



CARDIF

A BNP PARIBAS company

Cardif, compañía aseguradora del grupo BNP Paribas, publica un estudio internacional sobre la protección de pagos.

El número de consumidores españoles que afirman haber contratado un seguro de protección de pagos ha crecido un 26% en el último año.

Un 23% de españoles reconoce haber tenido alguna vez dificultades para afrontar sus compromisos financieros.

- La sensación de vulnerabilidad percibida entre los consumidores es alta. **En España, el desempleo sigue siendo la máxima preocupación y un 23% de los encuestados reconoce haber tenido alguna vez problemas para afrontar sus compromisos financieros.**
- La propensión al uso del crédito es especialmente fuerte en Francia, España, Italia, Polonia, Taiwán y Brasil. La financiación en España es una práctica cada vez más habitual: **El número de consumidores españoles que ha financiado alguna compra se incrementa en 5 puntos porcentuales respecto al año anterior, alcanzando el 72%.**
- **La existencia de un seguro de protección de pagos es un factor que los consumidores valorarían a la hora contratar un crédito.**
- Los Seguros de Protección de Pagos, aunque todavía se demandan poco, se perciben como una solución positiva en caso de imprevistos. En España, su conocimiento aumenta: **Uno de cada dos encuestados conoce su existencia y nueve de cada diez españoles consideran muy adecuado tener contratado un seguro de protección de pagos para su vivienda.**

Madrid, 30 de mayo de 2005. Cardif, filial de **BNP Paribas**, y una de las compañías líderes en el segmento de Protección de Pagos, publica por primera vez a escala internacional el estudio **"El Consumidor ante la Protección de Pagos"**, un completo análisis socioeconómico realizado en 14 países (España, Alemania, Bélgica, Portugal, Suiza, Italia, Francia, Holanda, Reino Unido, Polonia, Japón, Taiwán, Brasil y Chile) que profundiza en la percepción de los consumidores ante la realidad de la protección de pagos. En el caso de España, es el segundo año consecutivo en el que se realiza el estudio.

Fuertes sensaciones de vulnerabilidad. Los españoles, entre los más preocupados.

El estudio confirma la presencia de fuertes sensaciones de vulnerabilidad entre los consumidores de los países de la muestra: Los riesgos "físicos" y financieros destacan como preocupaciones prioritarias.

Los españoles se muestran más preocupados que el resto de consultados, y en especial, cuando se habla de desempleo o enfermedades graves.

Las principales inquietudes de los encuestados responden a riesgos físicos como el fallecimiento, enfermedad grave, accidentes graves... El temor al desempleo es también una preocupación importante y precede a la de los accidentes de tráfico, el divorcio o la separación.



CARDIF

A BNP PARIBAS company

Los españoles muestran un nivel de preocupación superior al de la media europea (**7,1 puntos** sobre 10, frente a **5,3 puntos** de la media europea) y en especial cuando se habla de desempleo (**9,2 puntos** sobre 10, frente a **6,5 puntos** de la media europea).

Las sensaciones de vulnerabilidad son más fuertes entre los ciudadanos latinos y polacos. Las poblaciones del norte de Europa, Suiza y Asia se sienten más seguras.

En el ámbito financiero, Más de **un tercio** del total de la población encuestada no podría mantener su nivel de vida durante más de **3 meses** en caso de desempleo, y casi un **25%** de los titulares de créditos ha tenido dificultades, alguna vez, para cumplir sus pagos mensuales. En España, un **23%** de los consumidores reconocen haber tenido dificultades alguna vez para afrontar sus compromisos financieros.

Los consumidores, en general, intentan contrarrestar la sensación de vulnerabilidad económica ejerciendo un control estricto de los gastos mensuales. Un **79%** de los consumidores españoles reconocen llevar un control riguroso sobre sus gastos mensuales, frente a un **96%** de alemanes o un **83%** de franceses que reconocen hacerlo.

En cuanto a los motivos de impago, los españoles siguen considerando el desempleo como principal causa que imposibilitaría hacer frente a los compromisos financieros. El **91%** de los españoles (un **6%** menos que el año anterior) reconoce que tendría bastantes problemas para afrontar sus gastos en caso de perder su empleo.

el consumidor español optaría por renegociar las condiciones con el banco, vender alguna cosa o pedir dinero a algún familiar, en el hipotético caso de no poder hacer frente a los pagos mensuales.

El uso del crédito está sólidamente asentado en la sociedad. Los consumidores españoles junto con los franceses son los más predispuestos a financiar.

No obstante, se observa una importante apetencia de consumo y una alta propensión a la contratación de créditos, tanto en los países emergentes, seducidos por el estilo de vida occidental, como en países desarrollados, donde la población tiene la intención de mantener sus niveles de vida.

En España, la realidad de la financiación está sólidamente asentada en la sociedad y es una práctica cada vez más habitual. El número de consumidores que ha financiado alguna compra se incrementa en 5 puntos porcentuales respecto al año anterior, alcanzando el 72%.

La propensión al crédito es especialmente fuerte en Francia, España, Italia, Polonia, Taiwán y Brasil. Financiar es, para un **85%** de los españoles encuestados, comodidad y disfrute.

En España, aumenta el número de consumidores que financian sus compras en 5 puntos porcentuales con respecto al año anterior. El **72%** de los consultados afirma haber financiado alguna vez sus compras, mayoritariamente en la franja de edad entre los 30 y 50 años.

En España, al igual que en el resto de países, la vivienda y el coche siguen siendo, con mucha diferencia, los principales productos que serían objeto de financiación por parte del comprador (**92%** y **75%** respectivamente). Destaca, asimismo, el alto porcentaje (**63%**) de aquellos que financiarían un tratamiento de salud, así como la educación (**60%**), las reformas del hogar (**42%**) o los electrodomésticos (**41%**).



CARDIF

A BNP PARIBAS company

El Seguro de Protección de Pagos: Una solución positiva frente a imprevistos. En España, el número de consumidores que afirma haber contratado un seguro de protección de pagos ha crecido un 26% en el último año.

En caso de imprevistos, la solución que ofrecen los seguros de protección de pagos es percibida muy positivamente por el conjunto de los consumidores encuestados.

Más de la mitad de los encuestados en España conoce la existencia de los seguros de protección de pagos. Su valoración ha aumentado con respecto al año anterior.

Aunque en general, la demanda del seguro de protección de pagos es todavía baja, debido a un nivel de conocimiento aún escaso, el producto es valorado positivamente en países como Francia, Portugal o España. Globalmente, un **64%** de los encuestados reconocen la necesidad de dicho seguro, calificándolo como "protección imprescindible" (26%) o subrayando su conveniencia (38%).

La existencia de un seguro que proteja los pagos, en caso de no poder hacerles frente, es cada vez más conocida en España, un **52%** de los encuestados afirma que conoce este tipo de seguros, lo que supone un crecimiento de un **8%** con respecto a los resultados del año anterior. Cabe destacar que los consumidores valorarían la existencia de este tipo de seguros a la hora de contratar un crédito.

Un **12,1%** del total de encuestados en España dice ser consciente de haberlo contratado alguna vez, lo que supone un incremento de un **26%** con respecto a la cifra obtenida el año anterior (9,6%).

La valoración de estos seguros aumenta de forma directamente proporcional al precio del producto adquirido, y su contratación se puede concebir, incluso, como algo imprescindible, en el caso de las hipotecas (88%), tratamientos médicos (76%) o coches (57%).

Sobre Cardif

Cardif (www.cardif.es) es una compañía de seguros de vida de BNP Paribas Assurance que, desde 1973, elabora y comercializa productos y servicios en el ámbito de la protección y el ahorro a través de múltiples redes de distribución. Presente en 30 países, y con un sólido posicionamiento en Europa, Asia y América Latina, Cardif cuenta hoy con más de 150 socios institucionales en todo el mundo. La compañía se sitúa como 3º actor mundial en seguros de protección de pagos. Cardif opera en España desde 1989, donde ya cuenta con más de 1.200.000 asegurados.

Sobre el estudio

La compañía aseguradora Cardif presenta "**El Consumidor ante la Protección de Pagos**", un estudio realizado en 14 países que analiza el comportamiento y las expectativas de los consumidores a la hora de financiar bienes o servicios, sus prioridades a la hora de endeudarse, y que valora su reacción ante situaciones imprevistas que impiden afrontar sus compromisos financieros. En el caso de España, es el segundo año consecutivo en el que se realiza el estudio, lo que permite obtener mayor perspectiva temporal, al poder comparar los resultados obtenidos en 2004 con los del 2005. El objetivo de Cardif para el futuro es continuar con la realización de este estudio de forma periódica para evaluar los cambios en los comportamientos que permitan establecer pautas y tendencias de futuro en el sector.

Para ampliar información:

Julio Carlavilla / M^a Carmen González

BNP PARIBAS España

Tif. 91 388 80 43 / Fax. 91 388 80 47

julio.carlavilla@bnpparibas.com

carmen.gonzalez@bnpparibas.com