

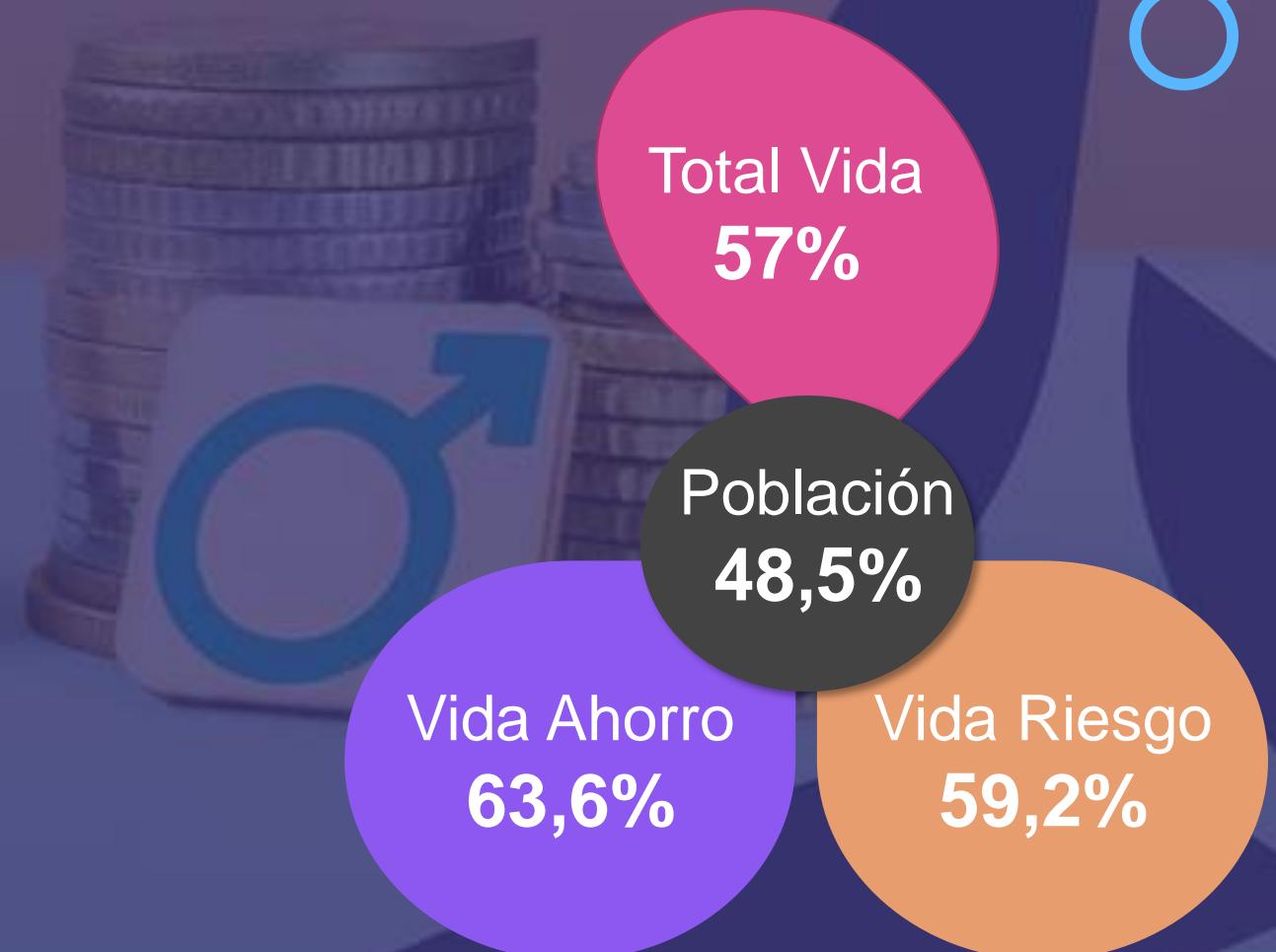
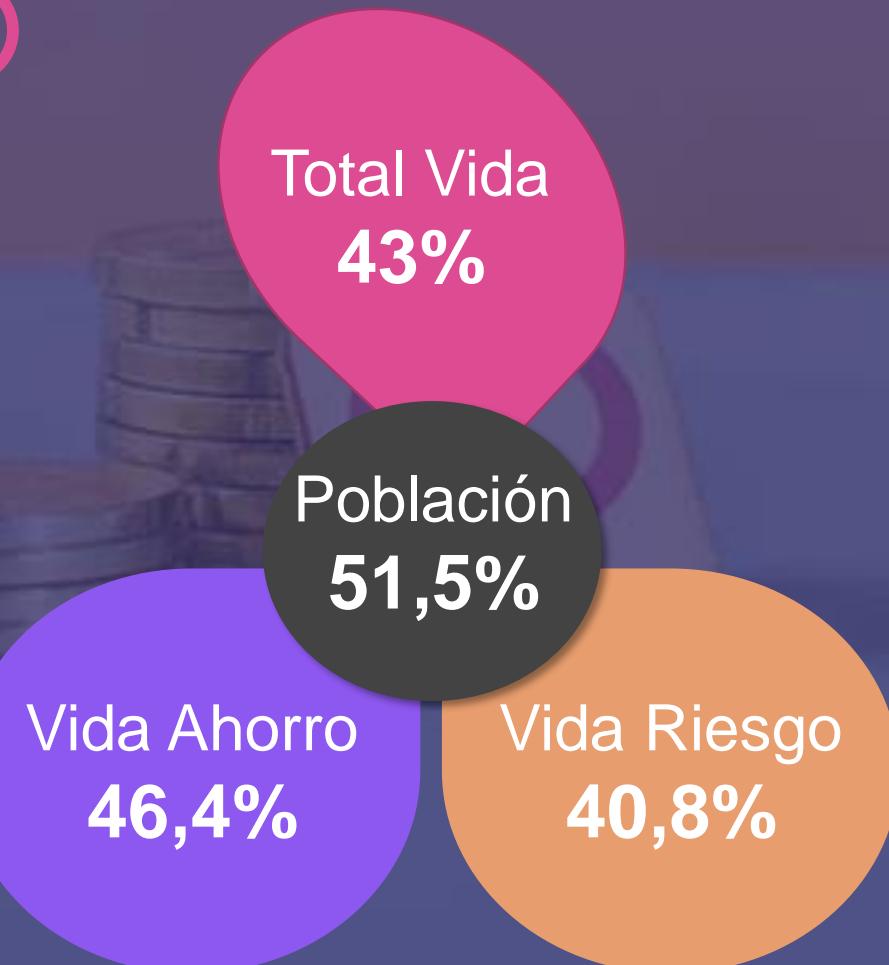
SESGO DE GÉNERO EN EL AHORRO EN ESPAÑA: SEGUROS DE VIDA

Maria Jose Salcedo Cruz

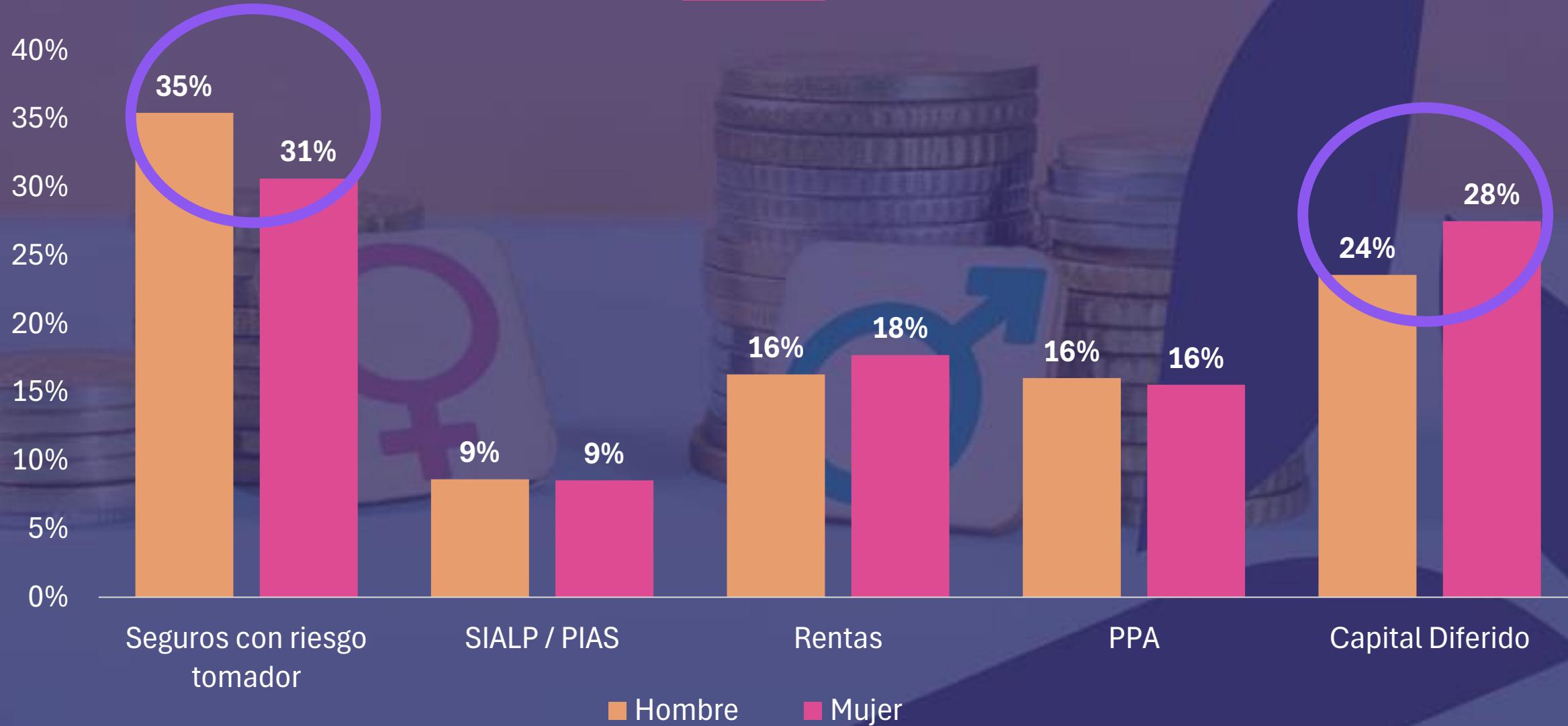
Directora de Investigación

6 de marzo de 2025

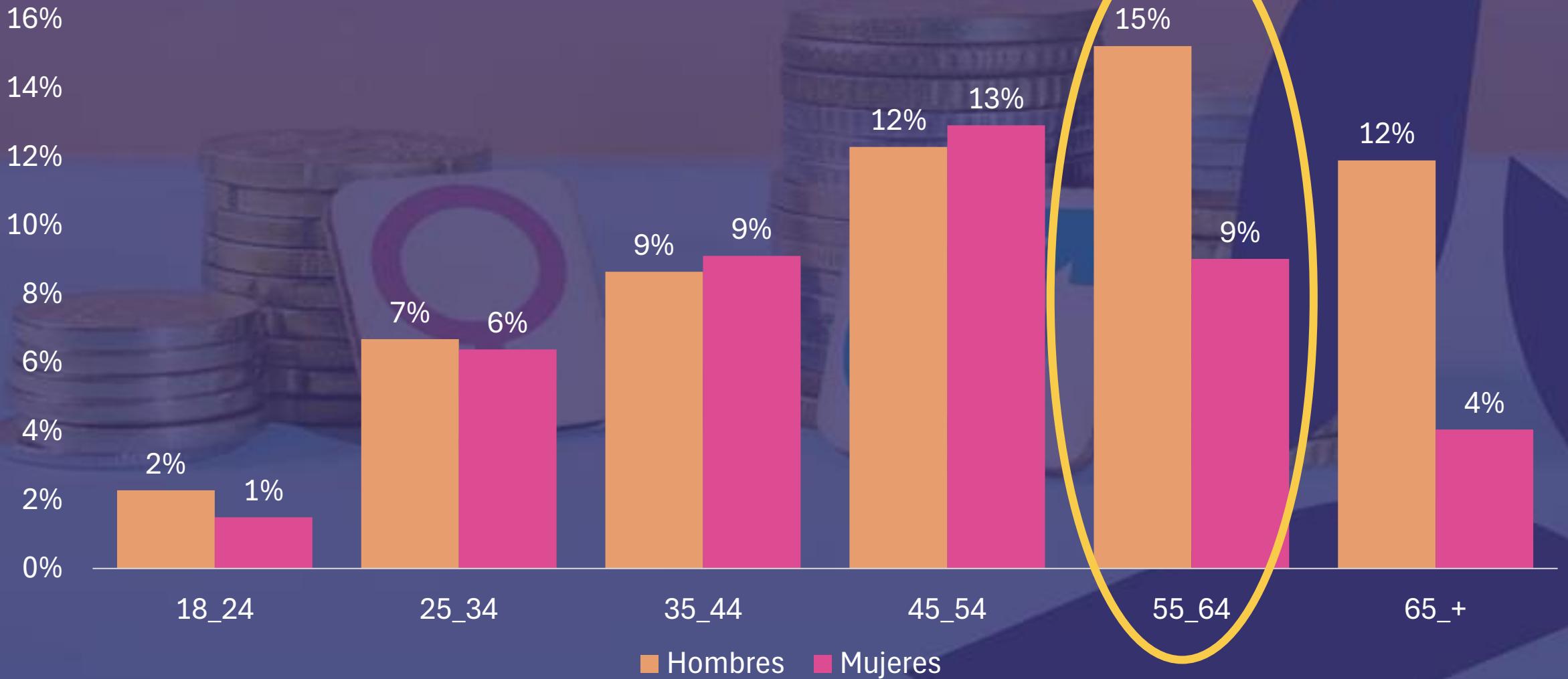
Pólizas



Análisis por tipo producto



Análisis por edad



Análisis por canal de contratación

	TOTAL Hombre	TOTAL Mujer
Oficina de la compañía de seguros	3,9%	3,2%
Corredor de seguros independiente	2,3%	2,1%
Agente	7,1%	7,2%
Oficina del banco o caja de ahorros	51,3%	54,8%
Teléfono	5,0%	4,3%
Internet (Página web de la compañía)	6,4%	4,6%
Gestoría	3,0%	3,3%
Asociación, colegio profesional	4,2%	2,4%
A través de mi trabajo o empresa	11,3%	9,5%
A través de un familiar o amigo	4,2%	7,1%
Otros, ¿cuál?	1,0%	1,4%

Comportamiento Ahorrador

Finalidad



- Jubilación
- Ahorro
- Desgravación

Aportaciones



Mensual

Satisfacción Cliente

NPS - Promotores



Confianza

Rentabilidad

Servicio



Confianza

Servicio

Rentabilidad

Conclusiones



- ❖ La brecha se reduce en las edades más jóvenes
- ❖ Buscan más seguridad en los productos
- ❖ Se fijan menos en la rentabilidad
- ❖ Prefieren canales asesorados
- ❖ Dan más importancia al servicio