

26 de Noviembre de 2008

NOTA DE PRENSA

Según estudio elaborado por TNS Finance para ING Nationale-Nederlanden

La mitad de los españoles no ahorra para el futuro

- *La principal razón para no ahorrar a medio y largo plazo es la falta de dinero disponible (88%), aunque un 12% de los españoles no lo hace por falta de costumbre.*
- *La mayoría de los españoles ahorran a través de productos financieros tradicionales como depósitos bancarios, planes de pensiones y seguros de vida. Por lo general, optan por la modalidad con menor riesgo dentro de estos productos*
- *Las mujeres de clase social baja y media baja, los separados, divorciados y viudos son los que menos ahorran. Los más ahorradores son los hombres de entre 30 y 39 años de clase social alta y media alta.*
- *Los gallegos y manchegos ahorran por encima de la media nacional, mientras que los murcianos son los que menos ahorran.*

MADRID, 26 de Noviembre de 2008.— El 47% de los españoles de entre 30 y 55 años no tiene ningún tipo de ahorro a medio y largo plazo, debido a que no le queda dinero disponible para tal fin. Un 12% asegura simplemente que no ahorra porque “no tiene costumbre” de hacerlo. No obstante, si aumentara su ingreso disponible, un 26% de los españoles que no ahorran actualmente tendría la intención de hacerlo en el futuro. Estas son algunas de las conclusiones del **Estudio de Hábitos de Ahorro de los Españoles** presentado hoy por **ING Nationale-Nederlanden**, la entidad aseguradora del Grupo ING en España.

El estudio, preparado por TNS Finance mediante entrevistas en todo el territorio nacional a individuos de 30 a 55 años— considerados el target potencial para el ahorro con carácter finalista ¹—, muestra que las mujeres, de clase social baja y media baja, los separados, divorciados y viudos, son los españoles que tienen menos posibilidades de ahorrar. Entre los que no ahorran, el 55% son mujeres y el 45% hombres, un 21% tienen entre 50 y 55 años de edad y un 35% son de clase social baja y media baja.

A nivel nacional, **un 41,5%** de los entrevistados destina **menos de 200 euros mensuales** a su ahorro personal.

Por comunidades autónomas, los habitantes de **Castilla La Mancha** y **Galicia** son los más ahorradores de España, mientras que en **Murcia** se ahorra significativamente por debajo de la media nacional. Un 74% de los manchegos y un 64% de los gallegos tienen ahorros a medio y largo plazo, en contraposición a un 33% de los murcianos.

¹ Ahorro que se realiza de forma sistemática para disponer del capital a medio y largo plazo.

Para más información:

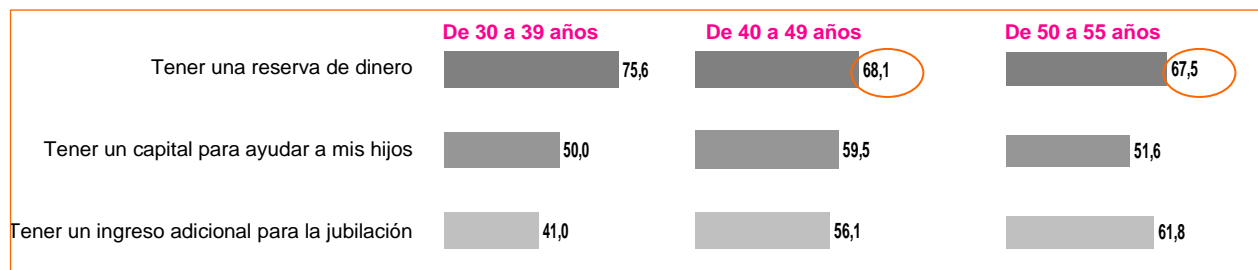
Fidel Bellido:
Tel: 91 602 62 22 / 610 28 80 32
fbellido@ingnn.es

Perfil del ahorrador español

Hombre de entre 30 y 39 años, de clase social alta y media alta, casado o viviendo en pareja. Este sería el retrato del ahorrador español promedio:

- 59% de los que ahorran son hombres
- 43,7% tiene entre 30 y 39 años
- 30% pertenece a clase social alta y media alta
- 79% está casado o vive en pareja.

Tener una reserva de dinero para contingencias futuras (71,2%), ayudar a los hijos (54,2%) y preparar la jubilación (50,6%) son las tres principales razones que motivan el ahorro a medio y largo plazo de los españoles. Por el contrario, apenas un 11,7% ahorra para pagar sus estudios y solo un 4,5% para empezar un nuevo negocio. En cuanto al ahorro destinado a la previsión social, el estudio revela que a partir de los 40 años los españoles comienzan a preocuparse más por preparar su jubilación.



En referencia a los resultados del Estudio, el Consejero Delegado de ING Nationale-Nederlanden, Luis Miguel Gómez indicó: *“En España tenemos un déficit de ahorro a medio y largo plazo, en algunos casos por falta de dinero disponible, pero en muchos otros porque gastamos por encima de nuestras posibilidades. Existe poco margen de planificación de la economía familiar para afrontar gastos extraordinarios o proyectos futuros, lo cual nos hace más vulnerables a los momentos de dificultades económicas, como los que vivimos actualmente”*.

Los españoles dan prioridad a la seguridad sobre la rentabilidad en el ahorro

Los españoles de entre 30 y 55 años que ahorran a medio y largo plazo tienen contratados productos financieros tradicionales como planes de pensiones (51%), depósitos bancarios (50,1%), seguros de vida y seguros de ahorro (49,7%). Por lo general optan por la modalidad con menor riesgo dentro de estos productos **y por tanto obtienen menor rentabilidad**. El 25,5% declaró que posee bienes inmuebles como inversión a largo plazo y solo un 17,4% se atreve a ahorrar a través de inversiones en bolsa, siendo éstos individuos de entre 50 y 55 años de clase social media alta (inversiones en bolsa) y alta (inversiones inmobiliarias).

Estos resultados coinciden con datos del Banco de España que apuntan a que cerca del 50% del ahorro de las familias españolas se encuentra en cuentas corrientes o libretas de ahorro, los cuales ofrecen baja o nula remuneración. Según cálculos de Grupo ING cerca de 275.000 millones de euros que se ahorran en España no reciben ningún tipo de rentabilidad.

Para más información:

Fidel Bellido:
Tel: 91 602 62 22 / 610 28 80 32
fbellido@ingnn.es

El temor a perder el capital invertido es uno de los factores que limitan el ahorro mediante productos financieros que invierten en bolsa. La mitad de los españoles considera que ahorrar mediante la inversión en bolsa es un riesgo importante y un 58% percibe que la crisis económica tendrá **un efecto negativo sobre las condiciones de ahorro e inversión a medio y largo plazo**.

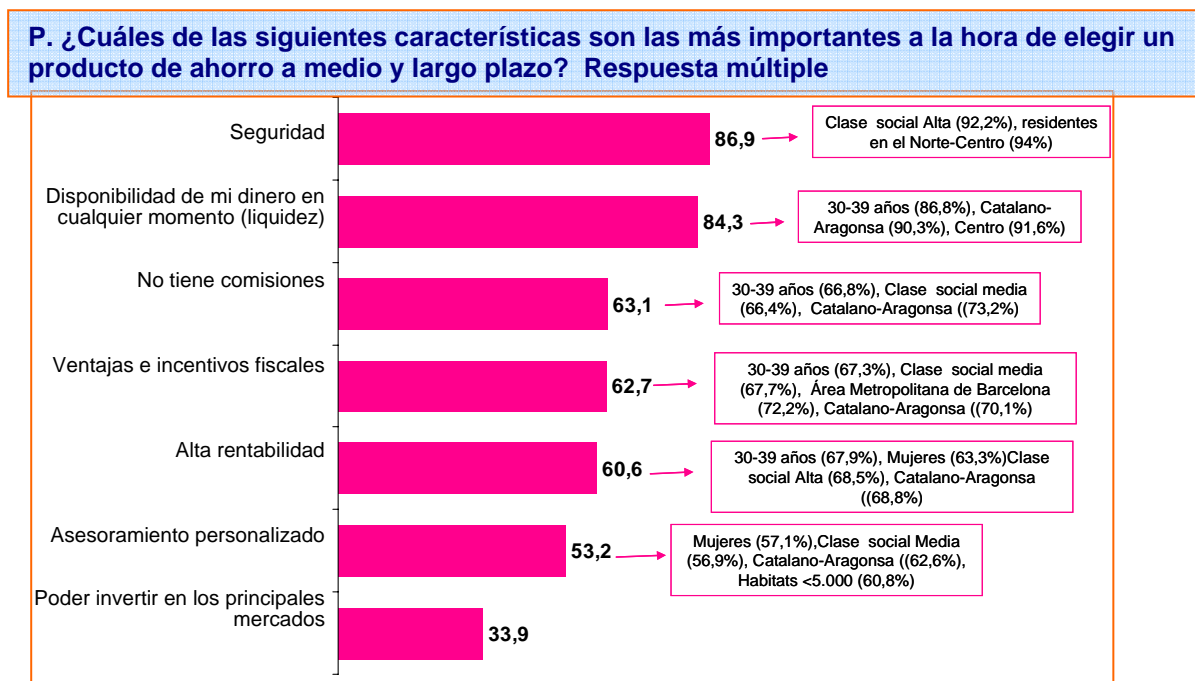
Sin embargo, más de la mitad de los entrevistados, concretamente **un 56%, estaría dispuesto a invertir en bolsa si tuviera la garantía** de que en ningún caso perdería el capital y que recibiría todo el beneficio de la inversión. Los que ya tienen planes de pensiones e inversiones inmobiliarias son los más dispuestos a invertir en bolsa con garantía.

Aún cuando el ahorrador español da prioridad a la seguridad sobre la rentabilidad, llama la atención que el **42% de los encuestados incrementaría la cantidad que ahorra mensualmente**, si encontrara un producto rentable y garantizado a la vez. Entre los que no ahorran actualmente, un 38,5% empezaría a hacerlo si tuviera a su disposición un producto con estos dos atributos.

“El hecho de que muchos españoles estén dispuestos a incrementar la cantidad de su ahorro y que incluso algunos de los que no ahorran comenzarían a hacerlo si encontraran un producto que sea rentable y seguro a la vez, nos hace concluir que productos con estas dos características supondrían un impulso decisivo a la cultura del ahorro finalista en España, concluye el Consejero Delegado de ING Nationale-Nederlanden.

¿Qué buscan los españoles en los productos de ahorro?

La seguridad y la liquidez (disponibilidad del dinero en cualquier momento) son los atributos que más valoran los españoles en los productos de ahorro a medio y largo plazo, tal y como se observa en el siguiente gráfico:



Para más información:

Fidel Bellido:
Tel: 91 602 62 22 / 610 28 80 32
fbellido@ingnn.es

La transparencia en las comisiones y costes de los productos es la característica que un 83% de los españoles considera como la más importante para confiar sus ahorros a una entidad financiera. Le siguen el respaldo internacional, la buena reputación y el asesoramiento personalizado, que son importantes para siete de cada diez entrevistados.

“Este estudio confirma la urgente necesidad de incentivar el ahorro finalista, más allá de los productos tradicionales de ahorro. El ahorro no debe tener como único fin preparar la jubilación, sino también contar con una reserva de dinero disponible en caso de necesidad”, señala el Consejero Delegado de ING Nationale-Nederlanden, Luis Miguel Gómez.

Ficha técnica del Estudio:

TARGET	Individuos de entre 30 y 55 años de edad; residentes en la península Ibérica, Islas Baleares e Islas Canarias .
MUESTRA	Se han realizado un total de 1.202 entrevistas, con individuos representativos del universo definido, seleccionadas aleatoria y automáticamente del listín telefónico, aplicando un control de cuotas de área geográfica, sexo, edad y hábitat . El error asociado para resultados globales es de +/- 2.88%, asumiendo un universo infinito y el máximo nivel de indeterminación (p=q=50%) y un intervalo de confianza del 95,5%
TÉCNICA	Entrevista telefónica administrada por C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interviews). El soporte ha sido el Phonebus (Omnibus Telefónico) de TNS.
RESULTADOS	Los resultados han sido ponderados para que sean representativos de nuestro universo.

Acerca de ING Nationale-Nederlanden

ING Nationale-Nederlanden es la entidad aseguradora del Grupo ING en España, que ofrece soluciones de ahorro e inversión a medio y largo plazo a más de medio millón de clientes. ING Nationale-Nederlanden dispone de un equipo profesional de 600 empleados, 2.500 asesores personales y más de 150 oficinas para ofrecer asesoramiento personalizado a todos sus clientes en España. www.ingnn.es.

Acerca del Grupo ING

ING es un grupo financiero de origen holandés que ofrece servicios de banca, seguros y gestión de activos a más de 60 millones de clientes privados, empresariales e institucionales en 50 países del mundo. ING cuenta con una plantilla de más de 150.000 profesionales y comprende un amplio grupo de importantes empresas que sirven a sus clientes bajo la marca ING.

La presencia del Grupo ING en España se articula a través de 11 compañías que, con más de 1.800 profesionales, prestan servicios financieros en las áreas de seguros individuales y colectivos, banca corporativa y de inversión, gestión de fondos, leasing financiero, renting de automóviles, banca directa, así como promoción, gestión y financiación de activos inmobiliarios.

Desde el 1 de enero de 2007 y durante tres temporadas, el Grupo ING será el patrocinador principal del equipo ING Renault Fórmula 1 con el objetivo de aumentar la presencia de marca a nivel global como una de las entidades financieras líderes en el mercado en ahorro, inversión, seguros de vida y pensiones.

Acerca de TNS Finance

TNS es uno de los líderes globales en consultoría basada en información de mercados en el sector de los servicios financieros. Gracias a programas de investigación de referencia en el sector, multiclientes o desarrollados a la medida de sus necesidades, ofrece consultoría sobre hábitos en el mercado, desarrollo de productos, posicionamiento de marcas, precios, estimaciones de ventas o fidelización de clientes.

Para más información:

Fidel Bellido:
Tel: 91 602 62 22 / 610 28 80 32
fbellido@ingnn.es