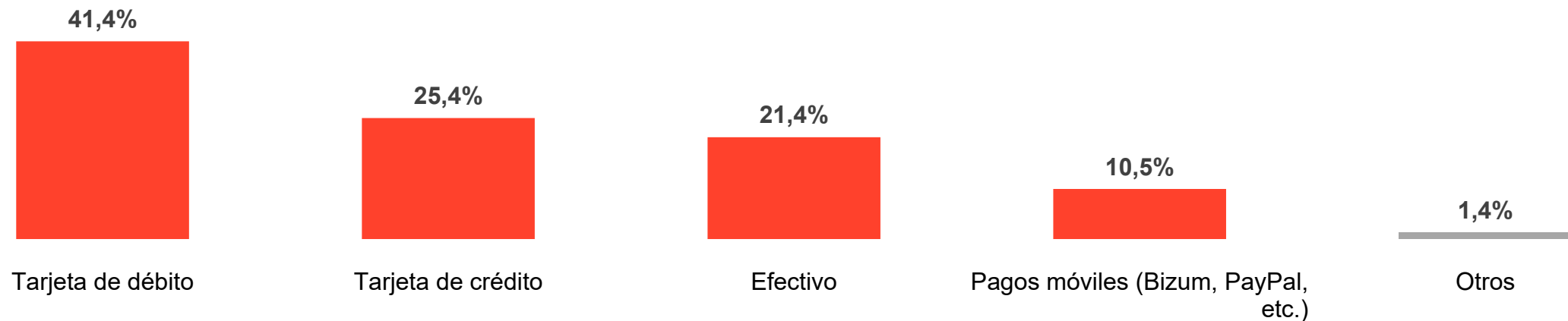
¿Cuentas actualmente con alguno de estos servicios? (marca todos los que apliquen)

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

**El medio de pago más utilizado son las tarjetas (crédito y débito), seguido del efectivo. Los pagos móviles se posicionan en última posición, con sólo un 11%**



¿Qué medio de pago utilizas con más frecuencia?

Base (1.036 entrevistas)

**Se observa que en generaciones mayores (Gen X y Baby Boomer) hay un mayor uso de efectivo, mientras que en generaciones más jóvenes (Gen Z y Millennial) se utilizan más los medios digitales**

	Generación Z	Millennials	Generación X	Baby Boomers	Total
Tarjeta de débito	37.8%	48.5%	39.3%	37.8%	41.4%
Tarjeta de crédito	26.2%	23.3%	25.3%	28.5%	25.4%
Efectivo	13.4%	15.7%	26.4%	27.3%	21.3%
Pagos móviles (Bizum, PayPal, etc.)	19.8%	10.8%	8.5%	5.2%	10.5%
Otros	2.9%	1.6%	0.5%	1.2%	1.3%
<b>N</b>	<b>172</b>	<b>305</b>	<b>387</b>	<b>172</b>	<b>1.040</b>

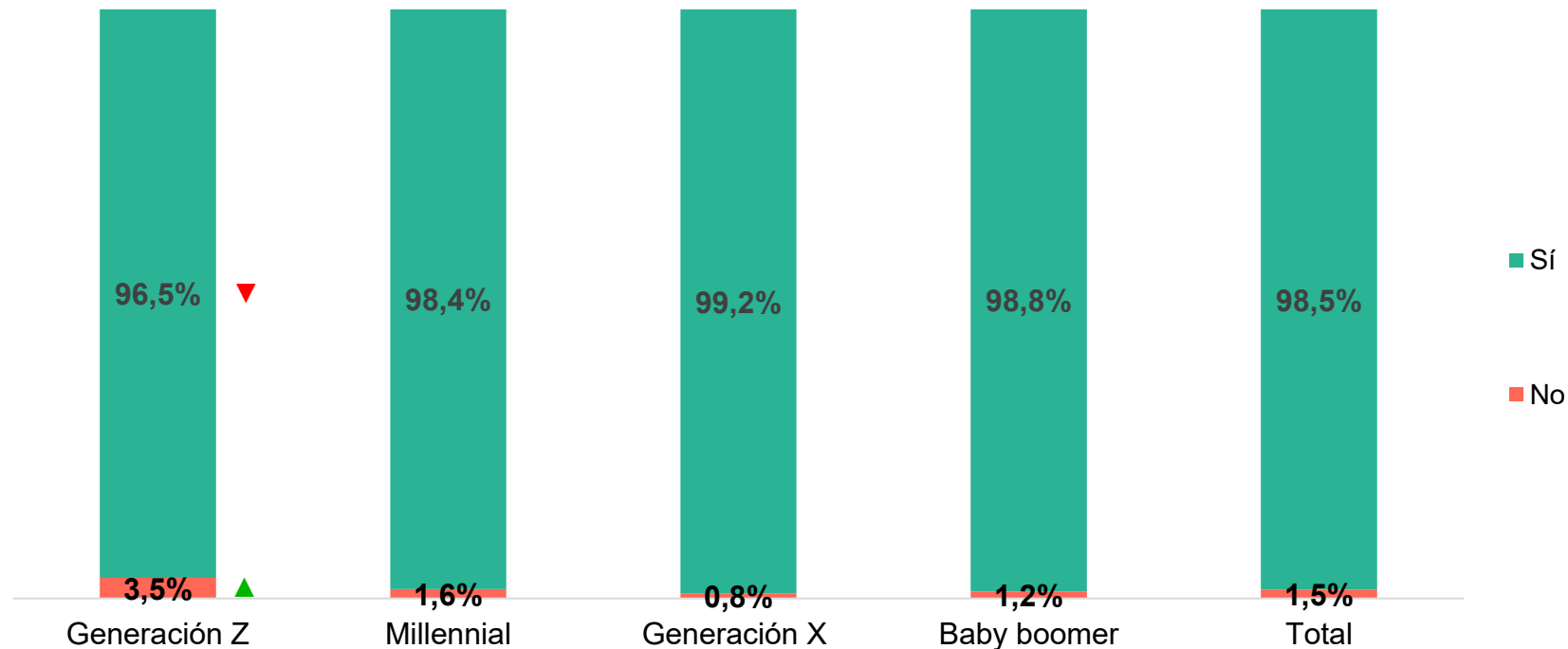
¿Qué medio de pago utilizas con más frecuencia?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

**99% de los entrevistados tienen una cuenta de banco activa.**  
**Los resultados de la generación Z son significativamente más bajos comparados con el total**



¿Tienes al menos una cuenta bancaria activa?

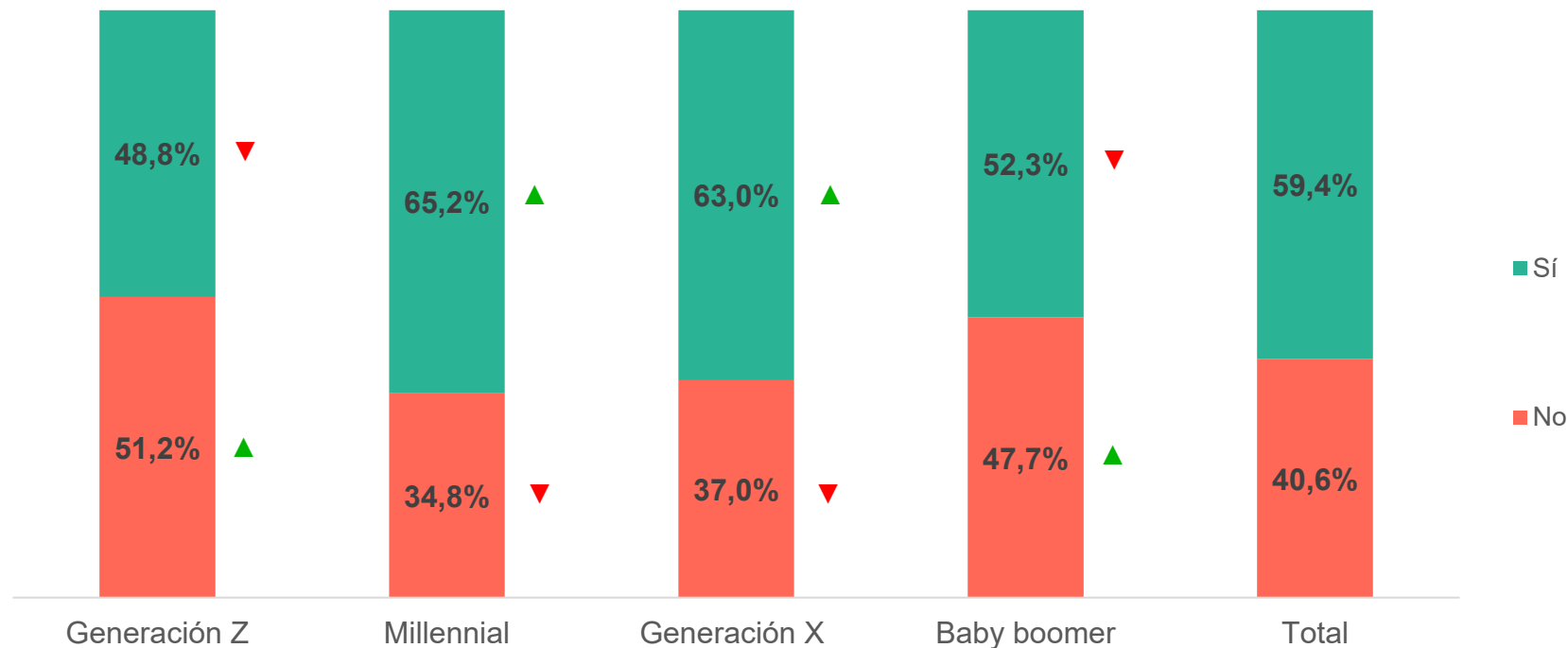
Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

# 4.5 Planificación financiera a largo plazo

## El 59% dispone de fondo de emergencia, con mayor presencia en Millennials y Generación X En la Generación Z y en los Baby Boomers hay más presencia de gente que no dispone de ahorro para imprevistos



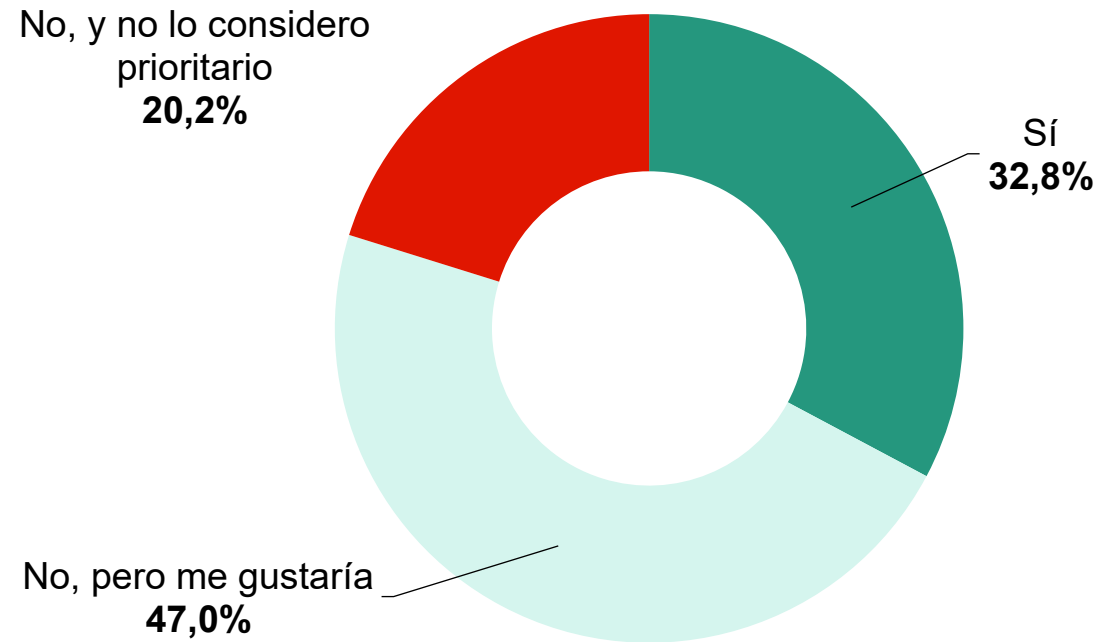
¿Tienes un fondo de emergencia para imprevistos?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

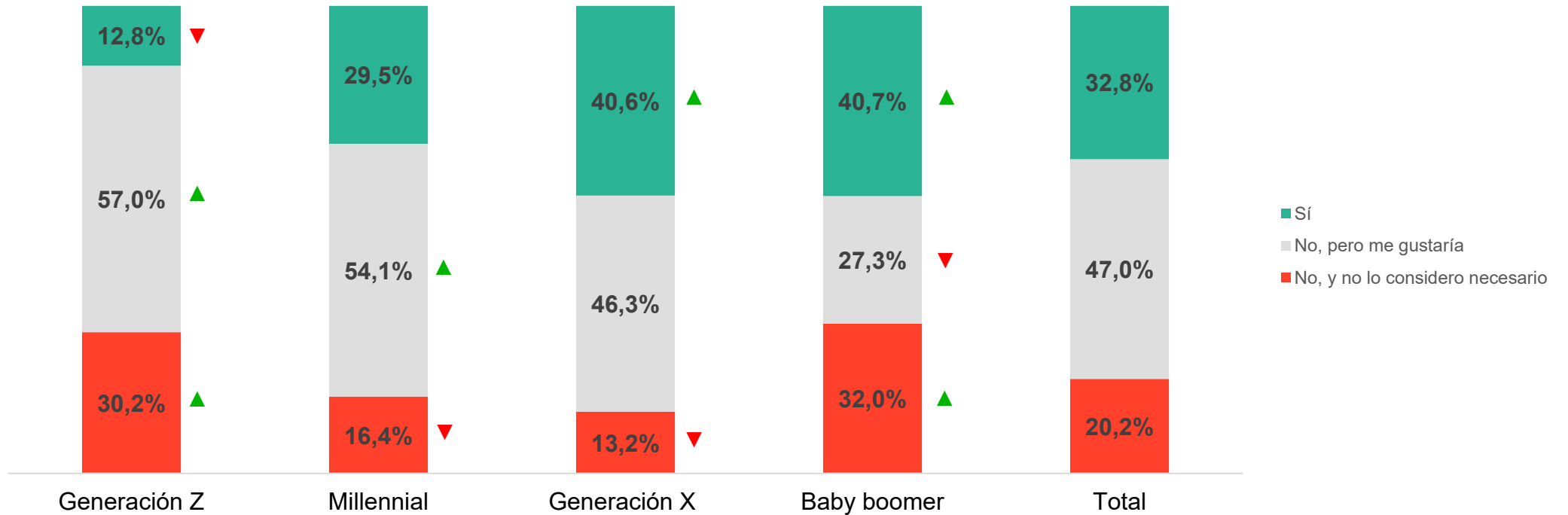
## Aunque tan solo 1 de cada 3 entrevistados está preparando su jubilación, a casi la mitad de ellos les gustaría empezar a prepararla ya



¿Estás preparando tu jubilación de alguna forma (ahorro, plan, inversión)?

Base (1.036 entrevistas)

## A medida que avanza la edad, aumenta la preparación de la jubilación

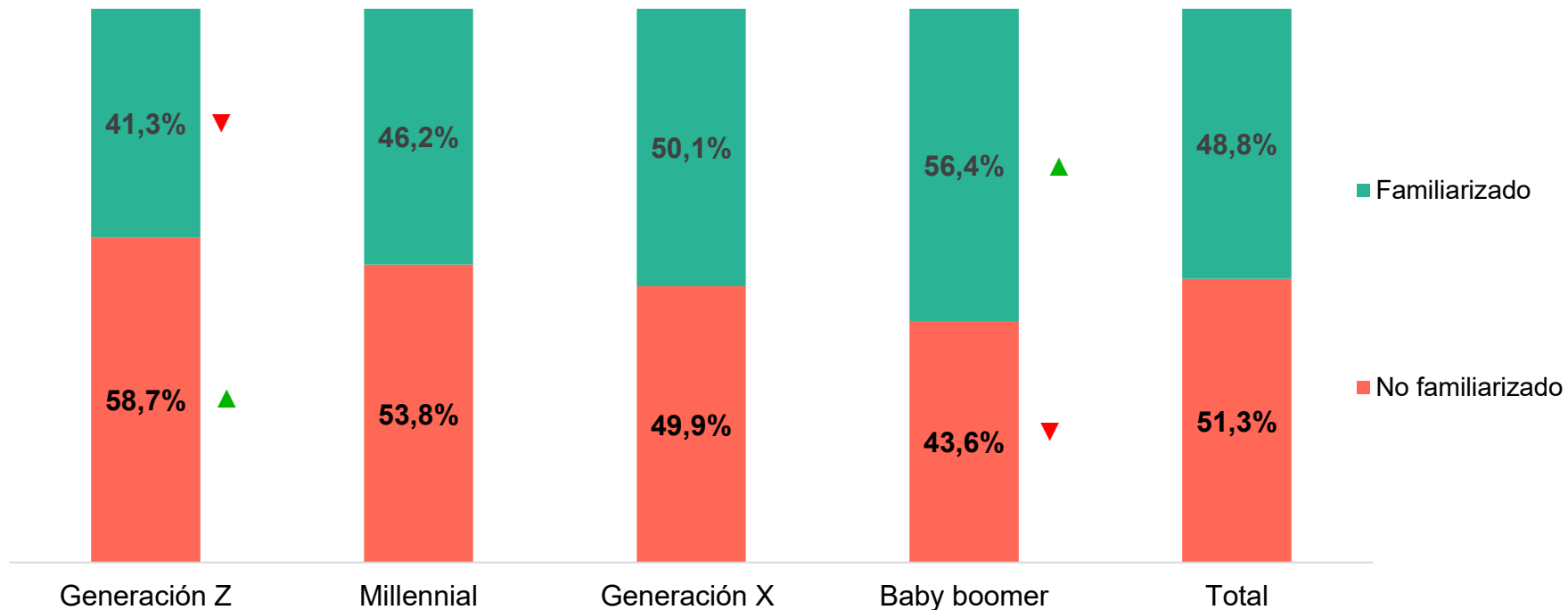


¿Estás preparando tu jubilación de alguna forma (ahorro, plan, inversión)?

Base (1.036 entrevistas)

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## 51% de la población afirma no estar familiarizados con el concepto de diversificación de inversiones. La familiaridad crece a medida que la edad aumenta



¿Qué tan familiarizado/a estás con el concepto de diversificación de inversiones?

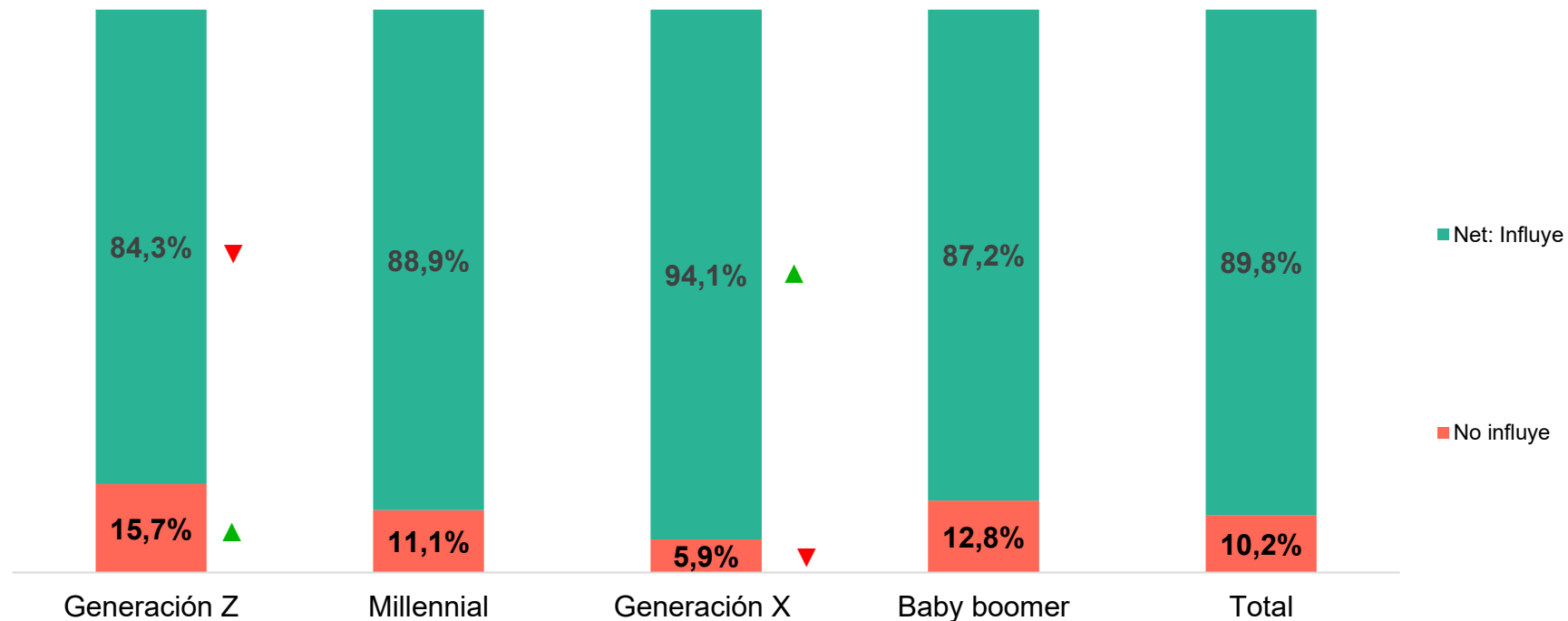
Base (1.036 entrevistas)

▲/ ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

# 4.6 Influencia socioeconómica y demográfica

## 9 de cada 10 entrevistados declaran que su situación económica afecta en sus decisiones financieras, especialmente la Generación X



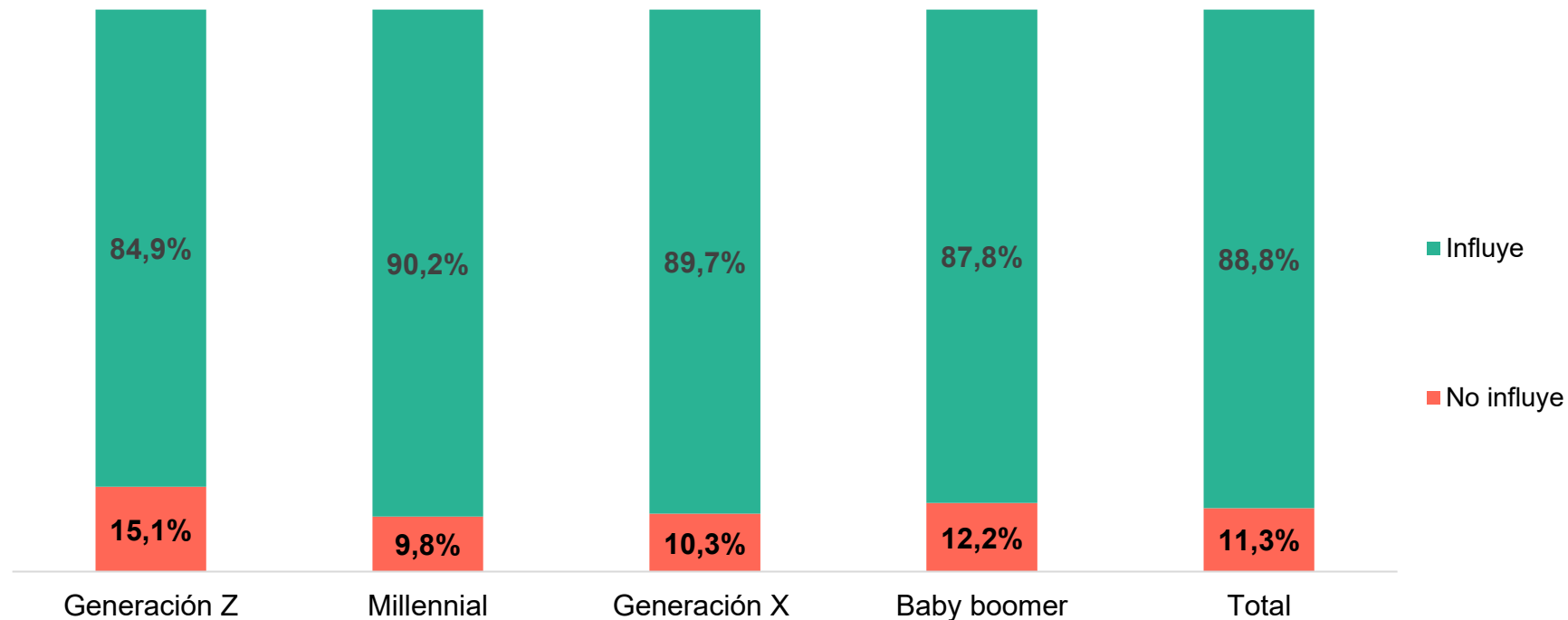
¿Consideras que tu situación económica influye en tus decisiones financieras?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## De nuevo 9 de cada 10 entrevistados afirman que la cultura y la educación recibida influye en la manera de manejar el dinero, sin haber diferencias entre generaciones



¿Crees que factores como la cultura o educación recibida influyen en tu forma de manejar el dinero?

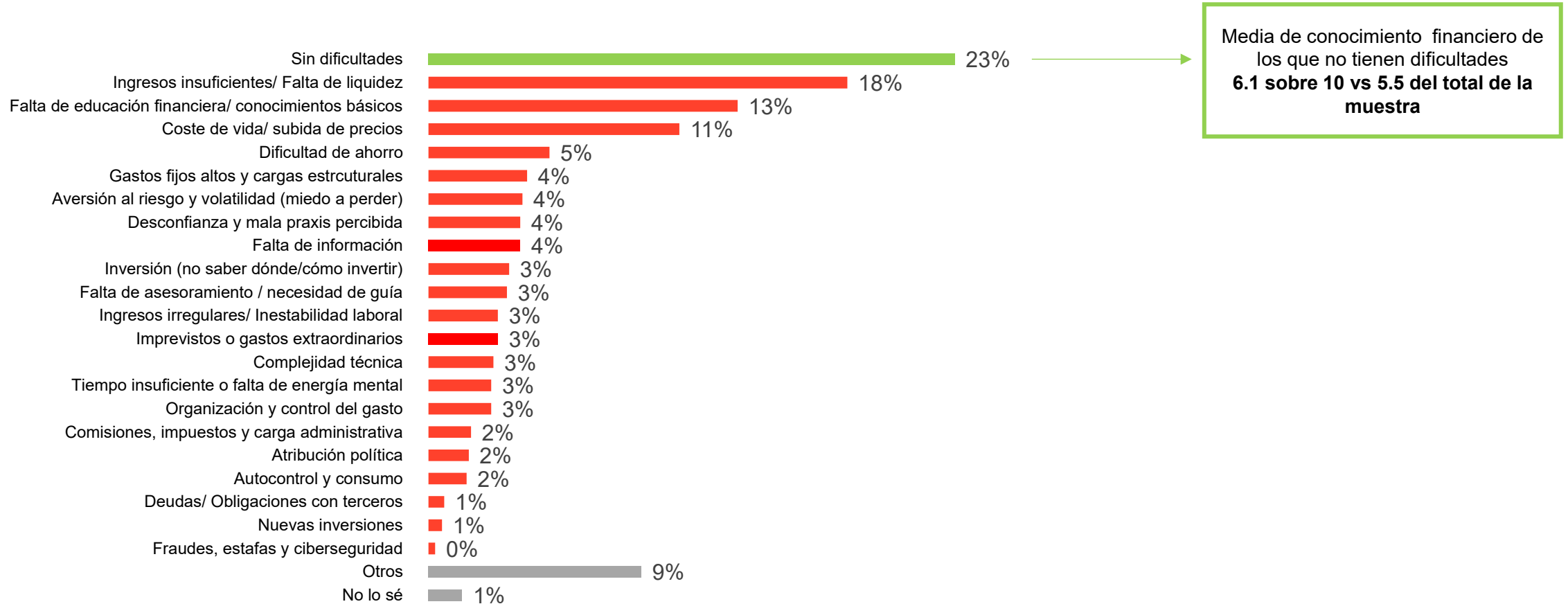
Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

**El 23% afirma no tener dificultades para gestionar sus finanzas personales. Mientras que el 18% afirma no contar con ingresos suficientes.**

**En un tercer puesto, la falta de educación es una de las dificultades a la hora de gestionar**

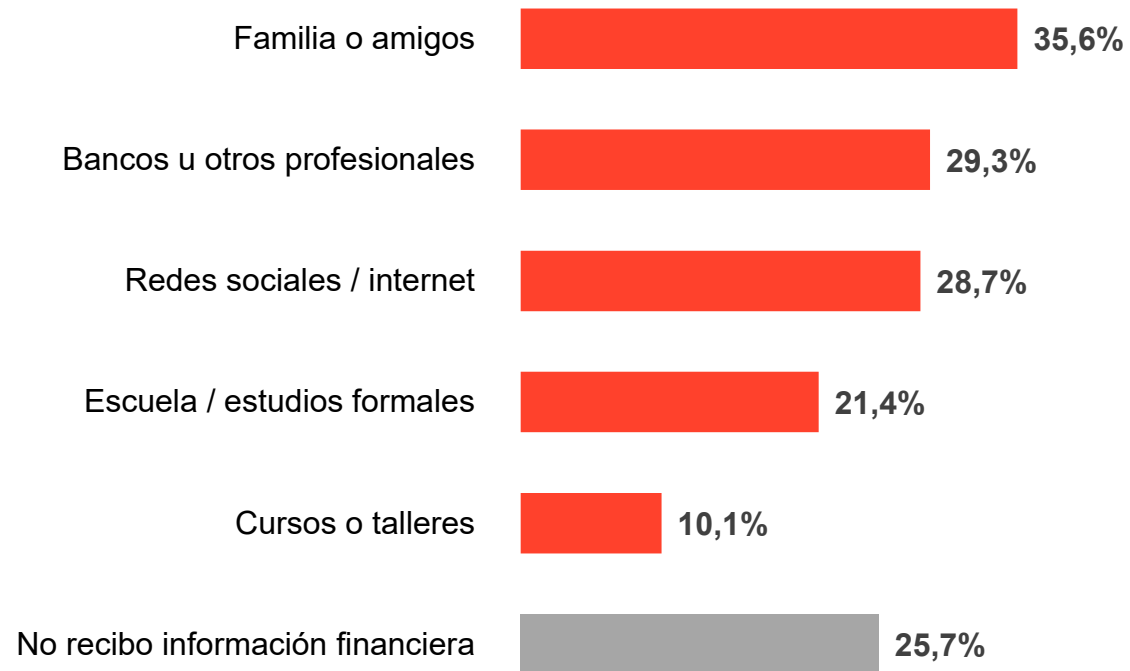


En tus propias palabras, ¿qué dificultades encuentras para gestionar tus finanzas personales?

Base (1.036 entrevistas)

# 4.7 Fuentes de información y formación financiera

## El entorno cercano es la principal fuentes de educación financiera, aunque un 26% afirma no recibir información sobre el tema



¿De dónde obtienes tus conocimientos financieros? Selecciona todos los que procedan

Base (1.036 entrevistas)

## Se observa cómo, Generación Z, recurre más a la familia y a las redes, Millennials a Internet, y los más mayores a bancos/ profesionales. La falta de información aumenta de forma significativa en los Baby Boomers

	Generación Z	Millennials	Generación X	Baby Boomers	Total
Familia o amigos	46.5%	38.7%	32.6%	25.6%	35.6%
Bancos u otros profesionales	19.8%	20.0%	33.3%	45.9%	29.3%
Redes sociales / internet	33.7%	40.3%	24.8%	12.2%	28.7%
Escuela / estudios formales	27.3%	18.7%	20.9%	20.9%	21.3%
Cursos o talleres	4.1%	12.5%	11.6%	8.7%	10.1%
No recibo información financiera	20.3%	23.3%	26.9%	32.6%	25.7%
<b>N</b>	<b>172</b>	<b>305</b>	<b>387</b>	<b>172</b>	<b>1.040</b>

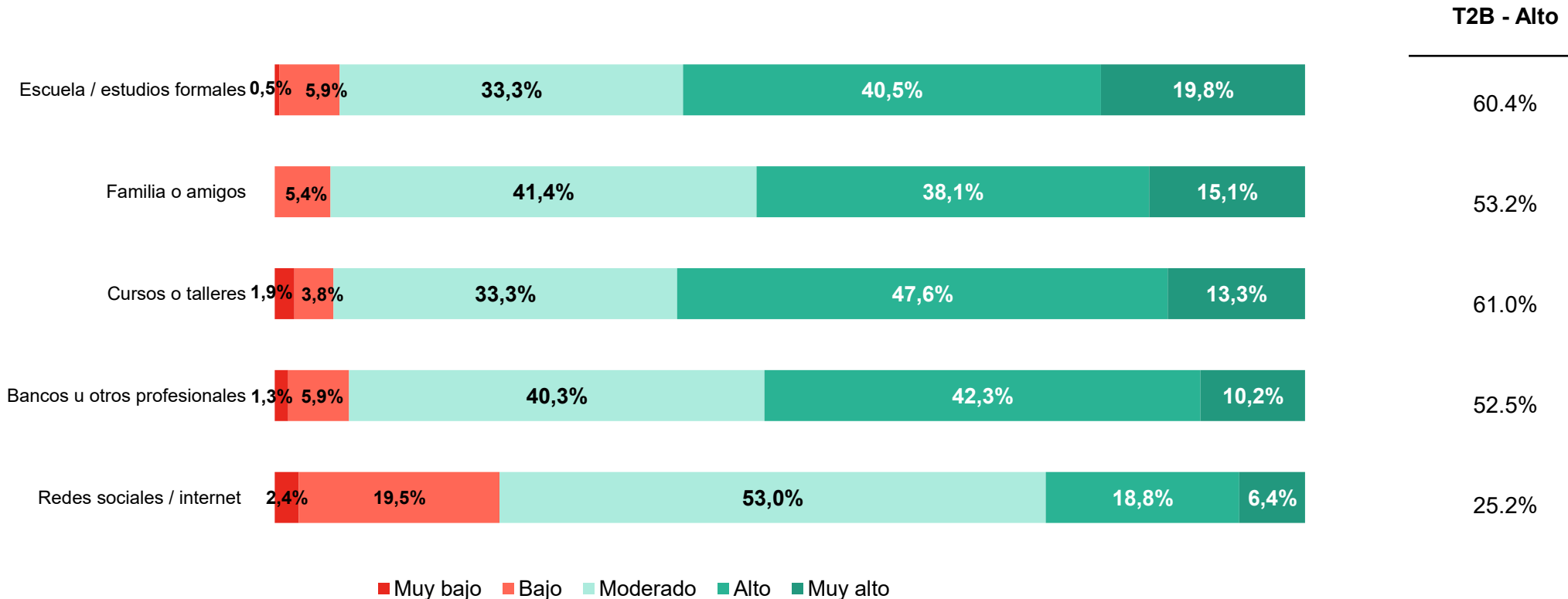
¿De dónde obtienes tus conocimientos financieros? Selecciona todos los que procedan

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

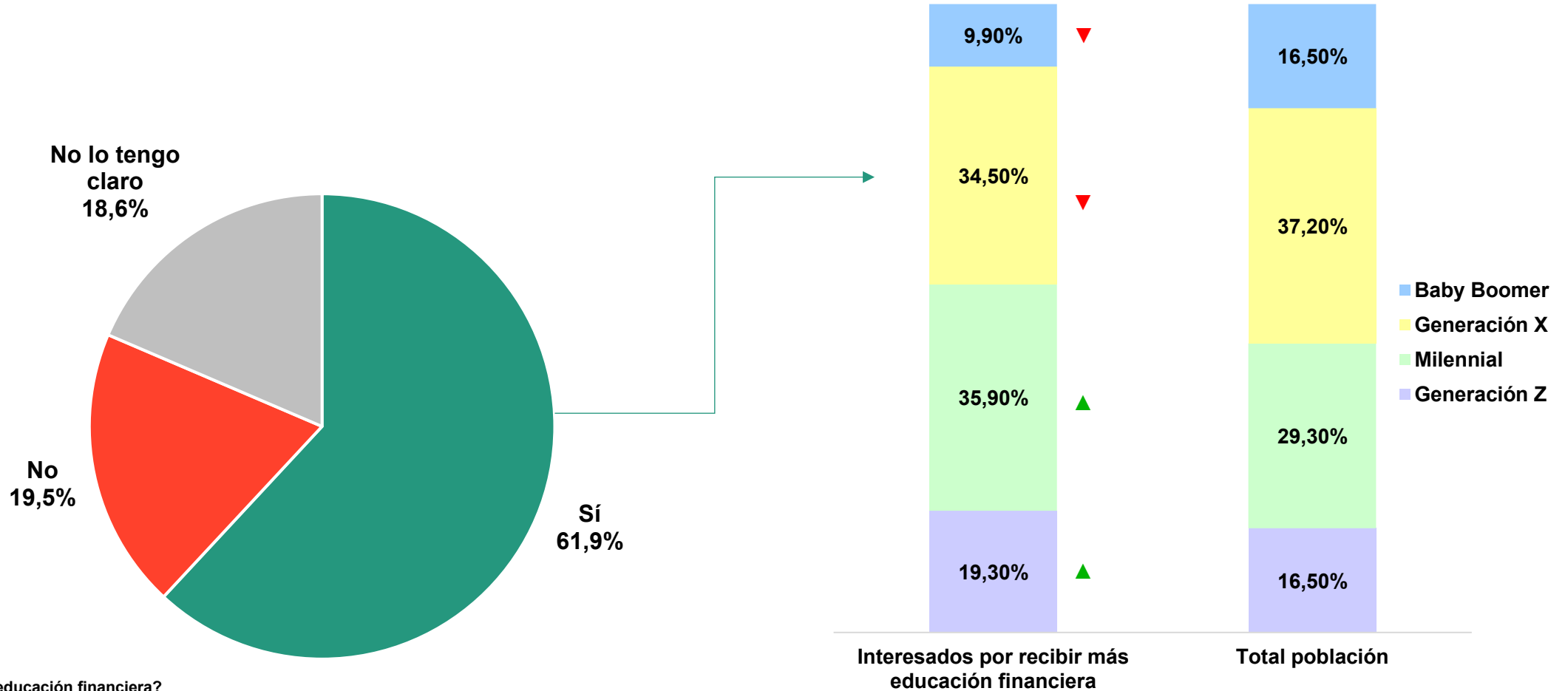
## El entorno académico es la fuentes de información que mayor confianza genera en cuanto a la formación financiera



¿Qué nivel de confianza te generan estas fuentes de información?

Base (773)

## Al 62% de los entrevistados les gustaría recibir más formación financiera. De ellos, la Generación X y los Millennials son los que más predispuestos están.



¿Te gustaría recibir más educación financiera?

Base (1.036 entrevistas)

▲ ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## La demanda de educación financiera está dominada por necesidades muy básicas: inversión y conceptos básicos. Existe un 16% afirma que no quiere aprender nada



¿Qué aspectos te gustaría aprender o mejorar en educación financiera?

Base (1.036 entrevistas)

**Generación Z y Millennial, los más interesados con diferencia en aprender conceptos básicos y generales. La gestión financiera personal y los préstamos/hipotecas, son otros temas de gran interés para los más jóvenes.**

**Los que menos interesados están en aprender son la Generación X y Baby Boomers.**

	Generación Z	Millennials	Generación X	Baby Boomers	Total
Inversión general	30.8%	30.8%	28.2%	25.6%	29.1%
Conceptos básicos / educación financiera general	30.2%	24.6%	17.6%	5.2%	19.6%
Ahorro	9.9%	16.4%	7.8%	9.3%	10.9%
Gestión financiera personal	14.5%	11.8%	7.0%	7.6%	9.7%
Riesgo y seguridad financiera	4.1%	4.6%	6.5%	5.2%	5.3%
Criptomonedas / activos digitales	0.6%	3.0%	5.7%	5.8%	4.0%
Ingresos y generación de dinero	2.9%	3.3%	3.4%	4.7%	3.7%
Préstamos, hipotecas y deuda	4.7%	2.0%	1.3%	1.7%	2.1%
Planes de pensiones / jubilación	1.7%	1.6%	1.8%	0.6%	1.5%
Fiscalidad e impuestos	1.7%	1.6%	1.0%	0.6%	1.3%
No interesado / ninguna / nada	3.5%	8.9%	18.9%	34.3%	16.0%
<b>N</b>	<b>172</b>	<b>305</b>	<b>387</b>	<b>172</b>	<b>1.040</b>

¿Qué aspectos te gustaría aprender o mejorar en educación financiera?

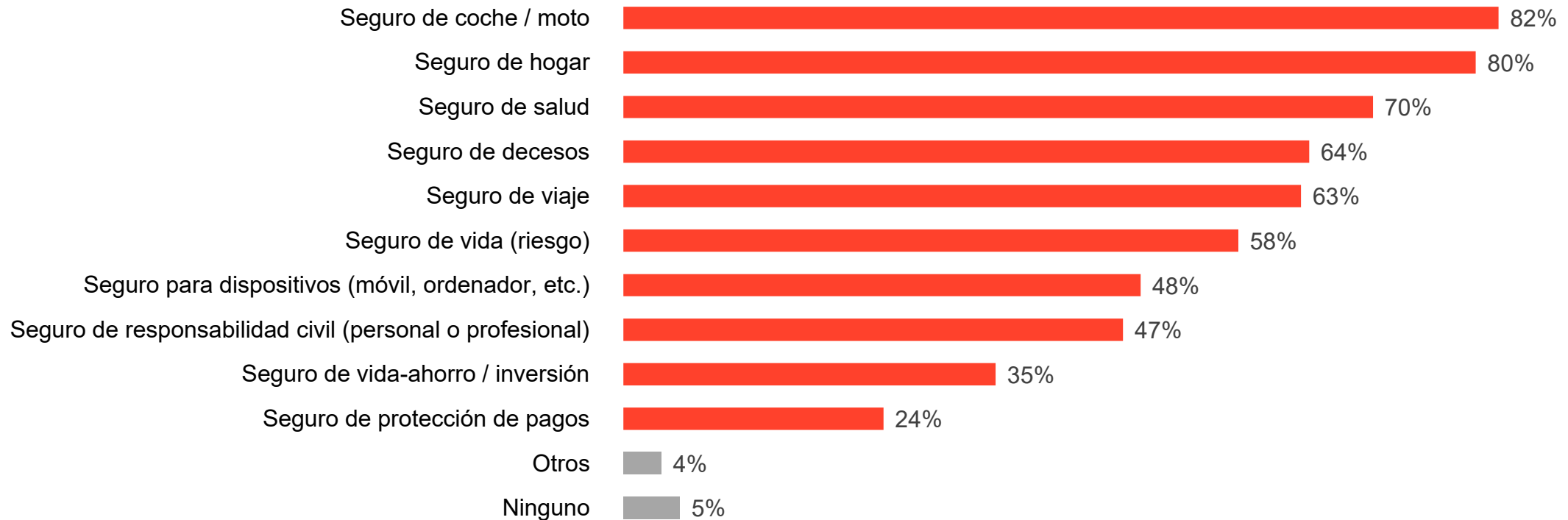
Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

# 4.8 Cultura aseguradora

## Los seguros de coche y moto y el de hogar son los más conocidos entre la población española, junto a los de salud, decesos, viaje y vida.



¿Qué tipos de seguros conoces y sabes, al menos en términos generales, cómo funcionan? Marca todos los que correspondan

Base (1.036 entrevistas)

**La Generación X es la que más seguros conoce (7), seguido de los Baby boomers (6). Ambos se sitúan por encima de la media total. Los Millennials (5) la Generación Z (4) ocupan los últimos puestos del ranking.**

	Generación Z	Milennials	Generación X	Baby Boomers	Total
Seguro de coche / moto	66.3%	78.0%	89.1%	87.2%	81.8%
Seguro de hogar	61.6%	76.1%	86.6%	88.4%	79.7%
Seguro de salud	57.6%	68.2%	74.4%	76.2%	70.1%
Seguro de decesos	29.7%	54.8%	77.8%	83.7%	64.1%
Seguro de viaje	52.9%	62.0%	66.4%	70.9%	63.4%
Seguro de vida (riesgo)	52.3%	58.0%	61.8%	52.9%	57.5%
Seguro para dispositivos	40.7%	45.2%	54.0%	50.0%	48.4%
Seguro de responsabilidad civil	26.2%	42.0%	55.3%	57.6%	46.7%
Seguro de vida-ahorro / inversión	22.1%	36.7%	38.2%	36.6%	34.8%
Seguro de protección de pagos	10.5%	20.3%	31.5%	29.7%	24.3%
Otros	1.7%	2.3%	4.9%	4.7%	3.6%
Ninguno	16.9%	4.3%	2.3%	2.3%	5.3%
<b>N</b>	<b>172</b>	<b>305</b>	<b>387</b>	<b>172</b>	<b>1.040</b>
<b>Número medio de seguros conocidos</b>	<b>4.2</b>	<b>5.4</b>	<b>6.6</b>	<b>6.4</b>	<b>5.7</b>

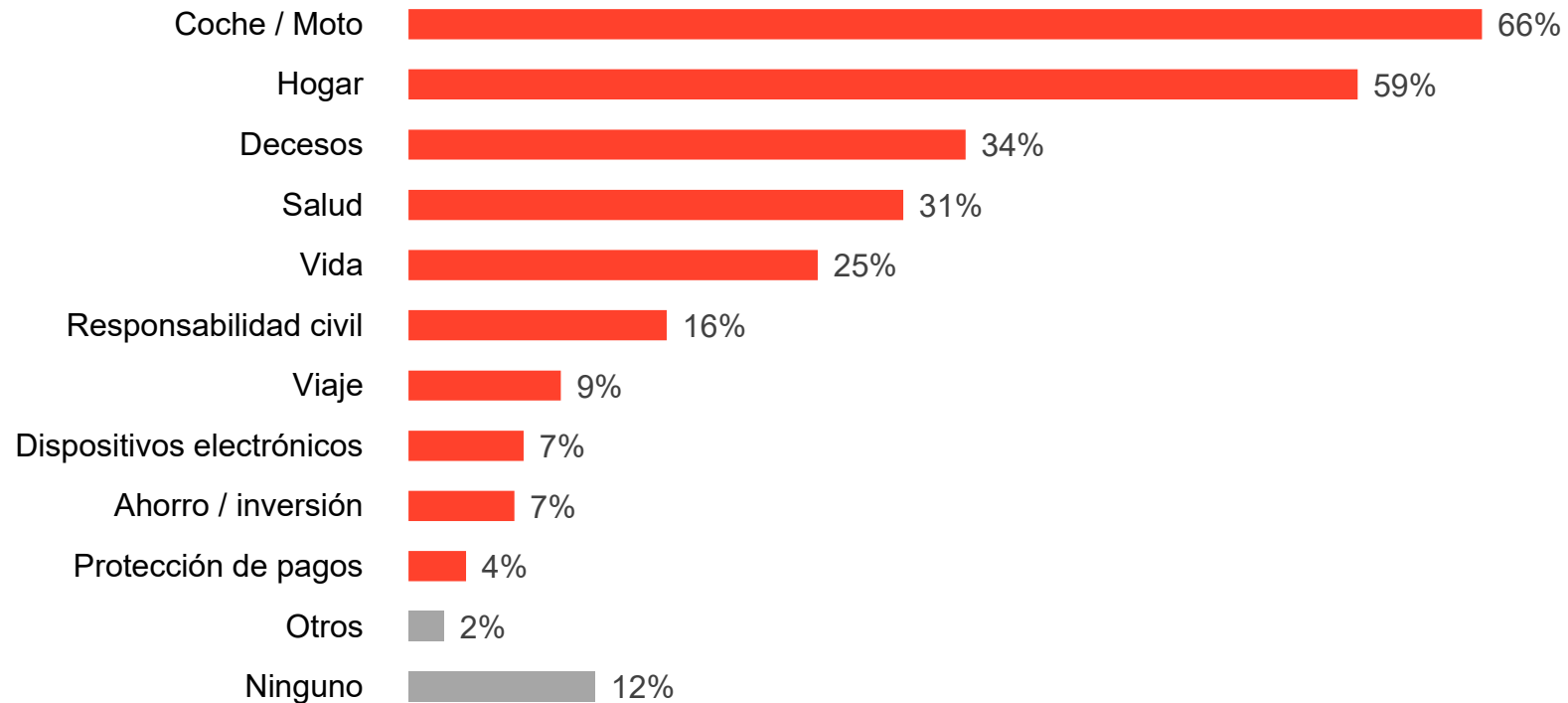
¿Qué tipos de seguros conoces y sabes, al menos en términos generales, cómo funcionan? Marca todos los que correspondan

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

**Seguros de coche / moto y salud son los más contratados. Les siguen, pero un poco más de lejos, los seguros de decesos, salud y vida. Un 12% afirma no tener contratado ninguno de estos seguros.**



¿Actualmente tienes contratado alguno de estos seguros? Marca todos los que correspondan

Base (1.036 entrevistas)

## Generación X y Baby boomers, tienen de media 3 seguros contratados. Por otro lado, un 34% de la Generación Z afirman no tener ningún seguro contratado.

	Generación Z	Milennials	Generación X	Baby Boomers	Total
Coche / Moto	40.1%	62.6%	75.7%	77.3%	66.3%
Hogar	22.1%	52.5%	73.4%	72.7%	58.7%
Decesos	9.9%	23.6%	43.7%	57.0%	34.4%
Salud	29.1%	30.8%	31.5%	29.7%	30.6%
Vida	15.7%	32.1%	29.2%	14.5%	25.3%
Responsabilidad civil	4.7%	16.1%	17.6%	23.8%	16.0%
Viaje	11.0%	11.1%	7.0%	10.5%	9.4%
Dispositivos electrónicos	7.6%	9.5%	6.2%	4.7%	7.1%
Ahorro / inversión	5.8%	8.5%	6.7%	3.5%	6.5%
Protección de pagos	2.9%	6.6%	2.3%	1.7%	3.6%
Otros	1.2%	1.6%	1.3%	6.4%	2.2%
Ninguno	33.7%	9.8%	5.4%	6.4%	11.5%
N	172	305	387	172	1.040
Número medio de seguros contratados	1.5	2.5	2.9	3.0	2.6

¿Actualmente tienes contratado alguno de estos seguros? Marca todos los que correspondan

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

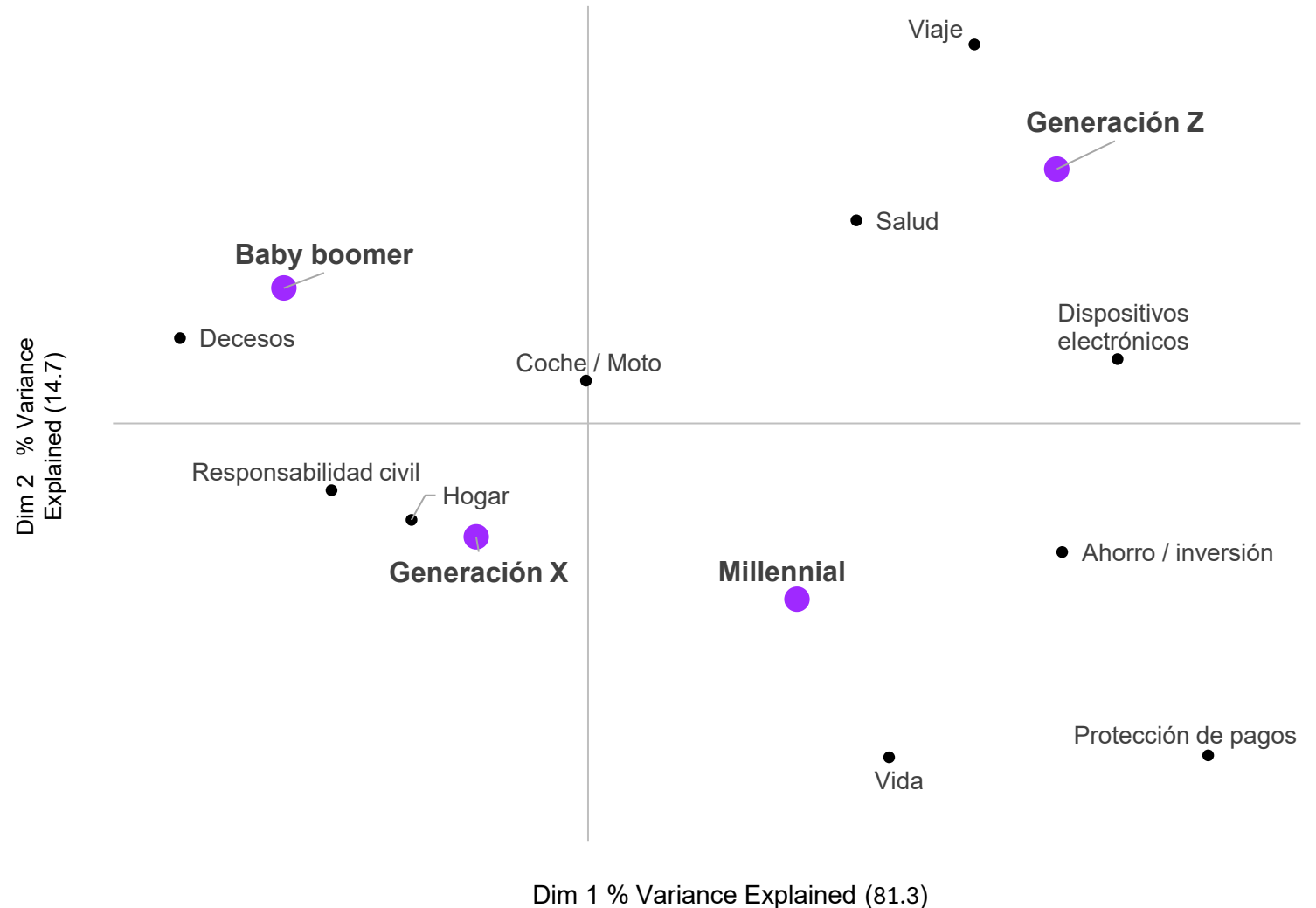
La **Generación Z**, la que más se asocia con la contratación de **seguros de viaje y dispositivos electrónicos**.

Los **Boomers**, se asocian en mayor medida con los **seguros de decesos**.

Por su lado, la **Generación X** es la que más se relaciona con los **seguros de responsabilidad civil y hogar**.

Los **Millennial** por su parte, se asocian con los **seguros de vida, ahorro e inversión**.

Los **seguros de coche y moto** se posicionan prácticamente en el centro, lo que significa que es **común a todas las generaciones**.

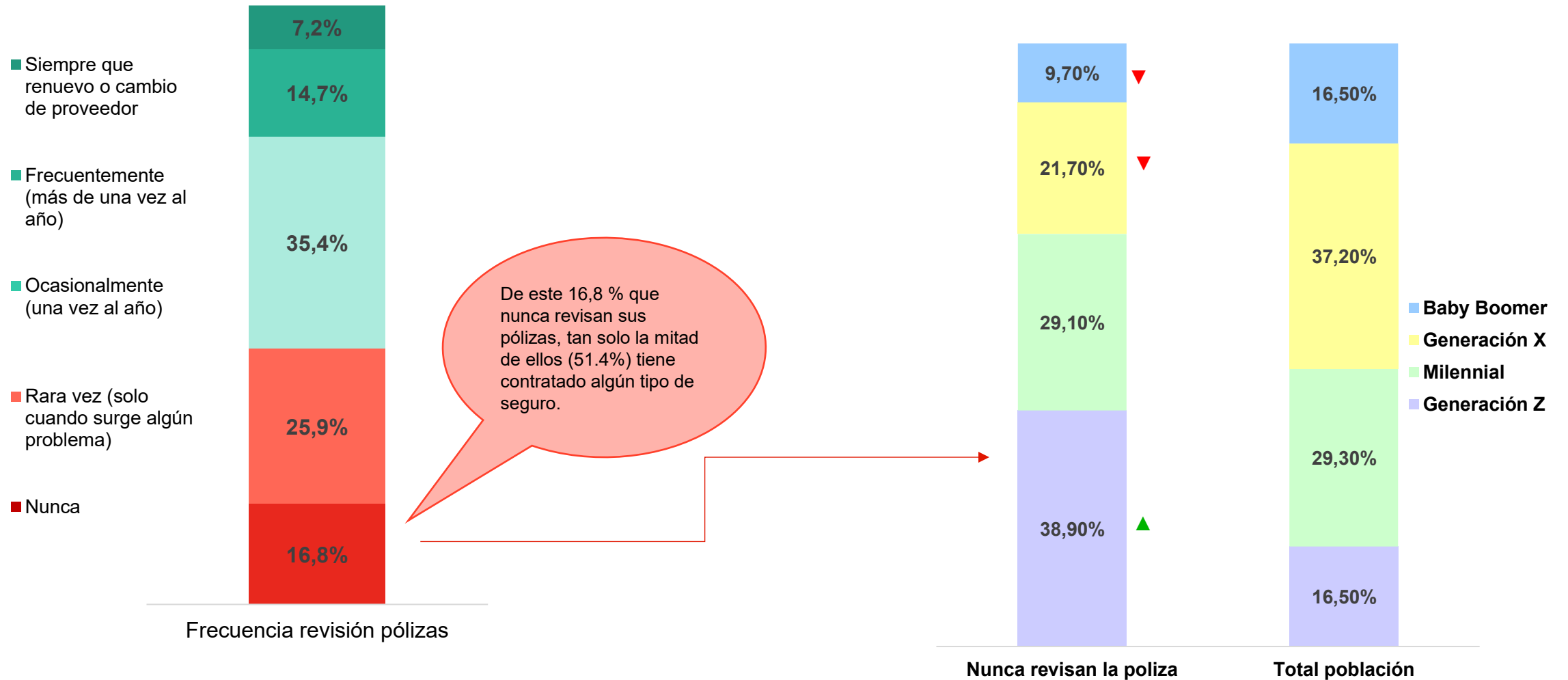


¿Actualmente tienes contratado alguno de estos seguros? Marca todos los que correspondan

\*\*Eliminados del cálculo las opciones "Ninguno" y "Otros".

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

**La tendencia indica que la póliza se suele revisar una vez al año.  
Entre aquellos que nunca la revisan, la generación Z es la que más destaca, con casi un 40%**



¿Con qué frecuencia revisas tus pólizas para comprobar coberturas, renovaciones o condiciones?

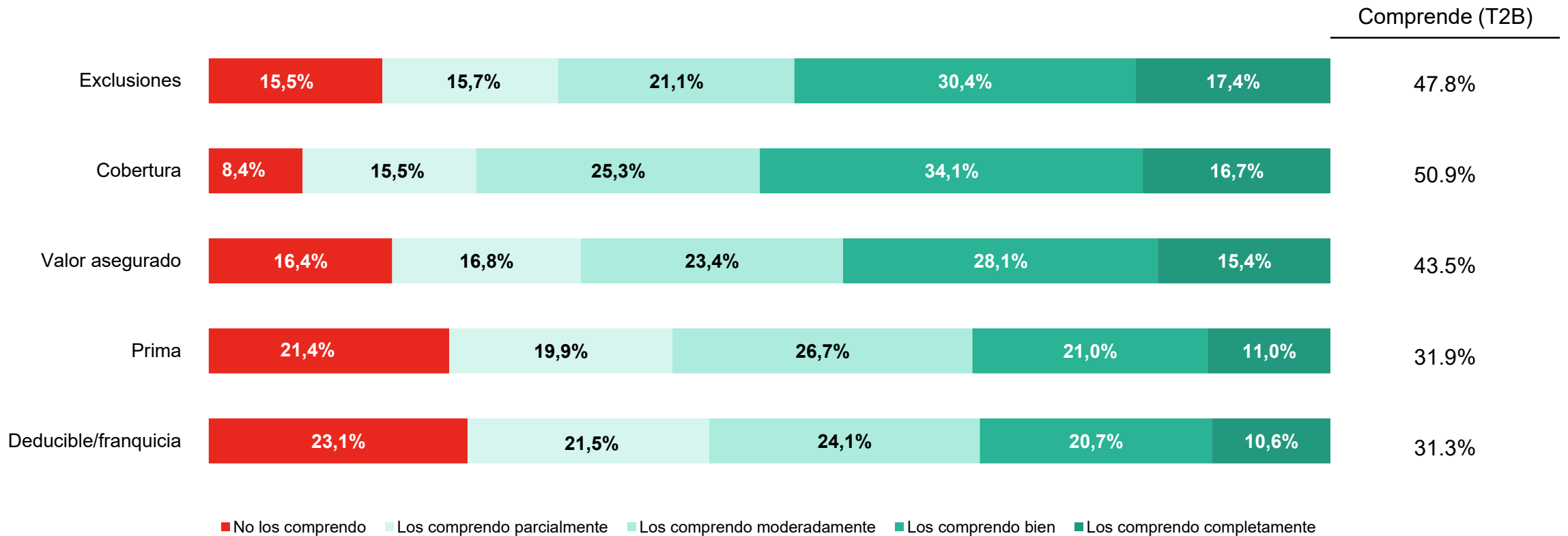
Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

**La cobertura es el concepto que mejor se comprende, seguido de las exclusiones y el valor asegurado.**

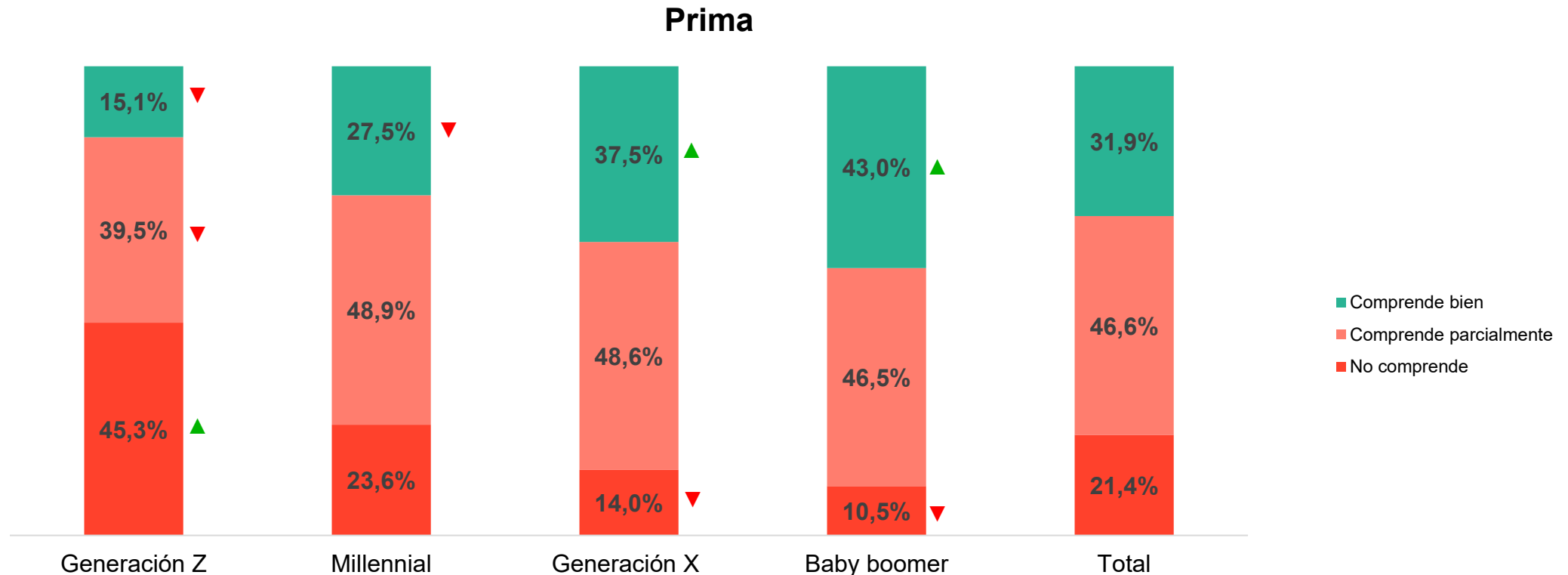
**La prima y la franquicia, los conceptos menos comprendidos en general, con casi un 25% que afirma no comprenderlos**



¿En qué medida comprendes los siguientes conceptos habituales en los seguros?

Base (1.036 entrevistas)

## La comprensión de la prima es limitada: solo un 31,9% afirma entenderla bien, mientras que cerca de la mitad reconoce comprenderla solo parcialmente



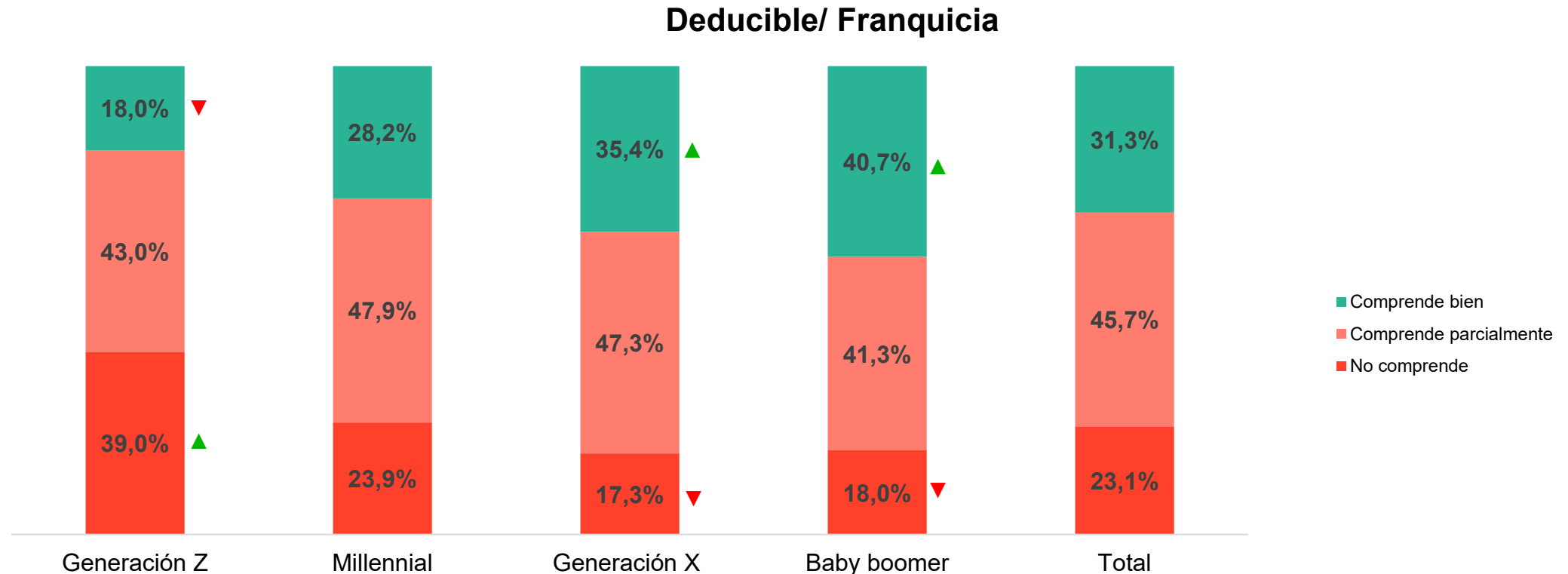
¿En qué medida comprendes los siguientes conceptos habituales en los seguros?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## La franquicia muestra un nivel de comprensión bajo, solo un 31,3% afirma entenderla bien, mientras que casi la mitad la comprende solo parcialmente



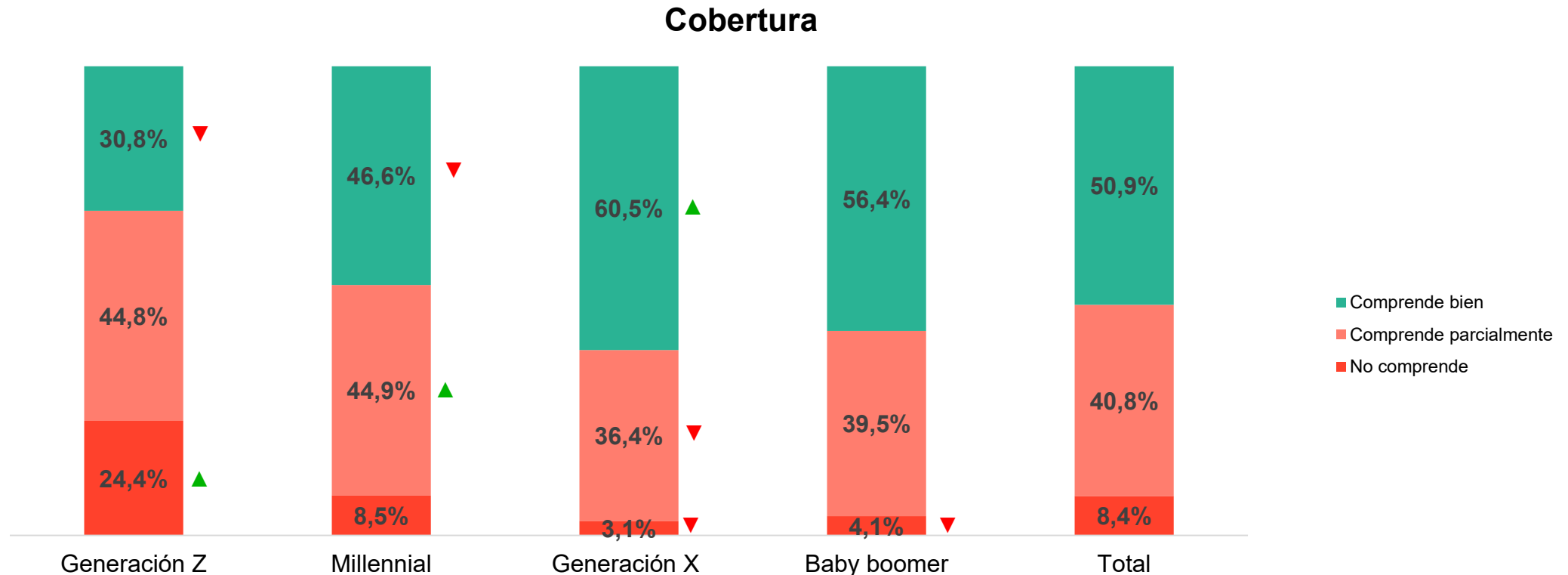
¿En qué medida comprendes los siguientes conceptos habituales en los seguros?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## Mientras que la Generación X es la que mejor comprende el concepto de cobertura, la Generación Z es la que peor lo comprende



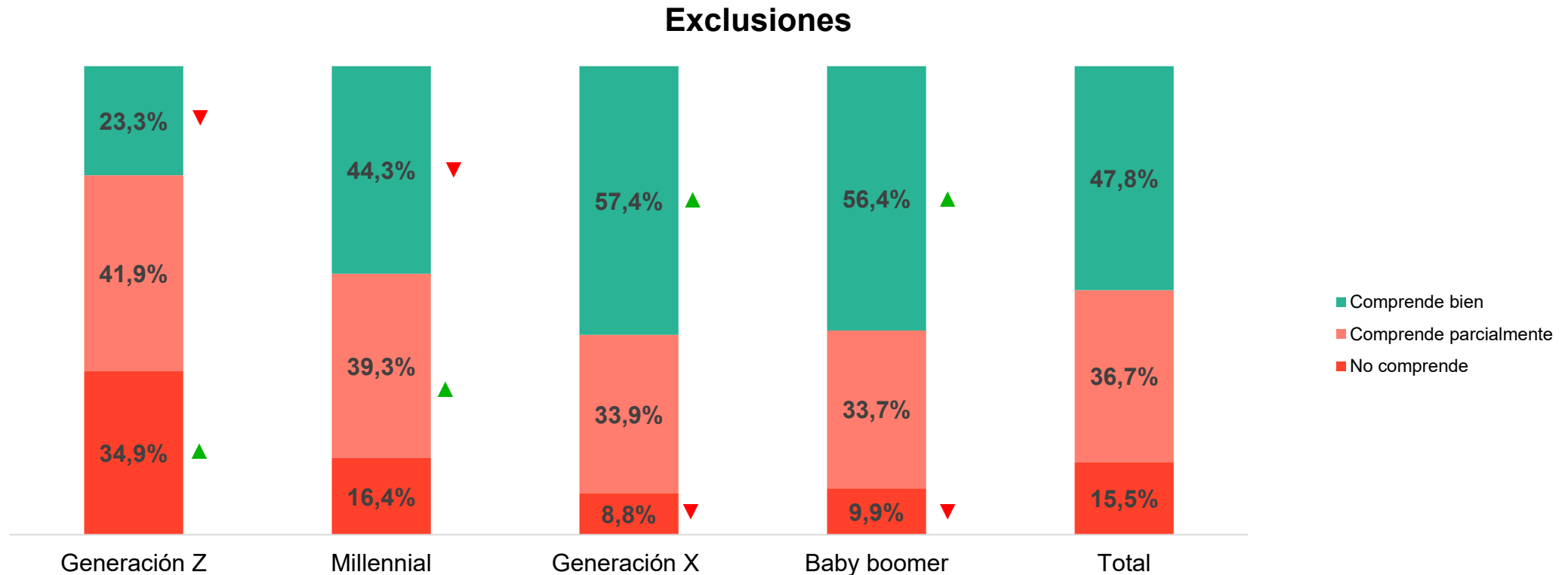
¿En qué medida comprendes los siguientes conceptos habituales en los seguros?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

## Las exclusiones son el término mejor entendido. A medida que avanza la edad aumenta el nivel de comprensión



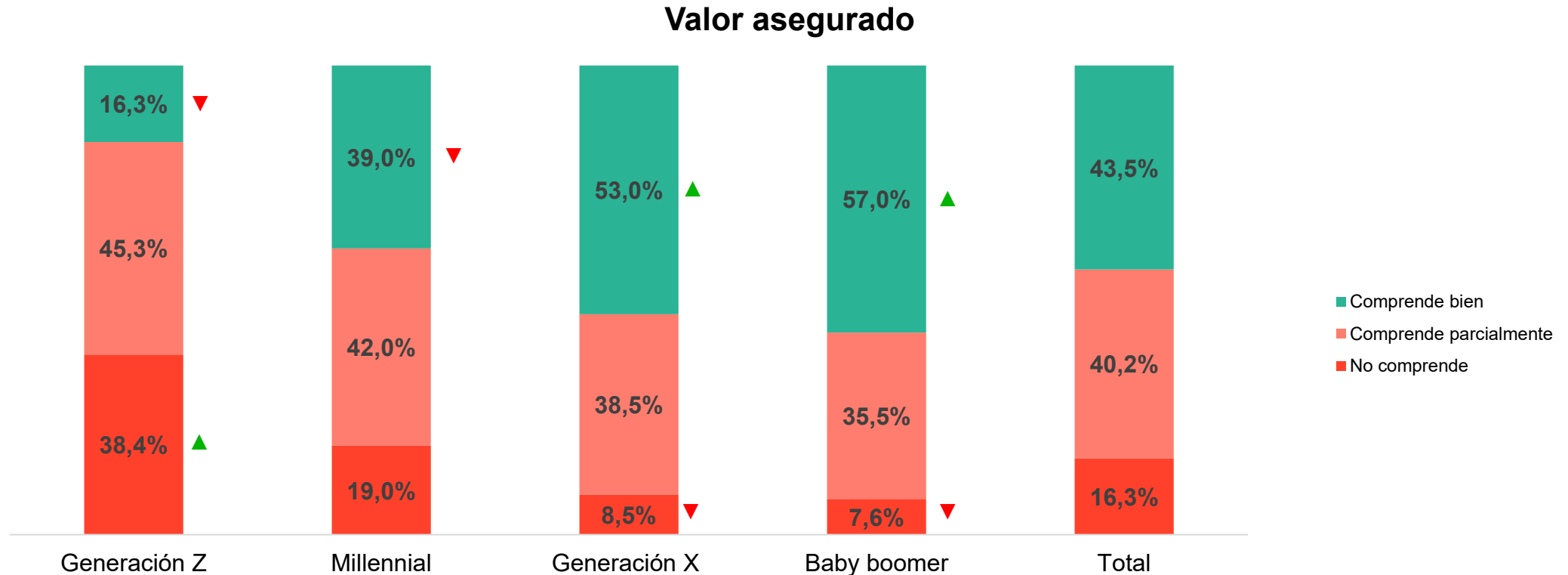
¿En qué medida comprendes los siguientes conceptos habituales en los seguros?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

**Misma tendencia que en los conceptos anteriores, a medida que avanza la edad, se comprende mejor el término, siendo los Baby boomers los que mejor lo comprenden**



¿En qué medida comprendes los siguientes conceptos habituales en los seguros?

Base (1.036 entrevistas)

▲ / ▼ Diferencias significativas (95% nivel de confianza) All vs resto

Generación Z (1997 - 2012), Millennials (1981-1996), Generación X (1965-1980), Baby Boomers (1946-1964)

# 5. Conclusiones

# Conclusiones – Percepción y actitudes

- La educación financiera se considera altamente relevante (63%).
- Existe una **disonancia entre confianza y conocimiento real**: aunque un 83% afirma sentirse confiado a la hora de gestionar sus finanzas, el nivel medio de conocimiento declarado es solo de 5.5 sobre 10.
- La **Generación Z** destaca como el grupo más vulnerable: **menos confianza, menos conocimiento y menor comprensión de conceptos clave**.



# Conclusiones – Conocimientos básicos financieros

- El conocimiento se concentra en **productos básicos** (tarjetas, cuentas corrientes, hipotecas). No existe comprensión sólida de productos de inversión ni de ahorro a largo plazo.
- Las **diferencias de conocimiento entre generaciones son claras**, Generación X y Boomers lideran el conocimiento mientras que Gen Z presenta déficits. Esto puede deberse perfectamente al **desconocimiento por la no tenencia** de esos productos (hipotecas, fondos de inversión, etc.)
- Conceptos como **interés compuesto** es desconocido para más de la mitad, mientras que términos como **riesgo, rentabilidad o inflación** sí que se entienden.



# Conclusiones – Comportamiento y hábitos financieros

- El **80%** afirma que **elabora presupuestos**.
- Y aunque **más de la mitad ahorran antes de gastar**, sigue habiendo **un tercio que sólo ahorra si le sobra**.
- El **uso de las herramientas digitales** para gestionar las finanzas es **bajo (31%)**. Los jóvenes tienden más a usarlas, pero incluso en ellos el uso no es mayoritario.
- Hay una **actitud muy conservadora hacia el endeudamiento**, el **58%** lo evita siempre. Esto indica aversión al riesgo.



# Conclusiones – Acceso y uso de los servicios financieros

- La **penetración de los servicios financieros básicos es muy alta**, casi universal. 99% tiene afirma tener una cuenta de banco corriente.
- Se observa que a medida **que la edad crece**, el **portfolio financiero crece** y es además más sofisticado.
  - La **Gen Z** vuelve a sobresalir como el segmento **más frágil**, siendo la generación que menos productos financieros tiene.
- La **forma de pago preferida es la tarjeta**, seguido del efectivo y en un último puesto, el pago móvil.



# Conclusiones – Planificación financiera a largo plazo

- Un **59%** de los entrevistados **cuentan con un fondo de emergencias**.
- La **planificación de la jubilación es baja**, solo un 1 de cada 3 se encuentra preparándola actualmente. **Pero existe interés**, un 47% quiere empezar a hacerlo (aquí destacan significativamente la Gen Z y los Millennials).
- La **diversificación es desconocida** para el 51%, lo que bloquea la entrada a productos de inversión.



# Conclusiones – Influencia socioeconómica y demográfica

- 9 de cada 10 consideran que su situación económica define sus decisiones financieras.
- Factores culturales y educativos también influyen fuertemente (89%)
- Las **principales dificultades** mencionadas a la hora de gestionar revelan la **falta de ingresos suficientes y la falta de educación financiera**.
- Destaca un 23% que afirma no tener ninguna dificultad a la hora de gestionar. Este grupo tiene un nivel de conocimiento financiero por encima de la media.



# Conclusiones – Fuentes de información y formación financiera

- La familia y los amigos son la principal fuente para la información financiera, pero es la escuela la fuente más fiable.
- El 62% afirma estar interesados en recibir más formación financiera, especialmente Gen Z y Millennials.
- La demanda de contenidos está centrada en inversión y conceptos básicos.
  - Pese al interés general por mejorar sus conocimientos, existe un 16% que no muestra disposición a recibir formación financiera; este grupo está compuesto mayoritariamente por personas de la Gen X y Boomers.



# Conclusiones – Cultura aseguradora

- Los **seguros más conocidos** son los de coche, hogar y salud.
- Los **seguros más contratados** siguen la misma línea: coche, hogar, decesos y salud los que más tiene la gente.
  - De media se tiene alrededor de **3 seguros**
  - Un **12%** no tiene ningún seguro, pero entre la Gen Z este porcentaje asciende a un 34%.
- El **conocimiento de conceptos aseguradores es limitado**. La prima y la franquicia están entre los conceptos más confusos.
- La **revisión de la póliza es baja**, y la mayoría lo hace normalmente una vez al año.



# 6. Recomendaciones

# Recomendaciones finales para Mapfre

Simplificar la comunicación aseguradora	Potenciar la revisión anual de pólizas en clientes	Acompañar la preparación de la jubilación	Diseñar mensajes específicos para la Generación Z
<p>El estudio muestra que los conceptos más incomprendidos son la prima, la franquicia y el valor asegurado, sobre todo entre los más jóvenes.</p> <p>La <b>creación de microcontenidos en redes sociales</b> puede ser una buena herramienta para alcanzar a este público.</p>	<p>El 17% nunca revisa su póliza y la mitad de ellos sí cuentan con seguros.</p> <p>La <b>creación de una campaña anual de revisión preventiva</b> para los clientes actuales puede aumentar la satisfacción y la retención de clientes.</p>	<p>Sólo 1 de cada 3 se prepara, pero casi la mitad quiere empezar ya. Entre ellos, los jóvenes son los más interesados.</p> <p><b>Crear un plan de inicio a la jubilación</b> para aquellos que quieren empezar para bajar la barrera de entrada y facilitar el primer paso.</p>	<p>Ya se ha visto que es un grupo bastante vulnerable en lo que a educación financiera y aseguradora refiere.</p> <p><b>Crear contenidos específicos para acercar los seguros y las finanzas</b> a este grupo, intentando alejarse del lenguaje y formatos tradicionales del sector.</p>

# Thank you

---

YouGov, 2024, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws. Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited. This information (including any enclosures and attachments) is proprietary and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided. We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.