

Percepción del riesgo y su incidencia en la toma de decisión de compra de un seguro de vida en usuarios inscritos de la Ciudad de Bogotá.

Diana Patricia Molina Guavita

Universidad de Manizales

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Bogotá D. C., Colombia

2018

Percepción del riesgo y su incidencia en la toma de decisión de compra de un seguro de vida usuarios inscritos de la Ciudad de Bogotá.

Diana Patricia Molina Guavita

Tesis presentada como requisito para optar por el título de:

Magister en Mercadeo

Directora:

Doctora Olga Lucia García Cano

Universidad de Manizales

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Bogotá D. C., Colombia

2018

Nota de Aceptación

Jurado

Jurado

Fecha: _____

Resumen.

El proyecto de investigación que se elabora tiene en perspectiva abordar como problemática la percepción del riesgo de pérdida de vida a partir de diferentes factores psicométricos. Se estima que con la ejecución de este estudio se pueda identificar la forma en que la percepción de riesgo incide en la toma de decisiones de las personas al momento de adquirir un plan de aseguramiento. Al respecto del problema, este se analizará por medio de variables como miedo, estigma y la novedad, las cuales serán medidas por medio del uso de una encuesta tipo likert, gracias a la cual se podrá cuantificar el valor de la percepción de riesgo de los sujetos participantes. Sobre lo mismo, se establecerán, a modo general, los perfiles encontrados por medio del análisis de las variables según las dimensiones pertinentes para mayor especificidad en el análisis.

Palabras Clave.

Percepción de riesgo, temor, estigma, novedad y seguro de vida.

Abstract.

This research has as a perspective the problem of the perception in the risk of life lose through diferent psychometric factors. By doing this research, it would be possible to identify the way in which the risk perception influences on people decision making, when they aquire an insurance plan. About the problem, it will be analyzed throughout some factors, such as fear, stigmata and the new facts that people discover about these plans, which will be measured by a likert survey, that is going to make possible to quantify the value of risk perception for the people included in the study. In the same way, will be stablished, in a general perspective, the found profiles in the analysis of variables acording to the best dimensions for a specific analysis.

Keywords.

Risk perception, fear, stigmata, new fact and life insurance.

Tabla de Contenido.

Capítulo 1. Planteamiento de la Investigación.	1
Contexto del Problema.....	2
Justificación de la Investigación.	9
Pregunta de Investigación.	11
Objetivos de Investigación.....	49
Objetivo General.	11
Objetivos Específicos.....	11
Capítulo 2. Marco Teórico.	12
Riesgo.....	12
Percepción del Riesgo.	16
Tipos de percepción del riesgo.....	19
El paradigma Psicométrico.	22
Seguros en Colombia y su Comportamiento Histórico.....	28
Seguros de vida en Colombia.....	30
Comparación del Mercado Asegurador Colombiano con otros Países.	33
Hipótesis.....	36
Capítulo 3. Metodología.	39
Tipo de Investigación.....	39

Diseño Metodológico.....	40
Población y Muestra.....	41
Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	41
Método para analizar los datos.....	44
Categorías de análisis.....	44
Análisis de información.....	45
Capítulo 4. Resultados de Investigación.....	47
Análisis de variables y dimensiones.....	50
Estudio de la variable Temor.....	51
Estudio de la Variable Estigmas.....	63
Estudio de la Variable Novedad.....	68
Discusión.....	73
Conclusiones.....	79
Bibliografía.....	83
Apéndice A.....	90

Índice de Tablas.

<i>Tabla 1. Cuadro de operacionalización de variables.....</i>	37
<i>Tabla 2. Estructura metodológica según objetivos.....</i>	40
<i>Tabla 3. Distribución de las afirmaciones según dimensión y variables</i>	42
<i>Tabla 4. Estructura de análisis según categorías.....</i>	44
<i>Tabla 5. Metodología de sistematización de datos por concepto, dimensión y variables.....</i>	46
<i>Tabla 6. Resumen de Procesamiento de Casos</i>	48
<i>Tabla 7. Estadísticas de Fiabilidad</i>	49
<i>Tabla 8. Actitud frente al riesgo desde la dimensión Estrato social</i>	51
<i>Tabla 9. Vulnerabilidad desde la dimensión Estrato social.....</i>	53
<i>Tabla 10. Incertidumbre respecto a la familia desde la dimensión Estrato social</i>	54
<i>Tabla 11. Actitud frente al riesgo desde la dimensión Sexo.....</i>	55
<i>Tabla 12. Vulnerabilidad desde la dimensión Sexo.....</i>	56
<i>Tabla 13. Incertidumbre respecto a la familia desde la dimensión Sexo.....</i>	58
<i>Tabla 14. Actitud frente al riesgo desde la dimensión Edad.....</i>	59
<i>Tabla 15. Vulnerabilidad desde la dimensión Edad.....</i>	60
<i>Tabla 16. Incertidumbre respecto a la familia desde la dimensión Edad.....</i>	61
<i>Tabla 17. Cultura de la previsión desde la dimensión Estrato.....</i>	63
<i>Tabla 18. Cultura de la previsión desde la dimensión Sexo.....</i>	65
<i>Tabla 19. Cultura de la previsión desde la dimensión Edad.....</i>	66
<i>Tabla 20. Influenciabilidad desde la dimensión Estrato</i>	68
<i>Tabla 21. Influenciabilidad desde la dimensión Sexo</i>	69
<i>Tabla 22. Influenciabilidad desde la dimensión Edad.....</i>	70
<i>Tabla 23. Indicadores y factores que influyen en la decisión de compra de seguros de vida.....</i>	76

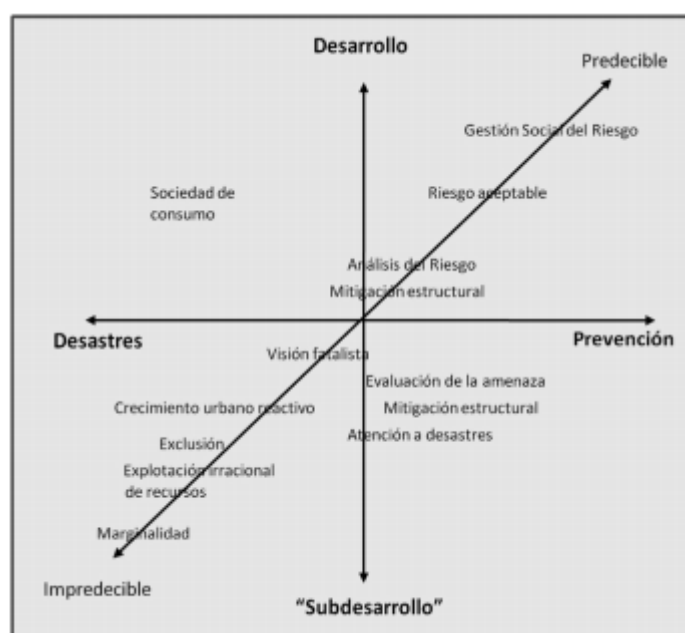
Índice de Figuras.

figura 1. <i>Condiciones dinámicas que definen la interacción entre el desarrollo y los riesgos</i>	1
Figura 2. <i>Ecuación Alfa de Cronbach</i>	49
Figura 3. <i>Percepción del riesgo desde la categoría Temor</i>	62
Figura 4. <i>Percepción del riesgo desde la categoría Estigmas</i>	67
Figura 5. <i>Percepción del riesgo desde la categoría Novedad</i>	72

Capítulo 1. Planteamiento de la Investigación.

La exposición del ser humano ante diferentes situaciones de riesgo se encuentra diferenciada y segmentada. Por lo tanto, la percepción del riesgo en los países desarrollados es sustancialmente distinta a la de los países subdesarrollados o en vía de desarrollo, esto naturalmente va de la mano con aspectos culturales y sociales, es decir, puede ser que se trate en últimas de un problema educativo. En ese sentido, es posible afirmar que entre más bajo sea el nivel de desarrollo de una sociedad mayor será la exposición que tenga al riesgo (Thomas, Javier. 2011), esto se presenta debido a la falta de conocimiento y falta de recursos para la toma de medidas adecuadas para la prevención y mitigación de este.

figura 1. *Condiciones dinámicas que definen la interacción entre el desarrollo y los riesgos*



Fuente: Thomas. 2011

Lo anteriormente mencionado no quiere decir que en los países desarrollados no exista algún tipo de riesgo pues casi a la misma velocidad en que un país se expande en términos económicos, comerciales y sociales así mismo aparecen riesgos nuevos. En muchas ocasiones la percepción del riesgo se da a partir del dominio de su ámbito familiar, laboral y, en general, de su entorno. Por lo tanto, los riesgos se clasifican de acuerdo con la forma en la que se van percibiendo en la vida cotidiana. Para Ulbinaité & Moullec (2010), las características sociodemográficas y el poder adquisitivo influyen en la decisión de compra de un seguro. Adicionado a esto, también se tiene en cuenta la percepción de la necesidad, lo cual implica generar prioridades en cuanto a lo que se va a asegurar. Este tipo de características no son ajenas a un país como Colombia; sin embargo, pese a ello, como se verá más adelante, hay una baja penetración del mercado asegurador lo cual puede obedecer a muchas razones que a continuación se intentarán dilucidar.

Contexto del Problema.

El problema que se pretende abordar no es nuevo o de surgimiento reciente, es posible afirmar que se trata de una problemática esencial al ser humano pues naturalmente, como hoy y desde el inicio de la humanidad, la sociedad ha tenido que asumir riesgos de todas las características, es decir, en toda la interacción humana ha habido y hay un componente de riesgo. Así pues, desde que el ser humano es un individuo social que interactúa con otros en un escenario comunitario, la objetividad y/o subjetividad con la que cada sujeto está dispuesto a asumir el riesgo ha sido problematizada. Así mismo, han sido objeto de estudio y análisis tanto la forma en que se toman decisiones para mitigar ese componente de riesgo como la evaluación que

se realice del mismo; hace poco más de un siglo que esta problemática se ha abordado desde disciplinas como la sociología y la antropología (García, Virginia. 2004), tratando de proponer un manejo adecuado que corresponda con la realidad del problema.

Se puede percibir que las compañías aseguradoras han utilizado diversas estrategias con el objetivo de desarrollar la cultura del seguro, en este caso seguro de vida, en sus diferentes categorías a través de sensibilización a la población. El índice de penetración y de densidad que se maneja sobre la industria aseguradora especifica en qué nivel se encuentra cada país con respecto de la problemática. Con el índice de penetración se establece el tamaño de la industria aseguradora a partir de la relación entre las primas emitidas hacia el sector y el producto interno bruto (PIB) ; por su parte, el índice de densidad es calculado como la razón entre las primas emitidas y la cantidad total de la población (Bustamante. 2013).

Teniendo en cuenta que se trata de un problema inherente al ser humano resulta natural que las compañías aseguradoras diseñen estrategias encaminadas a optimizar sus ventas. Con esto se busca que las personas se familiaricen con el producto ofrecido con miras a que puedan acudir a él o adquirir uno sin prejuicios o malentendidos relacionados con sus características esenciales. Las cifras en el continente americano dan cuenta de una penetración de un 6.64% con respecto del PIB; en cuanto al índice de densidad, se estima para el continente un total de 1575.4 dólares por persona, según Fan, et al. (2012) citado por Bustamante (2013. P. 9). En lo que respecta a los países de la región, a pesar de la relevancia que puede representar la adquisición de un seguro de vida, según las mismas cifras, Colombia presenta una de las cifras más bajas de participación en el mercado asegurador de la región latinoamericana (4.9%), seguido de Venezuela (7%) y Argentina (8.33%).

La penetración en el mercado colombiano para el último año solo fue del 2,85% sobre el PIB, un poco alejado de lo que fueron las cifras promedio del mismo periodo en la región (3,2%), y muy alejado del promedio de los países de la OCDE (más del 9%) (Portafolio, septiembre 27 de 2018), lo que representa un porcentaje significativamente bajo con respecto a otros países de la región y del mundo.

A través de elementos como la economía del comportamiento y con la utilización de herramientas extraídas de campos del saber como la psicología se trata de explicar el proceso de decisión del consumidor, es decir, se busca explicar en detalle todas las variables que inciden en la elección individual del consumidor. En ese sentido, es posible afirmar que un consumidor es racional o apela a la racionalidad cuando busca obtener mayor beneficio con bajo o poco riesgo, según la teoría de la racionalidad limitada en los modelos de toma de decisiones del consumidor de seguros (Bustamante. 2013). En el caso específico de los seguros, sobre todo los seguros de vida, cuando esos beneficios futuros, eventuales e improbables son ignorados, se llega a pensar que se trata de un gasto innecesario y, por lo tanto, no se es consciente de que la adquisición del seguro implica una protección contra una pérdida potencial. Es decir, no hay un reconocimiento explícito, no hay una toma de consciencia respecto a que es posible perder la vida. Así pues, es posible afirmar que el ser humano tiende a ignorar los riesgos ya sean eventuales o reales, debido a este desconocimiento el individuo promedio en términos generales no opta por comprar un seguro de cualquier tipo, es decir, los individuos parten del hecho según el cual nunca sucederá un evento en el cual puedan tener un detrimento patrimonial en el caso de hurto o daño en algún tipo de bien, sea este mueble o inmueble o se pueda ver afectada su vida y su capacidad laboral.

Es necesario precisar los conceptos a los que aquí se aluden, autores como Golden (2010) sostienen que una definición estándar de riesgo puede expresarse como la ponderación de la posibilidad de que suceda algo específico. En este orden de ideas, si hay una posibilidad alta de que ocurra un suceso, pero este implica bajo costo entonces el riesgo no será tan alto si se compara con una posibilidad alta de ocurrencia pero que implique un alto costo. Cardona (2001) afirma que no hay una definición unificadora del término, sino que existen diferentes definiciones o aproximaciones según el enfoque analítico que se escoja o la perspectiva investigativa desde la cual se profiera la reflexión. En esa línea, Marsky (1998), por ejemplo, propone una teoría holística o teoría englobadora del riesgo que agrupe los diferentes aportes de cada enfoque con miras a una comprensión y una clarificación del camino a seguir para la gestión efectiva del riesgo.

La pregunta que surge en este momento está referida al origen del riesgo, sobre este punto autores como Pérez Cabañero (2007) manifiestan que el desarrollo y la evolución del ser humano ha conducido a que se elaboren conceptos y teorías sobre elementos del espacio que habita el individuo, esto es, sobre su hábitat, así como de las posibles interacciones que puedan darse en dicho lugar. Uno de estos conceptos es el de vulnerabilidad el cual alude a una capacidad limitada del individuo para ajustarse a las particularidades de determinada circunstancia. Esta noción de vulnerabilidad ha sido importante para progresar en la comprensión cabal de conceptos como el riesgo y el desastre. Para Guseman (1987) estos dos últimos conceptos históricamente han sido asociados a un fenómeno que no tenía reversa, ante lo cual era poco lo que se podía hacer.

El riesgo no es un concepto estático pues es posible mitigarlo, enfrentarlo o gestionarlo para lo cual la estrategia más eficaz en tanto se analizan los riesgos posibles o eventuales es el denominado risk management o gestión del riesgo. Se trata de una estrategia que busca vislumbrar los distintos tipos de escenarios de riesgo que puedan darse con miras a calcular el costo de cada

uno de ellos y así diseñar respuestas adecuadas (Klinke y Renn, 2003). Al hablar de respuestas adecuadas entra en juego un elemento de decisión. Por lo tanto, otro elemento a tener en cuenta es la toma de decisiones, un aspecto sobre el cual también se ha desarrollado teoría y literatura pertinente. A partir de los hallazgos investigativos se han elaborado definiciones, composiciones y tipologías de las diversas formas de tomas de decisiones. Así, se define la toma de decisiones, desde la perspectiva de autores clásicos como Douglas y Wildavsky (1982), como aquella situación donde es necesaria una elección frente a un conjunto de alternativas con base en el acervo informativo que se disponga en dicho momento. Para que pueda darse una situación de toma de decisiones, según Aguiar (2004), es necesario que estén presentes ciertos elementos como el sujeto, es decir, el individuo que tomará la decisión; asimismo, las alternativas sobre las que el individuo debe tomar la elección; y, por último, el criterio de decisión, esto es, la base racional que le sirve como fundamento al individuo para escoger la acción que le plazca.

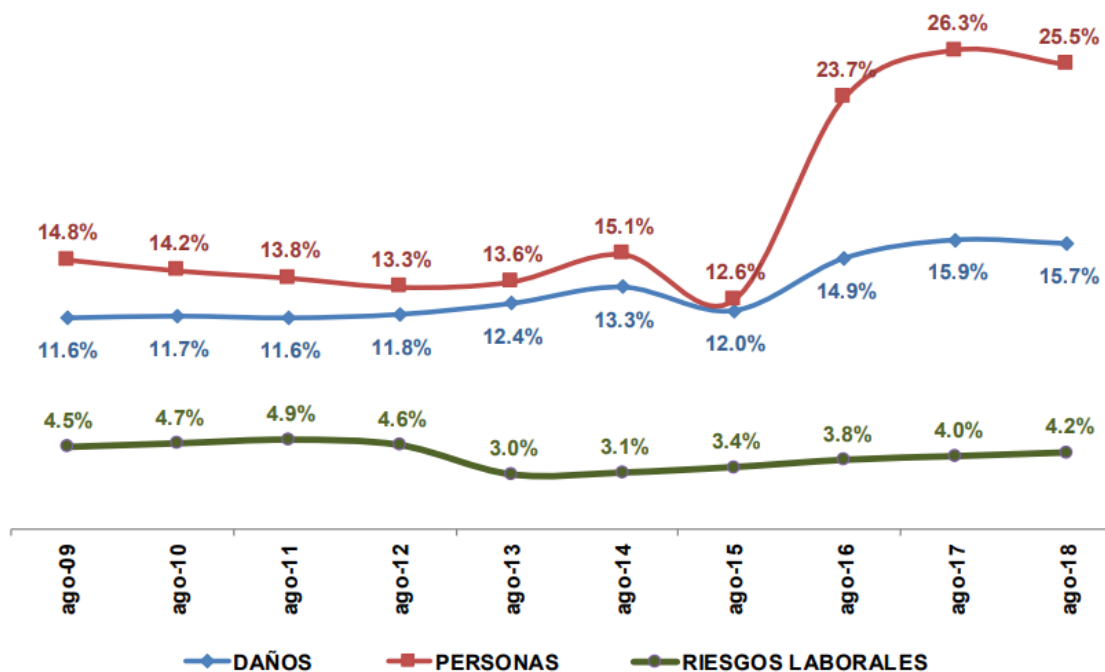
En cuanto a los tipos de decisiones, para Aguiar, Criado y Herreros (2003) son de tres tipos: decisiones en condiciones de certeza, decisiones en condiciones de riesgo y decisiones en condiciones de incertidumbre. Sobre las primeras es posible afirmar que se trata de aquellas situaciones donde la información disponible es precisa, completa y las posibilidades de riesgo son muy bajas. En cuanto a las decisiones en condiciones de riesgo, aquí la información a la mano indica que probabilidad de que una situación adversa se dé y por tanto la posibilidad de riesgo es media. Por último, sobre las decisiones en condiciones de incertidumbre la información disponible es incierta o simplemente no hay información a la mano por lo que la posibilidad de riesgo es alta.

En el proceso de adquisición de seguros de cualquier tipo, autores como Huber (2012), indican que la oferta de precios estipulada no tiene un efecto significativo en la evaluación de los consumidores y su intención o propósito de compra, aunque si el consumidor ha tenido experiencia

en la adquisición previa de estos productos tiene un referente e influye significativamente en la eventual decisión. Es decir, también entra en un elemento de elección. Además de lo anterior, se encuentra un efecto mediador de la percepción del riesgo del consumidor y a su vez un efecto moderador de la experiencia y la influencia de la información sobre la decisión que eventualmente pueda llegar a tomarse (Krekó, 2011). En ese sentido, uno de los factores más relevantes que influyen en la consecución o adquisición de cualquier tipo de seguro es la capacidad de pago, como bien lo mencionan Austin y Fischhoff (2010). A juicio de estos dos autores, los consumidores se encuentran guiados o son conducidos por un modelo cognitivo en el cual se hace referencia a las restricciones o bondades presupuestarias, cabe anotar que no se trata de una coacción por un agente externo sino de las circunstancias económicas propias del individuo.

Para hablar del sector asegurador en Colombia es preciso anotar que ha venido creciendo progresivamente, una muestra de ello viene representada en el año 2017 por la penetración de este sector en el mercado el cual fue de un 2,85% sobre el PIB (Portafolio, septiembre 27 de 2018). Este crecimiento ha sido el mayor que hasta el momento se ha tenido en el país; por ejemplo, en relación con las primas emitidas y las comisiones pagadas a compañías intermediarias, el mercado asegurador refleja en los dos últimos años las cifras más altas de la última década (Fasecolda. 2018). Por ejemplo, sobre el seguro sobre las personas, el cual cubre riesgos sobre la existencia, la salud o integridad de las personas el crecimiento de los indicadores de primas emitidas y comisiones desde el 2009 hasta el 2018 ha sido el siguiente: 2009 – 14,8%; 2010 – 14,2%; 2011 – 13,8%; 2012 – 13,3%; 2013 – 13,6%; 2014 – 15,1%; 2015 – 12,6%; 2016 – 23,7%; **2017 – 26,3%**; y **2018 – 25,5%**.

figura 2. Primas emitidas y comisiones en el mercado asegurador de Colombia de la última década



Fuente: Fasecolda, 2018

Sin embargo, comparativamente esta cifra es baja y ubica a Colombia por debajo del promedio de penetración del mercado de los países de América Latina donde el promedio, como ya se mencionó con anterioridad es de 3,2% (Portafolio, septiembre 27 de 2018). Se presume, que en comparación con los países de la región, las cifras del mercado asegurador en Colombia son bajas en función de falencias sobre la cultura del seguro y gestión del riesgo que se buscan ser identificadas y categorizadas en la presente investigación. Puede ser que la cultura sobre el riesgo no esté lo suficientemente fundamentada y abordada en el país por las autoridades y sectores respectivos, lo cual es motivo de la brecha en el acceso al mercado con respecto de los países de la región. Puede que la desinformación y los prejuicios cada día alejen más del mercado asegurador colombiano a las personas.

Justificación de la Investigación.

El presente estudio parte naturalmente del problema que se ha presentado en relación con el mercado asegurador y las posibilidades que existen, más los factores que influyen, en la decisión de adquirir un plan de aseguramiento. Según esto, el propósito es poder identificar y caracterizar detalladamente cómo las personas adscritas a los seguros de vida perciben el riesgo y de qué manera esto los ha motivado a adquirir este tipo de instrumentos que, según la bibliografía consultada, en Colombia no es muy generalizado, en comparación con otros países de la región. Es este otro de los motivantes de llevar a cabo la investigación, pues el índice de penetración del mercado asegurador en Colombia aún no ha logrado alcanzar cifras que estén en directa concordancia con los riesgos a los que se exponen las personas en sociedad (Bustamante 13)

Tras lo anterior, se espera que con la investigación que se ha llevado a cabo se encuentren luces que permitan guiar una propuesta, tanto desde las instituciones públicas como desde el sector privado, para promover una cultura basada en la gestión del riesgo desde todos sus aspectos. Por lo mínimo, se considera que estudios de este tipo pueden generar una base para agenciar con fuerza las discusiones pertinentes al respecto de los riesgos latentes en la vida de sociedades como la colombiana que, según lo propuesto por Thomas (2011), al ser un país en vía de desarrollo aún se encuentra en situación de desconocimiento y falta de promoción de este mercado de intangibles que resulta ser los seguros de vida. Es decir, a falta de una consciencia generalizada en la sociedad colombiana de la gestión de riesgos, se espera generar un impacto, por mínimo que este sea, en función de movilizar el aseguramiento de cada vez más personas, promoviendo una cultura de la seguridad, entendida esta (la cultura) como uno de los procesos transformadores de mentalidades que crean valor y nuevas capacidades para que las personas se adapten al mundo, lo comprendan,

conozcan mejor sus problemas e ideen soluciones que le permitan transformarlos (Mosquera y Flórez. 2009. Citado por Mosquera y Gómez. 2012).

Ello implica que el estudio realizado sea llevado a cabo con la mayor rigurosidad y disciplina posible, utilizando herramientas que validen la información que se recopila y estableciendo categorías de análisis y variables que sean pertinentes para los resultados esperados. Además, la correlación y dependencia entre la teoría indagada con los hallazgos de la investigación debe ser abordada con claridad en los criterios, de manera que se dé un uso idóneo de los estudios que han precedido la presente investigación, teniendo como punto de partida el esfuerzo realizado con antelación a este proyecto, y como horizonte la posibilidad de aportar herramientas analíticas y técnicas de investigación valiosas en futuras investigaciones.

Por otra parte, la utilidad de este estudio está centrada, además de lo expuesto en el párrafo anterior, en poder gestionar recursos cada vez más actualizados e información reciente para las oficinas administrativas y de mercadeo de las empresas aseguradoras de Colombia. Al ser una investigación que toma como referente la forma en que los usuarios de seguros de vida perciben el riesgo y el modo en que ello influye en su decisión de haber adquirido el aseguramiento, será también información útil para los modelos de toma de decisiones de las oficinas y dependencias respectivas en que se busque llegar cada vez más a personas de cualquier origen social que encuentren en el mercado de intangibles no sólo la posibilidad de resguardar su seguridad, sino un atractivo que, a modo de inversión, pueda significarles una planificación y proyección asertiva de sus vidas.

Pregunta de Investigación.

¿Qué percepción de riesgo de pérdida de la vida tienen los usuarios adscritos a un plan de seguros de vida en la ciudad de Bogotá y qué nivel de incidencia puede tener ello en la toma de decisión de compra del aseguramiento?

Objetivos de Investigación.**Objetivo General.**

Identificar la percepción de riesgo de pérdida de la vida, su incidencia en los usuarios inscritos y su decisión de compra de un plan de aseguramiento.

Objetivos Específicos.

Identificar la percepción que tiene un conjunto de usuarios de seguros de vida con respecto al temor y expectativas frente a la pérdida de la vida con relación a indicadores de grado de tolerancia al riesgo, nivel de vulnerabilidad y grado de responsabilidad respecto a la familia.

Identificar qué percepción tiene un conjunto de usuarios de seguros de vida respecto a los estigmas que posee sobre la pérdida de la vida con relación a indicadores de actitud frente a la previsión, inversión económica frente a la previsión y nivel de información.

Identificar qué percepción tiene un conjunto de usuarios de seguros de vida respecto a las novedades en relación con la pérdida de la vida con relación a indicadores de influencia de las redes sociales, influencia de los medios de comunicación e influencia de familiares y amigos.

Analizar las consecuencias de las formas de percepción del riesgo de pérdida de la vida en la toma de decisiones de un conjunto de usuarios de seguros de vida.

Capítulo 2.

Marco Teórico.

Riesgo.

En la comunidad científica no hay un consenso generalizado sobre lo que es el riesgo (Puy, 1994). El autor considera que lo primero es hacer una distinción terminológica: la común diferencia entre los conceptos risk y hazard, que normalmente en español se agrupan bajo el único concepto de “riesgo”. Kaplan y Garrick (1981) abordan, precisamente, esta distinción y determinan que hazard puede entenderse como la fuente de peligro, mientras que risk sería el grado de probabilidad del daño. Bajo ese mismo enfoque, Lima (1990) diferencia entre peligro y riesgo, definido el primero como desastre o accidente y, el segundo, como probabilidad de ocurrencia de ese accidente en un intervalo de tiempo, lo que supone siempre un grado de incertidumbre.

Al margen de esta distinción terminológica, tanto Espluga (2004) como Puy (1994) afirman que hay dos líneas básicas para abordar el concepto de riesgo: según las ciencias naturales o las ciencias sociales. Para Espluga, las diferencias de concepto aplican solo dentro de las ciencias sociales, pues dentro de las naturales sí hay una definición ampliamente compartida. Para ellas, explica Espluga, el riesgo se entiende como la correlación entre la probabilidad de que ocurra un daño y su magnitud potencial en un tiempo específico.

Para las ciencias sociales el riesgo no es un término unidimensional y objetivo, pues su concepto puede variar entre distintas personas y contextos (Espluga, 2004). Estas variaciones van más allá del poder calcular numéricamente su probabilidad o las potenciales pérdidas. Es decir, el

riesgo puede ser evaluado en su importancia según muchos aspectos cualitativos distintos, incluso independientemente de los criterios de los expertos (Espluga, 2004).

Con ocasión a las distintas nociones de riesgo en las ciencias sociales, autores como Yates y Stones (1992) afirman que hay, por lo menos, una idea base común a todas: la posibilidad de estudiar los componentes del riesgo como un constructo social. Es decir, el riesgo sería uno de muchos aspectos a ponderar a la hora de tomar decisiones, entendido como la posibilidad de pérdida o daño. Visto así, el riesgo tendría tres elementos: la pérdida, el significado de esa pérdida y la incertidumbre asociada a ella (Yates y Stones, 1992). Así pues, las diferencias, más que conceptuales, serían de grado de integración de estos tres elementos y el peso que se le asigna a cada uno respecto a los demás.

Existen otras distinciones en el concepto de riesgo, que tienen que ver con el riesgo objetivo y el subjetivo. Esta diferenciación parte de las primeras investigaciones sobre el riesgo en el campo social, que tuvieron lugar en los años 70. Estas investigaciones abordaron el riesgo como una dimensión que explicaba, a partir de su percepción, las reticencias de la gente a una cierta tecnología o actividad industrial (Espluga, 2004). Este enfoque introdujo nociones como la de “riesgo aceptable”, que significa el límite de oposición al riesgo luego de un balance racional entre los costos y beneficios (Espluga, 2004). Las investigaciones también hablaban de un riesgo “objetivo”, determinado por los expertos, y uno “subjetivo”, relacionado con las reticencias de la gente (Puy, 1994).

Posteriormente, según Puy (1994), fue la demostración de que los juicios de oposición a las tecnologías no partían de una cierta “irracionalidad”, sino de una valoración distinta y más compleja de los riesgos, a partir de factores que los expertos no consideraban. Además,

se mostró que, en cualquier caso, los expertos tampoco estaban exentos de valores y cierta subjetividad. Para Renn (1986), por ejemplo, esta diferenciación formal y artificial entre la evaluación racional de los expertos y la irracional de la gente del común ha desviado la discusión sobre el riesgo y ha dificultado el diálogo entre ambas comunidades. Para Otway y Thomas (1982), esta división es solo ideológica y atiende no solo a la diferenciación entre expertos y legos, sino entre quienes ven el riesgo como algo cuantificable y quienes lo ven como una experiencia subjetiva significativa, susceptible de pensarse y juzgarse sin importar si se trata de un experto o un lego.

En los años 80, además, se desarrollaron investigaciones sobre la “comunicación del riesgo”, que seguían por la línea de la diferencia entre expertos y legos, y que consideraban que era posible cambiar las creencias “irracionales” de los segundos con información clara y adecuada proporcionada por los primeros (Espluga, 2004). Sin embargo, estudios posteriores mostraron que las reacciones frente al riesgo son independientes de la información recibida. Wynne (1996), por ejemplo, constato que muchos de aquellos comportamientos “irracionales” se debían más a la manera como se había impuesto una tecnología y no la percepción de los riesgos que podía implicar. Espluga (2004) señala que es solo hasta los años 90 que se amplían estas nociones con enfoques más integradores, que consideran factores como el contexto social, político y cultural en los que ocurren los procesos de percepción y de comunicación de esos riesgos.

Se trata de perspectivas constructivistas que integran la noción de percepción del riesgo y de valores culturales para entender que los peligros ambientales son también cuestiones sociales. En ese sentido, el riesgo no sería una condición propia del mundo físico, sino una representación de las características físicas en relación con las psicosociales (Cvetkovich y Earle, 1992). Estos nuevos enfoques, pues, han permitido comprender y explicar de forma más amplia la manera como

las personas reaccionan al riesgo, sus actitudes y comportamientos. Cvetkovich y Earle (1992) consideran, de hecho, que es necesario integrar las visiones objetivas y subjetivas del riesgo para lograr una gestión del mismo más democrática.

Autores como Vlek (1987), se deslindan de esta dualidad y consideran ambos enfoques como complementarios a la hora de definir el riesgo. En ese sentido, las cuestiones objetivas se referirían al “estímulo”, o sea, a algo que está en el mundo exterior y que es susceptible de ser cuantificable y controlable; y las subjetivas a la “respuesta” o consideración del estímulo desde la perspectiva del observador y la representación que hace del riesgo en su mente. Esto quiere decir que el riesgo podría medirse a partir de la selección, interacción y cuantificación de unos parámetros del ambiente, pese a de las posibles fallas del método (Vlek, 1987).

Una ampliación de esta propuesta la hace Lee (1981), quien también ve las nociones de riesgo objetivo y subjetivo como complementarias y establece que las dimensiones objetivas pueden servir como variables a considerar en las ecuaciones de evaluación del riesgo y en la forma de ponderarlas.

Para Puy (1994), ambas nociones del riesgo son válidas, necesarias y complementarias y, en ese sentido, “reales”. De hecho, sostiene Freudenburg (1988), lo menos “real” en el debate es esta forzada distinción entre ambos conceptos, en especial cuando se habla de las nuevas tecnologías. Por esa línea, Cvetkovich (1988) considera que el riesgo es necesariamente una transacción entre la esfera física y psicosocial. Así, los juicios sobre el riesgo pueden ser por igual reacciones emocionales e imaginaciones, como comprensiones de las leyes físicas y químicas.

El presente estudio se alinea con esta concepción multidimensional del riesgo, aunque se enfoca en el concepto de “percepción del riesgo”. Este concepto daría cuenta de forma más precisa

de los factores que intervienen a la hora de reaccionar ante el riesgo, incluso más allá de su objetividad. De acuerdo con Puy (1994), la dualidad entre riesgo objetivo y subjetivo se supera al entender que la realidad y sus aspectos dependen de la forma como se perciben, juzgan e interpretan. Esto quiere decir que la realidad pasa por una especie de filtro personal, que se forma según las experiencias pasadas, los valores y creencias, las normas sociales, las expectativas, la formación, las motivaciones, entre otras.

Estos son aspectos que caben de forma global en el concepto de percepción del riesgo, razón por la que esta investigación se enfoca en esta noción. El concepto, como se explicará en la siguiente sección, fue acuñado por distintos autores y estudios, incluido Slovic (2000). Es justamente el desarrollo de su modelo psicométrico a partir de la concepción de “percepción del riesgo” lo que fundamenta teóricamente el presente estudio.

Percepción del Riesgo.

El concepto de percepción de riesgo ha sido definido de diferentes formas, según el campo de estudio. El profesor Lee (1983) aporta una aproximación inicial al concepto en la primera revisión de la Royal Society británica. En ella, Lee definía la percepción del riesgo como la evaluación combinada que una persona hace entre la probabilidad de que un hecho adverso ocurra y sus posibles consecuencias. Esta definición es cercana a la propuesta por Slovic (2000), que afirma que la percepción del riesgo es el entendimiento subjetivo que realiza el ser humano acerca de las características y consecuencias de un riesgo

En la segunda revisión de la Royal Society, Pidgeon et al. (1992) ampliaron la definición inicial del profesor Lee y precisaron que la percepción del riesgo, desde las ciencias sociales, debe

incluir el estudio de las creencias, actitudes, sentimientos, juicios, valores y disposiciones sociales y culturales que las personas asumen frente a las fuentes de peligro y sus beneficios. En ese orden de ideas, se puede acoger el término de percepción desde la conducta del ser humano y se puede utilizar para describir el proceso cerebral que realiza un individuo al captar un suceso a través de los sentidos y fusionarlo con anteriores experiencias (Hove y Paek, 2015).

Esta definición, presenta problemas para autores como Otway (1990), pues supone un paralelismo entre la percepción física y la percepción del riesgo. El inconveniente radica en que la percepción física puede describirse de forma “objetiva” y su experiencia puede manipularse externamente a fin de establecer los procesos cognitivos de la percepción (Pidgeon et al., 1992). En el caso de la percepción del riesgo, sin embargo, esta descripción objetiva es ciertamente más compleja, si no imposible (Otway, 1990). Por ello, Otway sugería no acuñar la etiqueta “percepción” para referirse al riesgo, sino actitud.

El término “percepción del riesgo”, señala Otway (1990) fue dado desde el ámbito científico-técnico para referirse a la reacción y oposición desproporcionada de la gente ante las nuevas tecnologías. En ese sentido, era una manera de comparar esas reacciones con el no rechazo hacia otros riesgos más cotidianos y aceptados, de modo que la oposición a la tecnología estaba dictada por “percepciones” probablemente incorrectas de los riesgos. Así pues, dice Otway, no estamos hablando realmente de “percepciones” sino de aceptabilidad del riesgo en términos evaluativos o afectivos.

Bajo ese mismo enfoque, Eiser (1991) afirma que la preocupación por ciertos riesgos no son producto de fallos cognitivos, sino de juicios de corte social y actitudinal. Slovic, por su parte, recoge estas ideas, pero vuelve desde el enfoque psicométrico a la noción de “percepción” y

la entiende como los distintos tipos de juicios y actitudes frente al riesgo. Este enfoque amplía el concepto de “percepción del riesgo” a “percepción social del riesgo”, muy en la línea de Eiser, que procura resolver la dicotomía entre “percepción física” y “percepción del riesgo”.

Eiser (1991) precisa que para entender el paralelismo entre estos dos conceptos hay que verlo como una metáfora susceptible de ser válida en tanto se tienen claras las limitaciones del término “percepción”. Tajfel (1969), por su parte, ya se había referido a la dificultad de establecer en qué punto exacto se da la transición entre la percepción y actividades cognitivas como el juicio o la inferencia.

Pérez (1989) recoge estas dos maneras de aproximarse a lo social de la percepción y distingue sus concepciones: una referida al contenido, y otra al proceso de la percepción. Cuando se habla del contenido, entonces, se habla de percepción de objetos sociales, especialmente de personas; cuando se habla del proceso de la percepción, se hace énfasis en lo que determina esa percepción, como los valores, normas sociales, motivaciones, etc. (Pérez, 1989).

La percepción del riesgo, entendida pues desde este panorama amplio, ha sido abordada desde tres enfoques distintos: el psicológico, el antropológico y el sociológico. El psicológico, a su vez, se dividió en dos líneas: la heurística, desde el descubrimiento del conocimiento; y la cognitiva, desde la forma en que se almacena, se comprende y se utiliza la información recibida por el individuo. Además de los tres enfoques principales, surgió un cuarto enfoque conocido como paradigma psicométrico, y que condensa, de algún modo, los enfoques psicológicos y sociológicos (González, 2015).

Tipos de percepción del riesgo.

Enfoque psicológico. Los primeros estudios sobre percepción del riesgo buscaban identificar las fallas cognitivas en la percepción que la gente tenía sobre los riesgos de ciertas tecnologías. Como ya se mencionó, se trataba de una herencia científico-técnica. La idea tras identificar estos sesgos cognitivos era poner en marcha estrategias informativas para que las personas “equivocadas” en sus percepciones corrigieran sus juicios y aceptaran las nuevas tecnologías (Espluga, 2004).

Este enfoque de la percepción del riesgo inicia con un artículo de Starr (1969), que planteaba que la aceptabilidad del riesgo dependía del balance que los individuos hacían de los riesgos y los beneficios a partir de “preferencias implícitas”. Y aunque se trataba de un modelo con muchas fallas y sin constatación empírica, sirvió como punto de partida del debate.

Luego de abrir la puerta para comenzar a pensar en la percepción del riesgo como algo más que la evaluación de la probabilidad de que ocurra un evento adverso y sus consecuencias, la psicología cognitiva da paso al enfoque psicométrico. Desde este nuevo modelo, se entiende el riesgo como un concepto multidimensional, en el que se deben considerar otros factores que las personas consideran indeseables y que asocian con una causa en particular (Espluga, 2004). Este enfoque, como ya se advirtió, concilió las diferencias entre la “percepción física” y la “percepción del riesgo” propiamente dicha y amplió el marco de interpretación a otros factores o atributos de la percepción, ahora cuantificables. Sin embargo, no se explicará el modelo en este apartado, sino más adelante.

Enfoque antropológico. El enfoque antropológico parte de la Teoría Cultural de Douglas y Wildavsky (1982), que asume que las creencias y valores culturales y sociales comunes a un grupo, determinan lo que se considera como riesgo. En ese sentido, las personas se preocupan más por los eventos o aspectos que pueden afectar directamente su sistema de valores y creencias, así como su manera de interpretar y vivir las relaciones sociales (Espluga, 2004). Este enfoque supone que cada grupo social escoge los riesgos a tener, a fin de que sean coherentes con sus formas de vida. El proceso implica desechar otros posibles riesgos que sí pueden ser relevantes para otro grupo social (Espluga, 2004).

Las investigaciones bajo este modelo se han ocupado del desarrollo de escalas que midan la actitud de los individuos frente a los peligros. Los principales estudios de este tipo se han dado en las áreas de la energía nuclear y la industria petroquímica (González, 2015). Douglas y Wildavsky, por ejemplo, usaron este enfoque en el estudio de las percepciones del riesgo en la sociedad industrial. Así, descubrieron que las personas evalúan los tipos de riesgo de forma distinta según su grupo social, aun cuando se refieran a los mismos temas.

Las pruebas les permitieron hallar diferentes tipos de culturas o visiones de la realidad (Douglas y Wildavsky, 1982): por un lado, la cultura jerárquica, en la que se defiende la existencia de estructuras de autoridad rígidas y en la que el riesgo mayor es aquél que amenaza el orden social establecido; la cultura igualitaria, en la que se defiende la erradicación de la desigualdad de poder y en cuyo seno el principal riesgo es el originado por el mismo grupo; y la cultura individualista, entendida como el dominio del individuo emprendedor. En ella se defienden los valores de la libertad y la competencia de mercado, de modo que sus miembros están dispuestos a correr riesgos en virtud de los beneficios que pueden obtener.

Estas tipologías culturales influenciarían, entonces, en la percepción del riesgo y en la toma de decisiones frente a él. Entender el riesgo y su percepción de esta forma trae consigo varias implicaciones: por un lado, asume que las personas tienen ideas sociales fijas y que difícilmente cambiarán su forma de pensar; por el otro, que no es posible llegar a acuerdos entre distintos grupos sociales sobre la forma de gestionar un riesgo; y, finalmente, que estrategias como la provisión de información fiable y clara están llamadas al fracaso, pues la tipología cultural filtraría primero esa información para dar validez solo a lo que se corresponde con los fundamentos propios de esa cultura.

Enfoque sociológico. Sobre la percepción del riesgo desde la perspectiva sociológica, los aportes más relevantes son los de Brian Wynne (1996). Este autor afirma que las percepciones sociales del riesgo no están estrechamente relacionadas con las evaluaciones de una cosa objetiva, sino con las relaciones que las personas establecen con las instituciones que gestionan el riesgo. En las estimaciones del riesgo hay altos niveles de incertidumbre, es normal que las personas tengan en cuenta factores como la confianza en sus instituciones para valorar la magnitud del riesgo.

Este modelo supone que la percepción del riesgo no es un asunto puramente matemático en relación con las consecuencias adversas posibles, sino que es un proceso en el que influyen las dimensiones institucionales del riesgo: la confianza en las personas que intervienen en la gestión del riesgo, las relaciones de dependencia con las instituciones con esta responsabilidad, la justicia tras sus acciones, su legitimidad, etc. (Espluga, 2004). En ese sentido, las percepciones del riesgo contradictorias entre los expertos y los individuos no tendrían que ver con un tema de

ignorancia, como que los individuos no conozcan el riesgo adecuadamente, ni con un asunto de irracionalidad, como el que los individuos se comporten de forma insegura a pesar de su conocimiento del riesgo, sino con el papel de las dimensiones institucionales (Espluga, 2001).

El paradigma Psicométrico.

El paradigma psicométrico es un modelo teórico que se desarrolló a mediados de los años 70, a partir de estudios anteriores que contemplaban distintos enfoques de la percepción del riesgo, como el psicosocial y el sociológico (González, 2015). Este modelo fue desarrollado principalmente por Paul Slovic y sus compañeros del grupo de Oregón como una estrategia para estudiar la percepción del riesgo desde una taxonomía de peligros y por medio de técnicas de escalamiento psicométrico (Slovic, 2000). En ese sentido, Slovic considera que es posible usar el análisis multivariable y la escala psicofísica para hacer representaciones cuantitativas, o lo que él llama “mapas cognitivos”, de actitudes y percepciones del riesgo.

Los mapas cognitivos funcionan así: las personas asignan un valor cuantitativo sobre un riesgo a partir de distintos peligros y un nivel de regulación de cada uno. Ese valor constituye un juicio que se relaciona luego con los juicios sobre otras dimensiones de la percepción del riesgo (Slovic, 2000). Los estudios se hacen a través de instrumentos de recolección de datos en los que las personas juzgan un listado de actividades, magnitudes del riesgo percibido y sus atributos psicosociales. Estos atributos pueden ser, por ejemplo, posibilidad de control, temor, gravedad de las consecuencias, conocimiento sobre el riesgo, etc. (Slovic, 1982). El análisis de los datos está orientado a establecer la relación entre estos atributos y los juicios sobre la magnitud del riesgo percibido.

Para el enfoque psicométrico, los atributos psicosociales son características de los riesgos valoradas a la hora de asumirlos (Slovic, 1982). Las primeras investigaciones que utilizaron el modelo psicométrico establecieron un listado de nueve atributos (Puy, 2000); sin embargo, otros estudios han propuesto hasta diez y ocho atributos. Así lo hicieron autores como Otway (1982), que al elaborar otros listados advirtieron que no es posible establecer un único esquema de atributos, pues estos se pueden enriquecer con nuevos factores que la gente haya aprendido a asociar con actividades de riesgo o con la tecnología.

Los principales atributos propuestos desde el modelo psicométrico fueron: el nivel de controlabilidad de la severidad del riesgo; el nivel de temor que genera el riesgo; si el riesgo puede ser mundialmente catastrófico; la fatalidad del riesgo; si las personas pueden experimentar el riesgo de formas distintas; si muchas personas están expuestas al riesgo; si el riesgo puede afectar a futuras generaciones; si la exposición al riesgo es involuntaria; si el riesgo nos afecta personalmente; si el riesgo no es observable; si los efectos del riesgo son inmediatos; si el riesgo es nuevo o familiar; si el riesgo es conocido por la ciencia (Slovic, Fischhoff y Lichtenstein, 2000).

El paradigma psicométrico condensa estos rangos de las características del riesgo en dos factores: el riesgo de temor, que incluye la percepción de falta de control, el temor, el potencial catastrófico, las consecuencias fatales, etc. (Slovic, 2000); y el riesgo desconocido, que se define por peligros considerados inobservables, desconocidos, nuevos, etc. (Slovic, 2000).

Slovic (2000) cuenta que el inicio del modelo psicométrico se remonta a los aportes de Starr (1969), quien, con base en las preferencias de cada persona, propone que la aceptabilidad del riesgo depende de un balance entre los daños y los beneficios que los individuos hacen de ellos. La pregunta original de Starr, según Slovic (2000), era “¿qué tan seguro es lo suficientemente

seguro?”. Este enfoque supone que la sociedad ha establecido un equilibrio entre los riesgos y los beneficios propios de cualquier actividad.

Starr examinó estos datos en varias actividades e industrias y sacó dos conclusiones: 1) que la aceptabilidad de un riesgo es casi proporcional a los beneficios que otorga la actividad; y 2) que la gente acepta los riesgos de actividades voluntarias, aun cuando sean mayores a los riesgos involuntarios de otras actividades, y aun cuando el nivel de beneficios en ambas sea el mismo (Slovic, 2000). No obstante, la aplicación del paradigma psicométrico ha demostrado que hay un espectro amplio de parámetros para caracterizar el riesgo y sus percepciones, de modo que la aceptabilidad del riesgo no depende únicamente de los beneficios a obtener, tal y como afirmaba Starr (Espluga, 2004).

El trabajo de Starr fue ampliamente criticado por Otway y Cohen (1975) con un estudio que muestra las limitaciones de la propuesta de Starr y sus conclusiones. Estas limitaciones eran, a saber: el que igualara los riesgos aceptables a los aceptados, el que no tuviera en cuenta cuestiones sobre la distribución de riesgos y beneficios en la sociedad, y la metodología de las “preferencias manifiestas” para establecer la aceptabilidad de los riesgos (Fischhoff et al., 1978, 1981a; Slovic, 1992).

A raíz de estas críticas, los investigadores del grupo de Oregón se dieron a la tarea de estudiar la percepción del riesgo desde el paradigma psicométrico, con un enfoque que fuera más allá de la simple relación entre riesgos y beneficios. De ahí que el modelo psicométrico permita crear un perfil de las fuentes de riesgo según las puntuaciones que los individuos asignan a los atributos.

El paradigma psicométrico ha demostrado que la percepción del riesgo es cuantificable y predecible, y que el concepto de “riesgo” guarda un significado diferente según cada persona (Slovic, 2000). Por otra parte, ha evidenciado que las personas no están de acuerdo con la forma como el mercado ha equilibrado los riesgos y los beneficios, aunque los estudios de “preferencias expresadas” vayan en la misma línea de lo dicho por Starr (Slovic, 2000). De hecho, los estudios han mostrado que hay una correlación menor entre la aceptabilidad del riesgo y sus beneficios (Espluga, 2002). El paradigma psicométrico permite explicar, entonces, algunos comportamientos frente al peligro que, a la luz de la teoría cultural, muestran que cada individuo hace parte de una red de relaciones de un grupo social, en el que se privilegian ciertas creencias y valores. Esto quiere decir que distintas personas pueden percibir y sentir temor frente a peligros diferentes (Espluga, 2002).

En resumen, el paradigma psicométrico cumple tres funciones: por un lado, la conversión de conceptos teóricos a indicadores; por el otro, dar sustento lógico a la construcción de una herramienta técnica para evaluar rasgos psicológicos, psicosociales y ambientales en las personas; y, por último, articular la teoría con la aplicación práctica de los fenómenos psicológicos (Almaguer, 2009). En ese sentido, y como se ha dicho anteriormente, este modelo condensa los enfoques psicosociales y sociológicos de la percepción del riesgo, pues aborda características sociodemográficas y actitudinales de las personas estudiadas, a la vez que considera características cualitativas sobre las dimensiones sociales de evaluación del riesgo (González, 2015). Además, como lo precisa Slovic (2000), lo hace a través de juicios cuantitativos.

Al igual que al enfoque de Starr, son varias las críticas que se han hecho al modelo psicométrico: de un lado, se afirma que las etiquetas “riesgo de temor” y “riesgo desconocido”, empleadas para condensar la amplia gama de atributos del riesgo, son ambiguas (Paek y Hove,

2017). De hecho, algunos autores consideran que estas etiquetas deben verse como dos dimensiones de los juicios sobre el riesgo, clasificados como cognitivos y emocionales (Coleman, 1993; Dunwoody y Neuwirth, 1991). Del otro, se dice que el enfoque psicométrico guarda un carácter predominantemente descriptivo y que pretende ser universal a pesar de las limitaciones que tiene como cualquier estudio correlacional (Puy, 1995).

Independientemente de las críticas, el paradigma psicométrico sigue siendo el modelo más aplicado en los estudios sobre percepción del riesgo porque ha permitido comprender de mejor forma la complejidad psicológica tras este tema (Paek y Hove, 2017). Además, ha sido una manera de explicar por qué ciertos riesgos son percibidos con mayor seriedad que otros, aun cuando de hecho no lo son (Paek, 2014). Autores como Puy (1995) consideran que el modelo debe ser visto, además, como un acercamiento metodológico que sirve para comprender ciertos discursos tras la percepción social del riesgo. En ese sentido, el enfoque permite hacer diagnósticos descriptivos útiles para el diseño de estrategias de gestión e información sobre un riesgo específico.

Mercado de intangibles

Los seguros de vida hacen parte de la gama que se ofrece en el mercado de intangibles. Según argumenta Sarmiento (2011), en el marco de este contexto se entiende que un intangible hace parte, por ejemplo, del conocimiento generado por las personas que es capaz de producir valor; a ello se le conoce como un activo intangible. Bajo la misma idea, la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) (2010) citado por Astudillo y Mancilla (2014), expone que un activo intangible es una patente, un diseño o un modelo usado para la producción de un bien o servicio, el cual posteriormente será ofertado en el mercado. En consecuencia, se

entiende que al ser un bien o servicio que no reviste de características físicas y, por ende, no presenta beneficios inmediatos, se puede acuñar la definición de Lev (2003) citado por Sarmiento (2011) en donde propone que un intangible es un “derecho sobre beneficios futuros que no tiene sustancia física o naturaleza financiera” (P. 13).

Tras lo anterior, se entiende un elemento de la problemática en términos de cómo motivar a los posibles clientes a que adquieran este tipo de servicios o bienes si no es tangible el beneficio o identificable en lo inmediato. No obstante, Martínez (2016) expone en su investigación que existen diferentes factores que permiten acercar a las personas a este tipo de mercados; uno de los más significativos que encuentra es la seguridad, la profesionalidad y la reputación que se relaciona con una marca y que es sinónimo de calidad en el servicio. Por su parte, Romero y Romero (2006) proponen que en el mercado de intangibles los clientes se ven atraídos por factores de identidad entre los grupos sociales; es decir, la pretensión de integrarse a un grupo los motiva a adquirir los productos que dentro de este sean característicos, para el caso, en el mercado de intangibles. Proponen que al asimilar lo que consumen quienes integran tales grupos y, por medio de criterios similares, toman decisiones para adquirir los productos.

Factores como la reputación, la calidad, disponibilidad y distribución del servicio, la credibilidad de una marca y los gastos de publicidad y comercialización, según Astudillo y Mancilla (2014), son los que generan cierta vulnerabilidad y susceptibilidad en el mercado de intangibles para que este tipo de bienes y servicios sean adquiridos por las personas. Esto, conjugado con lo anterior, evidencia la multiplicidad de elementos a tener en cuenta, que hacen parte de los criterios que consideran los clientes al momento de hacerse con un producto intangible como lo son los seguros de vida.

Seguros en Colombia y su Comportamiento Histórico.

Los seguros de vida en Colombia se introducen en 1902 con la Sociedad Nacional de Seguros de Vida, absorbida en 1904 por la Compañía Colombiana de Seguros (Baquero, Rodríguez, Zarruk, 2011). Fasecolda (2011) señala que, en los años siguientes, la industria creció hasta los primeros de la década del 90, cuando una serie de reformas hicieron que las cifras del sector decayeran. Luego, a partir del 93, se dio un fortalecimiento del sector gracias a su incursión en los ramos de la Seguridad Social y el crecimiento de las primas (Baquero, et al. 2011).

Entre 1975 y 2010, la industria aseguradora en Colombia creció en un promedio del 7% real anual, en un 8% en los ramos de vida y en un 7% en los de no vida (Baquero, et al. 2011). Además, el comportamiento del sector mostró que a pesar de que las crisis de la economía del país hicieron estragos en la industria (especialmente en 1982 y 1999), esta logró responder con una reducción en el crecimiento de las primas, además de recuperarse más rápido que la economía general (Baquero, et al. 2011).

Durante el 90, además, la apertura económica y la reforma financiera dieron paso a la entrada de compañías aseguradoras internacionales y la liberación en el régimen de tarifas, lo que redundó en un panorama de libre competencia en pólizas y tarifas. Este fenómeno sí afectó sensiblemente a la industria aseguradora colombiana, especialmente en su comportamiento a largo plazo (Baquero, et al. 2011).

De todos los ramos aseguradores, el más tradicional en el país ha sido el de vida individual, ofertado desde el inicio de la industria en 1902. Este ramo cambió por completo su comportamiento en el largo plazo durante la apertura económica, pues pasó de crecer por debajo del PIB antes del 90, a crecer luego no solo por encima del PIB, sino del promedio de la industria. Adicionalmente,

presenta altos índices de concentración (Baquero, et al. 2011). El ramo que más participación ha tenido en Colombia entre los ramos de personas es el de cobertura de vida de grupo. Esto se debe a su fácil comercialización y óptimos márgenes, lo que le ha valido ser el impulsor de la penetración de la industria en el país. Sumado a ello, ha logrado aumentar su cobertura gracias a canales como los bancos y las facturas de servicios públicos (Baquero, et al. 2011).

En cuanto al ramo de exequias, su explotación se da desde el 90 con solo tres empresas en el mercado. Entre esa época y el 2010, el ramo mostró un crecimiento del 54% anual y una desviación del 137%, lo que evidencia un mercado volátil dentro de los ramos de vida y personas. Según Baquero, et al. (2011), esto se debe a la consecución de periodos de gran crecimiento seguidos de otros de gran desaceleración. En cuanto al seguro educativo, introducido en 1992, el crecimiento ha sido tardío. Solo hasta el 2000 experimentó un crecimiento vertiginoso del 238% en sus primas, esto gracias a la entrada de Global Vida al mercado (Baquero, et al. 2011). El comportamiento positivo se mantuvo hasta el 2007, y se recuperó desde el 2010, cuando las primas ascendieron a \$123.500 millones (Baquero, et al. 2011).

De acuerdo con cifras recientes, el mercado asegurador del país está integrado por 33 compañías, 25 de ellas en el sector de los seguros generales y 19 en el de seguros de vida. El mercado lo lidera Suramericana S.A. con un 19% de participación en el nivel de primas emitidas, seguido por Seguros Bolívar con un 8,7% y Mapfre con un 8,6% (Bustamente, 2014). La mayor concentración la presentan las líneas de empresas y negocios (Goebel et al., 2010), con ramos como el de automóviles, colectivos, riesgos laborales, SOAT, incendio y aliadas, y previsual y salud. Respecto al mercado asegurador en general, la distribución de primas por ramos se concentra en los seguros de daños con un 49%, luego por los seguros de personas con un 26,3%, seguido de la seguridad social con un 25,1% (Fasecolda, 2012).

En los ramos de seguridad social, los de riesgos laborales tienen el mayor índice de primas generadas a 2012 con un 49,7%. Le siguen los previsionales con un 29,1%, las rentas vitalicias con un 18,9%, las pensiones voluntarias con un 1,6%, las rentas voluntarias con un 0,5% y las conmutaciones de pensiones con un 0,1% (Fasecolda, 2012). Respecto a los ramos de seguros de personas, los más representativos son los seguros colectivos con un 49,8%, seguidos de los de salud con un 20,2%, los de accidentes personales con un 12,4%, los de vida individual y educativos, ambos con un 3,2%, los de exequias con un 1,3% y los de enfermedades de alto costo con un 0,7% (Fasecolda, 2012). Sobre los ramos de seguros de daños, son tres los más representativos: el seguro de automóviles con el 27,6%, el SOAT con el 17,3% y los de incendios y aliadas con el 16,8% (Fasecolda, 2012).

La encuesta de Remolina Estrada y Sonar Services para Fasecolda (2012) mostró en términos generales que el 56% de la población cuenta con al menos un seguro de adquisición voluntaria, de entre los cuales el seguro exequial es el más conocido y adquirido, seguido de los seguros automovilísticos. En cuanto al seguro de hogar, solo el 5% dijo conocer este servicio (Vergara, 2008). A continuación, se revisará con más detalle el panorama de los seguros de vida en Colombia, que es el foco de esta investigación.

Seguros de vida en Colombia.

Como ya se registró, los ramos de vida han presentado un buen comportamiento dentro de la industria del país. Sin embargo, los índices de penetración y densidad no son tan altos respecto a otros países de la región (Sigma, 2009). En Colombia, del universo de 13,5 millones de hogares registrados por la Encuesta Longitudinal de Protección Social del Dane (ELPS) (2012), cerca de 1.4 millones cuentan con un seguro de vida para al menos uno de sus miembros (Fasecolda,

2015). En estos casos, los asegurados han adquirido el seguro de forma voluntaria, el 80% son casados o separados, el 84% tienen hijos menores de edad y el 81% tiene un nivel educativo superior al bachillerato (Fasecolda, 2015).

Estos datos muestran que la voluntad de adquirir un seguro de vida está en estrecha relación con el nivel educativo y el tipo de configuración familiar, de modo que la presencia de hijos menores son un gran motivador en la cultura de prevención, tal y como lo indican otros estudios teóricos ((Browne and Kim (1993), Outreville (1996), Beck and Webb (2002), Li et al (2007), Outreville (2014)). En cuanto al valor asegurado de protección, depende del valor del consumo esperado para los beneficiarios del hogar y la probabilidad de fallecimiento (Lewis, 1989).

En la actualidad, la demanda de seguros de vida ha sido estudiada como un activo adicional en el portafolio financiero de los hogares (Davidoff et al (2005), Kopczuk and Lupton (2007), De Nardi (2004), Inkmann et al (2010)). En ese sentido, los seguros son vistos como una suerte de herencia para la familia en caso de fallecimiento. En Colombia, Vargas (2009) halló relación entre la demanda de seguros de vida de grupo y la cartera de créditos. Además, mostró que no hay una relación de largo plazo entre la demanda de este tipo de seguros y variables como el empleo o el ingreso. No sucede así en el caso de los seguros de vida individual y, en general, con aquellos en los que la compra es voluntaria (Vargas, 2009).

De acuerdo con López y Salamanca (2009), los hogares colombianos presentan una distribución de la riqueza de un 71% en vivienda y un 29% en activos financieros, de los cuales apenas el 5% corresponde a seguros y pensiones. Según la Encuesta de Seguros de Vida de Fasecolda (2015), hay una relación entre la riqueza de los hogares y la decisión voluntaria de

comprar seguros de vida y con el monto de cobertura. A esto se suma lo estudiado por Mayorga (2014), que muestra una relación positiva la adquisición de seguros de vida y la percepción individual de bienestar material.

Otro factor determinante en el estudio de la adquisición de seguros de vida en Colombia ha sido la vulnerabilidad financiera del hogar ante la posible muerte o incapacidad del jefe de hogar, especialmente en hogares jóvenes (Lin and Grace (2006). Núñez y Espinosa (2005) estimaron que el 39% de los hogares en Colombia podrían caer en la pobreza ante un panorama de este tipo, a pesar de no ser hogares pobres. A su vez, el informe de capacidades financieras del Banco Mundial (2013) muestra que entre el 42% y el 59% de los hogares con ingreso medio y alto en Colombia no están en capacidad de cubrir gastos imprevistos de gran envergadura.

Los datos también muestran que los mecanismos de cobertura y respuesta ante el riesgo han sido muy variables. Según la ELPS (2012), 65 mil hogares tuvieron que enfrentar la muerte del jefe de hogar, en cuyos casos el 19% registró que algún miembro del hogar tuvo que comenzar a trabajar o aumentar su carga laboral, mientras que el 29% mostró un ajuste en los gastos del hogar. Además, 354 mil hogares reportaron un accidente o enfermedad grave del jefe de hogar, que respondieron con un gasto de ahorros o endeudamiento (41%) o con un ajuste en los gastos del hogar (17%). Solo el 4% reportó haber usado algún tipo de seguro en cualquiera de estas dos situaciones.

Finalmente, los consumidores han reportado ser conscientes de la importancia del seguro de vida, aun cuando lo perciben como caro. Según la Encuesta de Cultura Ciudadana y del Riesgo de Fasecolda (2014), más del 92% de los asegurados y más del 72% de los no asegurados saben de la importancia del seguro de vida, pero les parece costoso a pesar de no conocer su precio. Sobre

este tema, el 42% de los hogares de estrato 3 al 6 encuestados ven el seguro de vida como un lujo. De ellos, el 77% no están asegurados y el 64% nunca ha preguntado por el costo de un seguro de vida.

Comparación del Mercado Asegurador Colombiano con otros Países.

En el contexto global del mercado de seguros, la mayor participación en primas totales generadas la tiene Europa, con un 39,5%, seguida de América con un 32,2%. La menor participación la registran Oceanía y África con un 1,5% y 2,2% respectivamente (Fan, Seller, & Stalb, 2012). Mundialmente, según estos autores, el año más difícil para la industria fue el 2011, cuando las tasas de seguros de vida bajaron a un 2,7% mundialmente. Esto se sumó a catástrofes naturales muy costosas. En estos casos, los mercados más avanzados se contrajeron en un 2,3% en Europa, mientras que en Estados Unidos el mercado creció moderadamente en un 2,9 %.

En lo que respecta a la penetración de la industria, Europa también reporta el mayor porcentaje respecto al PIB, con un 7,6%. Le sigue América con un 6,4%. Las cifras globales muestran, entonces, que Europa tiene el mayor mercado asegurador del mundo (Fan et al., 2012). La penetración en Asia y África no se queda atrás: reporta un 5,9%, dejando en último lugar a Oceanía con un 3,62% (Fan et al., 2012). De acuerdo con estos autores, las economías abiertas presentan una mayor penetración del mercado de seguros, aunque este índice no guarda relación directa con la exposición a catástrofes naturales. Esto tendría que ver con las distintas conciencias del riesgo. Entretanto, los países con bajos ingresos reportan una penetración baja con un crecimiento del mercado similar al de la economía en general (Fan et al., 2012).

Si bien el 2011 fue un año difícil para la industria aseguradora, también fue el periodo en que Latinoamérica reportó el mayor crecimiento, con un 10%. No obstante, su participación en las primas globales aún es baja, con un 3% (Fan et al., 2012). Junguito, Vargas y Pinzón (2012) puntualizan que el crecimiento en la región ha sido lento pero sostenido desde los inicios de la década. En este último tramo, el crecimiento en los ramos de vida ha sido del 12% y del 6% en los de no vida. No obstante, las primas de vida representan solo el 43%, mientras en Asia y África representan el 70% del mercado (Fasecolda, 2012).

En cuanto a la distribución por países, el de mejores índices de la región es Brasil, con un 50,75% de todo el mercado asegurador de la región. Le siguen México con un 14,41%, Argentina con un 8,33% y Venezuela con el 7%. Colombia ocupa el sexto lugar con el 4,9%, mientras que Guatemala, Jamaica y República Dominicana se quedan en los últimos lugares con un 0,36%, 0,44% y un 0,46% respectivamente (Fan et al., 2012).

Colombia, como país en desarrollo, ha tenido un comportamiento óptimo en lo que respecta al crecimiento de los seguros en relación con el crecimiento de la economía. Uno de los frentes más importantes ha sido el ramo de los seguros de vida, que creció en promedio un 7,8%, mientras el PIB aumento en un 3,6% (Baquero, et al. 2011). No obstante, las cifras de penetración y densidad de este tipo de seguros son menores en relación con otros países de la región como México, Argentina, Panamá, Brasil y Chile, según la revista Sigma de la Suiza de Reaseguros (2009).

El promedio de penetración del mercado en Latinoamérica y el Caribe es del 2,8%, por debajo de los países más desarrollados y, en general, de los demás continentes. Esto quiere decir que la industria aseguradora tiene poco desarrollo en la región y que el mercado es pequeño en comparación con otros. Sobre este último punto, Jamaica reporta el mejor porcentaje (4,5%),

seguido de Chile (4,1%). En cuanto a la penetración, los peores niveles los tiene Guatemala (1,20%), República Dominicana (1,30%) y Perú (1,5%) (Fan et al., 2012). En la región, además, hay una relación directamente proporcional entre el aumento del ingreso per cápita y la penetración de la industria (Fasecolda, 2012). Así pues, el avance, aunque progresivo, dependerá del desarrollo de la economía mundial y de las políticas económicas de cada país (Junguito et al., 2012).

Sobre la adquisición de seguros por habitante en la región, la cifra fue de \$261 dólares, mientras que en Europa es de casi \$2000 dólares y en Norteamérica de más de \$3500 dólares (Fasecolda, 2012). En lo que respecta a los indicadores de densidad, la región presenta grandes diferencias entre sus países, marcada por el desarrollo comparativo de los seguros de vida y de seguridad social (Junguito et al., 2012).

Colombia sigue la tendencia de la región con un mercado asegurador todavía incipiente en relación con el mercado mundial y los países desarrollados (Rodríguez, 2010). Como ya se mencionó, la penetración en el país es baja en relación con sus compañeros de la región (Goebel et al., 2010), con un 2,3% del PIB. Este indicador es más bajo que el promedio de toda América Latina (2,8%) y muy por debajo de países como Chile (4.1%), Venezuela (3.4%) y Brasil (3.2%).

Vergara (2008) explica que la baja penetración de la industria tiene que ver con factores como la demanda, el ingreso, el precio, la educación y la cultura. En cuanto a la densidad, la adquisición de seguros por habitante en el país alcanzó los \$163 dólares frente a los \$261 de la región. Según el autor, el bajo ingreso de los habitantes es un factor determinante en la poca adquisición de seguros. Además, también interviene la cultura de la prevención. Si bien los colombianos saben que los riesgos existen, no tienen total conciencia de sus implicaciones y de

cómo estas amenazan la economía (Vergara, 2008). El autor destaca que en el país se prefiere cubrir los riesgos con recursos propios o préstamos de bancos que recurrir a la compra anticipada de seguros. A esto se suma el desconocimiento de la oferta aseguradora y sus particularidades según tipos de eventos catastróficos.

Hipótesis.

Como ya se ha mencionado, el presente estudio usa como base el enfoque psicométrico desarrollado por Slovic, para examinar las percepciones sobre el riesgo de pérdida de vida en un conjunto de usuarios de seguros de vida y analizar la incidencia de estas percepciones en la decisión de compra de un plan de aseguramiento. El uso de este enfoque supone el reconocimiento de que la percepción del riesgo es un concepto multidimensional, posible de evaluarse cuantitativamente a partir de un conjunto de factores psicológicos, culturales, sociales, institucionales, etc. (Slovic, 2000).

Se ha optado, además, por el uso de este modelo porque, a partir del diseño de un instrumento tipo encuesta, es posible cuantificar estas categorías y modelar la respuesta al riesgo (Slovic, 2000). El uso de este enfoque puede ser útil en la futura generación de estrategias sobre la gestión del riesgo en el sector de los seguros de vida, un campo todavía incipiente en el país en cuanto a penetración en el mercado.

Para este estudio en particular se han seleccionado tres dimensiones de la percepción del riesgo empleadas en el enfoque psicométrico, que reflejan creencias o percepciones del riesgo de muerte en virtud del temor, los estigmas, y la novedad. De acuerdo con lo propuesto por el enfoque, las tres dimensiones se entenderán así:

Temor: Respuesta emocional del ser humano ante la exposición a un factor de riesgo.

Estigmas: Conjunto de actitudes y creencias que llevan al ser humano a evitar, rechazar o temer un factor de riesgo.

Novedad: Grado de familiaridad de un sujeto con relación a un factor de riesgo. Es decir, si lo conoce o si es completamente nuevo.

Como se ha propuesto, esta investigación busca responder la pregunta sobre qué percepción de riesgo de pérdida de la vida tienen los usuarios adscritos a un plan de seguros de vida en la ciudad de Bogotá y cómo esa percepción incide en su decisión de compra de un plan de aseguramiento. En ese sentido, y de acuerdo a lo explorado en este marco teórico, se plantea como hipótesis principal que las percepciones del riesgo sobre la pérdida de vida inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento. A su vez, para la evaluación de la hipótesis principal, se valorarán los siguientes grupos de hipótesis:

Tabla 1. *Cuadro de operacionalización de variables*

<i>Grupo de hipótesis</i>	<i>Hipótesis</i>
No. 1	<p>H₀: Las percepciones sobre el temor y las expectativas frente a la pérdida de la vida inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.</p> <p>H_a: Las percepciones sobre el temor y las expectativas frente a la pérdida de la vida no inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.</p>
No. 2	H ₀ : Las percepciones sobre los estigmas frente a la pérdida de la vida

inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.

H_a: Las percepciones sobre los estigmas frente a la pérdida de la vida no inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.

No. 3

H₀: Las percepciones sobre las novedades frente a la pérdida de la vida inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.

H_a: Las percepciones sobre las novedades frente a la pérdida de la vida no inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Capítulo 3.

Metodología.

Tipo de Investigación.

El estudio se enmarcó en una perspectiva de investigación cuantitativa, de corte transversal, puesto que los datos sobre las percepciones de riesgo de pérdida de vida de una población usuaria de seguros de vida se recolectaron una única vez en un momento específico (Bernal, 2010). Además, según lo propuesto en los objetivos, se trató de un estudio de alcance analítico, tal y como lo explica la espiral holística de la investigación (Hurtado, 2002). También es un estudio observacional, puesto que no se manipularon las variables ni se practicaron pruebas experimentales que alteren el objeto de la investigación (Bernal, 2010).

La investigación se centra en la identificación de las percepciones sobre el riesgo de pérdida de la vida en tres dimensiones o atributos (temor, estigmas y novedad), bajo la aplicación del paradigma psicométrico de Slovic (2000). Según este modelo, las personas incluidas en el estudio han de asignar un valor cuantitativo sobre un riesgo (en este caso el de pérdida de la vida), a partir de diferentes peligros y niveles de regulación de cada uno (Slovic, 2000). El valor asignado por cada atributo constituye un juicio que se relaciona luego con los juicios valorados sobre otras dimensiones de la percepción del riesgo.

El presente estudio se valió de este modelo para la aplicación de un instrumento de recolección de datos (una encuesta tipo Likert) en la que un grupo de usuarios de seguros de vida juzgará un listado de actividades según las magnitudes del riesgo percibido y sus atributos psicosociales. En este caso, se han elegido los atributos o dimensiones temor, estigmas y novedad, que hacen parte de las propuestas por Slovic (1982) y otros autores (Puy, 2000) en la aplicación

del paradigma psicométrico. El análisis de los datos, por su parte, se orientó a establecer la relación entre estos atributos y los juicios sobre la magnitud del riesgo percibido en la toma de decisiones relacionada con la adquisición de un seguro de vida.

Diseño Metodológico.

Tabla 2. Estructura metodológica según objetivos

<i>Objetivo</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Actividades</i>	<i>Entregables</i>
Identificar la percepción tiene un conjunto de usuarios de seguros de vida respecto al temor a la pérdida de la vida	Aplicación de encuesta tipo Likert	Diseño y aplicación de una encuesta tipo Likert	Formato de encuesta tipo Likert Informe de resultados de aplicación de la encuesta
Identificar la percepción tiene un conjunto de usuarios de seguros de vida respecto a los estigmas que posee sobre la pérdida de la vida	Aplicación de encuesta tipo Likert	Diseño y aplicación de una encuesta tipo Likert	Formato de encuesta tipo Likert Informe de resultados de aplicación de la encuesta
Identificar la percepción tiene un conjunto de usuarios de seguros de vida respecto a las novedades en relación con la pérdida de la vida	Aplicación de encuesta tipo Likert	Diseño y aplicación de una encuesta tipo Likert	Formato de encuesta tipo Likert Informe de resultados de aplicación de la encuesta
Analizar la información recolectada sobre las formas de percepción del riesgo de pérdida de la vida e identificar sus consecuencias en la toma de decisiones de un conjunto de usuarios de seguros de vida.	Aplicación de encuesta tipo Likert	Diseño y aplicación de una encuesta tipo Likert	Formato de encuesta tipo Likert
	Sistematización y análisis de la información	Sistematización de la información recolectada en cumplimiento de los tres primeros objetivos	Informe de resultados de aplicación de la encuesta Informe de sistematización de resultados
		Análisis de la información según metodología	Informe de análisis de resultados

Estructura de la metodología de investigación según su distribución por objetivos y estrategias, actividades y entregables correspondientes.

Población y Muestra.

Para este estudio se trabajó sobre una población de 992 usuarios de seguros de vida entre los 35 y 55 años, de la ciudad de Bogotá. Se privilegió este rango de edad por tratarse de personas con alto grado de influencia en las decisiones del hogar, presupuesto y contratación de distintos productos y servicios, tal y como lo afirman otros estudios como el de la Fundación Mapfre en España (2012). Sobre esta base, se hizo un muestreo no probabilístico, aleatorio simple, que dio como resultado una muestra representativa de 70 usuarios, con resultados de un 95% de confiabilidad y un 5% de error. Para garantizar la aleatoriedad de la muestra, una vez identificados el número de usuarios a seleccionar, se asignó un número a cada usuario y mediante la función en Excel <aleatorio.entre> se escogieron a aquellos que integrarían el estudio.

Técnicas e Instrumentos de Investigación.

Para el presente estudio se diseñó una encuesta estructurada tipo Likert con 30 afirmaciones (Apéndice A) para medir la percepción del riesgo de muerte según tres dimensiones de la percepción del riesgo extraídas del paradigma psicométrico de Paul Slovic (Slovic, 1987, 1992; Fischhoff et al., 1978). El paradigma psicométrico es un modelo investigativo que usa medidas psicométricas para hacer una descripción de la percepción del riesgo (Terpstra, Lindell & Gutteling, 2009; Rivers, Arvai & Slovic, 2010). En ese sentido, la propuesta de Slovic supone que, bajo un correcto diseño de un instrumento tipo encuesta, es posible cuantificar una serie de categorías cualitativas y modelar las respuestas al riesgo. La cuantificación la hacen los sujetos que participan en la aplicación de la encuesta gracias al valor cuantitativo que asignan a un listado de actividades según la magnitud del riesgo percibido y sus atributos psicosociales (Slovic, 2000).

Los atributos psicosociales son dimensiones de la percepción del riesgo, tales como el temor, la posibilidad de control, la gravedad de las consecuencias, etc. En el modelo original de Slovic se establecieron nueve dimensiones, pero otros autores (Puy, 2000) han ampliado esta lista. Para el presente estudio se seleccionaron las dimensiones temor, estigmas y novedad. El temor se entenderá como la respuesta del ser humano ante un factor de riesgo; los estigmas como el conjunto de actitudes y creencias que llevan al ser humano a evitar, rechazar o temer un factor de riesgo; y las novedades como el grado de familiaridad de un sujeto con relación a un factor de riesgo. Es decir, si lo conoce o si es completamente nuevo (González, 2011).

Las 30 afirmaciones establecidas en la encuesta presentan opciones de respuesta mediante una escala tipo Likert de 5 niveles, que indican el grado de identificación con el enunciado, distribuida así: 1= no identificado; 2= poco identificado; 3= indiferente; 4= identificado; 5= muy identificado. Los reactivos propuestos corresponden a las tres dimensiones fijadas y, a cada una de las dimensiones, a su vez, se asocia un conjunto de variables, así:

Tabla 3. *Distribución de las afirmaciones según dimensión y variables*

<i>Dimensión</i>	<i>Relación variable / bloque de preguntas</i>
Temor	Actitud frente al riesgo* (1, 2) Vulnerabilidad (3, 4, 5, 6, 7)
Estigmas	Incertidumbre respecto a la familia (8, 9, 10**, 11, 12) Cultura de la previsión (13**, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21)
Novedad	Conocimiento* Influenciabilidad (22, 23, 24**, 25, 26, 27, 28**, 29**, 30)

*Variables de puntuación inversa
**Ítems de puntuación inversa

Distribución de las 30 afirmaciones que componen la encuesta tipo Likert de la presente investigación, según dimensiones y variables asociadas. Los números indicados en los paréntesis corresponden a cada una de las afirmaciones. Los asteriscos que acompañan a algunas de las variables indican que los valores asignados al bloque de afirmaciones asociadas deben invertirse para la sistematización y posterior análisis de los datos. Los asteriscos dobles asociados a los números de ciertas afirmaciones corresponden a las afirmaciones cuya puntuación debe invertirse para la sistematización y posterior análisis de los datos.

Fuente: elaboración propia

Como se observa en la tabla 3, para la dimensión Temor se estableció un bloque de doce afirmaciones, distribuidas a su vez en tres variables: actitud frente al riesgo, vulnerabilidad e incertidumbre respecto a la familia. Esta última variable se incluyó a partir de la revisión de otras experiencias de rastreo de perfiles del riesgo como la hecha por la Fundación Mapfre en España (2012).

Para la dimensión Estigmas, se estableció un bloque de nueve afirmaciones orientadas a identificar las percepciones sobre estos estigmas, especialmente los referidos a la cultura de la previsión. De esta manera, cada uno de los reactivos rastrea la actitud frente a la previsión a partir de las creencias individuales y la relación con la familia, así como el reflejo de estas actitudes a la hora de hacer inversiones económicas preventivas. En este apartado no solo se consideró la compra de seguros de vida como una medida de previsión, sino también otras acciones como ahorrar o practicar hábitos que eviten el riesgo, tal y como lo plantean otros estudios (Fundación Mapfre, 2012). Se espera que estos datos, a la luz de las caracterizaciones sociodemográficas de la muestra, den cuenta también de cómo opera la toma de decisiones sobre el riesgo en función de la composición familiar y socioeconómica, tal y como ocurre, por ejemplo, en la encuesta de la Fundación Mapfre (2012).

En cuanto a la dimensión Novedad, se estableció otro bloque de nueve afirmaciones orientadas a indagar por la percepción del riesgo en virtud de su familiaridad o novedad. En ese

sentido, se crearon reactivos que rastrean la relación de los encuestados con el conocimiento y el acceso de la información, y lo influenciados que son tanto en sus percepciones del riesgo como en la toma de decisiones. Estas variables son extraídas de otros estudios que aplican el paradigma psicométrico y la dimensión novedad, como el caso de González (2011) y su estudio sobre la percepción del riesgo en trabajadores del sector de la construcción en Bogotá.

Finalmente, cada una de las dimensiones incluyó reactivos que indagan de forma específica por la decisión de adquirir o no un seguro de vida, aun cuando también se podrá analizar de forma global la incidencia de cada categoría de la percepción del riesgo en la toma de decisiones. La decisión de indagar por las percepciones del riesgo como base para analizar la toma de decisiones parte de lo evidenciado en otras investigaciones sobre la relación entre las percepciones y las elecciones que los individuos hacen a partir de ellas. Se sabe, pues, que la percepción del riesgo condiciona las decisiones en tanto estas últimas surgen como una respuesta protectora (Stanojlovic, 2015).

Método para analizar los datos.

Categorías de análisis.

Tabla 4. *Estructura de análisis según categorías.*

<i>Categoría</i>	<i>Definición</i>	<i>VARIABLES</i>	<i>Indicadores</i>
Temor	Respuesta emocional del ser humano ante la exposición a un factor de riesgo	Actitud frente al riesgo	Grado de tolerancia al riesgo
		Vulnerabilidad	Nivel de vulnerabilidad
		Incertidumbre respecto a la familia	Grado de responsabilidad respecto a la familia

Estigmas	Conjunto de actitudes y creencias que llevan al ser humano a evitar, rechazar o temer un factor de riesgo.	Cultura de la previsión	Actitud frente a la previsión Inversión económica frente a la previsión
Novedad	Grado de familiaridad de un sujeto con relación a un factor de riesgo. Es decir, si lo conoce o si es completamente nuevo.	Conocimiento	Nivel de información
		Influenciabilidad	Influencia de las redes sociales Influencia de los medios de comunicación Influencia de familiares y amigos

Estructura de análisis distribuida según dimensiones de la percepción del riesgo y su definición, variables asociadas e indicadores de valoración. Elaboración propia, 2018.

Análisis de información. El procesamiento de la información se hizo mediante el software IBM SPSS Statistics 21. Para su sistematización e interpretación, se crearon perfiles de percepción del riesgo según cada dimensión. De acuerdo con la metodología del paradigma psicométrico empleada en otros estudios similares (González, 2011; Portell & Solé, 2001), se calcula la media aritmética de las puntuaciones dadas por los encuestados en cada bloque de preguntas. En la tabla 4 se presenta un esquema orientador para el análisis e interpretación estadística de los datos según este modelo. Como se observa, el procesamiento de los ítems arroja el grado de expresión de cada variable que, a su vez, determina el grado de incidencia de cada dimensión.

Las estimaciones de la incidencia de las variables en la puntuación de cada dimensión se hacen de acuerdo al paradigma psicométrico, que establece relaciones entre factores como la vulnerabilidad y la actitud frente al riesgo, entre otros, en la valoración final de la percepción del riesgo. Así, por ejemplo, a mayor tolerancia al riesgo, menor temor a él (Slovic, 2000). Finalmente,

para determinar los perfiles de Percepción de riesgo de muerte (Alto/Bajo), se tendrán en cuenta las puntuaciones obtenidas en cada dimensión.

La comparación entre los distintos perfiles de percepción no sólo da una idea general sobre el perfil global de la percepción de riesgo de muerte, sino que muestra el grado de incidencia de cada categoría en la toma de decisiones de este grupo de usuarios de seguros de vida.

Tabla 5. Metodología de sistematización de datos por concepto, dimensión y variables

<i>Perfil de percepción de riesgo de muerte</i>	<i>Grado de incidencia de la dimensión</i>	<i>Grado de expresión de la variable</i>
(Alto/Bajo)	(Alto/Bajo)	(Alto/Bajo)
Sumatoria de las puntuaciones obtenidas en cada dimensión.	Sumatoria de las medias de cada variable (*se invierten las puntuaciones de las variables de puntuación inversa).	Sumatoria de las medias de cada ítem (**se invierten las puntuaciones de los ítems de puntuación inversa).
A mayor puntaje, mayor índice de percepción del riesgo.	A mayor puntuación, mayor grado de incidencia de la dimensión en la percepción global del riesgo.	A mayor puntuación, mayor expresión de la variable.

Metodología para la sistematización de los datos según las puntuaciones asignadas por los sujetos de la muestra a cada afirmación. Se presentan las formas de sumar e interpretar las puntuaciones según el perfil de la percepción del riesgo, el grado de incidencia de la dimensión y el grado de expresión de las variables asociadas.

Capítulo 4.

Resultados de Investigación.

Los resultados de investigación presentados a continuación son expresión del proceso investigativo desarrollado con el propósito de identificar la percepción de riesgo de pérdida de la vida y su incidencia en la decisión de compra de un plan de aseguramiento. De esta manera, los resultados presentados buscan identificar el comportamiento de tres variables fundamentales: la respuesta emocional ante la exposición a un factor de riesgo, las actitudes y creencias que llevan a evitar, rechazar o temer a un factor de riesgo y la familiaridad que se experimenta hacia un factor de riesgo.

El proceso de indagación sobre la muestra contó con la participación de 70 personas inscritas en planes de seguros de vida. Igualmente, como se ha mencionado, se estimó un grado de confiabilidad de la prueba de 95%, frente a un porcentaje de 5 puntos de error. En tal sentido, el procedimiento de casos ha estimado un valor (N) de 70, el cual representa el 100% de la población con que se aplicó la encuesta y con el que se alcanzó la muestra, pues para los efectos de la aplicación de los instrumentos y su posterior sistematización no se excluyó ningún caso, tal como se evidencia en la Tabla 6.

Lo anterior significa que sobre este total de casos se aplicó el instrumento de recolección de datos con la división de sus respectivos conceptos, variables e indicadores, como se ha estipulado en el Capítulo 3: Metodología, específicamente en la Tabla 4. En el presente capítulo se relaciona con mayor precisión en la información consignada en el actual apartado de resultados.

Tabla 6. *Resumen de Procesamiento de Casos*

		N	%
Casos	Válido	70	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: elaboración propia, 2018

Se ha estimado que la validez del instrumento que se ha utilizado para alcanzar los resultados que a continuación se analizan es fiable en sus pretensiones de medir cómo la acción de toma de decisiones, en el caso de adquirir un seguro de vida, se ve influenciada por las variables sobre las cuales se recolectaron los datos. Desde tal perspectiva se puede validar o refutar las hipótesis que para el caso se han precisado. Es el método de consistencia interna o coeficiente de fiabilidad alfa de Cronbach el que ha estimado la validez del instrumento del que se dispuso en la medida de la percepción de las personas adscritas a seguros de vida. Para el caso, a partir de la medición de un conjunto múltiple de ítems (en total 31. Ver Tabla 7), se trató de establecer lo que sería un constructo teórico o, en un sentido más estricto de lo que dispone la investigación, la caracterización de los rasgos que, a juicio de la investigación, permitan crear perfiles de percepción de riesgo según los resultados de la medida de cada una de las dimensiones que se han definido.

El alfa de Cronbach se ha calculado, según como lo plantea Frías (2014), a partir de correlacionar los 30 ítems como una función del número total del instrumento y la correlación de la media en estos. En tal sentido la fórmula que se utilizó fue la siguiente:

Figura 3. Ecuación Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{N \times \bar{r}}{1 + (N - 1) \times \bar{r}}$$

Fuente: Frías (2014)

Los valores que a tal ecuación se le han asignado son los siguientes: N es igual al número de ítems y r es la correlación media entre los ítems (Frías, 2014). Siguiendo estas premisas, se ha establecido que el valor de alfa de Cronbach es de 0,717 (ver Tabla 7), lo cual, hace que la fiabilidad de la muestra tenga un valor aceptable. Para ello se debe tener en cuenta que, en este tipo de medidas, los valores se mueven en un rango que va de 0 a 1. Entre más cerca el valor se encuentre a 0 será menor la consistencia y la fiabilidad de la prueba, por ende, sucede lo contrario cuando el valor se acerca a 1, pues se tienen mayores niveles de fiabilidad y es por ello por lo que se caracteriza el resultado hallado dentro de lo que se considera aceptable.

Tabla 7. Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,717	,794	31

Fuente: elaboración propia, 2018

Según Frías (2014), después de haber comprobado que el valor de alfa de Cronbach es aceptable, se puede llevar a cabo la sumatoria de los ítems para definir la puntuación total. De esta manera, el análisis se centró en los resultados de las encuestas, sus sumatorias y el uso que arroja el resultado de la media para definir, sobre la base de las variables, los rasgos que caracterizan los

perfiles de percepción de riesgo que se desprenden de la sistematización de los datos. Es decir, se ponderaron los resultados cuantitativos que se obtuvieron tras la aplicación de la encuesta tipo Likert, los cuales tuvieron en cuenta cada una de las variables y las dimensiones desde las que se abordaron, para con ello definir una media que caracterizase y englobara la generalidad del resultado.

Análisis de variables y dimensiones.

La información y datos que se analizaron dan cuenta de la forma en que se comportaron las distintas variables encasilladas en las tres categorías principales: temor, estigma y novedad. Tales variables, según lo estipulado en la encuesta (herramienta de aplicación para la recolección de datos), son las siguientes: con respecto de la categoría *Temor* se utilizaron las variables *Actitud frente al riesgo*, *Vulnerabilidad* e *Incertidumbre respecto a la familia*; la categoría *Estigma*, reunió datos alrededor de la variable *Cultura de la previsión*; por su parte *Novedad* se abordó desde las variables *Conocimiento* o *influenciabilidad* (ver Tabla 4). La encuesta en su totalidad dispuso de 30 ítems o preguntas que, en su sistematización y cuantificación, caracterizaron con mayor particularidad los valores que permiten establecer los criterios de los perfiles identificados.

La recolección de datos en cada una de las categorías y variables tuvo en cuenta una agrupación en diferentes dimensiones, que para todas fueron las mismas; a considerar: estrato socioeconómico, sexo y edad. Tales dimensiones se utilizaron para deducir comportamientos específicos en los resultados de la encuesta a partir de diferentes formas de agrupar a la población de la muestra. En suma, se analizó la percepción de riesgo de la población con que se trabajó con respecto de información indagada en cada una de las variables; además, se tuvo en cuenta en el

análisis la forma en que se relacionan los factores expuestos y su posible incidencia en la diferenciación de resultados; pero también se estimó el grado de incidencia que cada una de las categorías tiene en la toma de decisiones de las personas.

Estudio de la categoría Temor. A continuación, se presentan los valores alcanzados de la encuesta con el desarrollo de las preguntas sobre la categoría *Temor*; tales datos se ubicaron desde el análisis de las siguientes 3 variables: Actitud frente al riesgo, Vulnerabilidad e Incertidumbre. Igualmente, los resultados obtenidos se cruzaron según el estrato, el sexo y la edad de los participantes del muestreo. En seguida, se exponen las tablas de resultados y, junto con ello, los análisis respectivos según cada variable y su relación con las dimensiones definidas.

Tabla 8. *Actitud frente al riesgo desde la dimensión Estrato social*

		Actitud Frente al Riesgo				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Estrato Socio- Económico	Estrato 3	4	3,00	5,00	5,00	4,00
	Estrato 4	26	3,00	5,00	6,00	3,96
	Estrato 5	26	3,00	5,00	6,00	4,12
	Estrato 6	14	4,00	4,00	6,00	4,21

Fuente: Elaboración propia

Para proponer el análisis al respecto de la presente tabla, se debe tener en cuenta que la encuesta estipuló para esta variable una puntuación inversa. Por lo tanto, la relación en las respuestas parte de la base en que 1 corresponde al valor de *Muy identificado* y, a su vez, 5 refiere al valor menor, es decir, a *No identificado*; se tiene en cuenta, además, todos los valores medios entre tales disposiciones (*Identificado, Indiferente y Poco identificado*).

En la actitud frente al riesgo, se ha buscado identificar el grado de tolerancia de los participantes frente al riesgo de perder la vida. Y tal como lo presenta la Tabla 8 los valores en cada uno de los estratos difieren por apenas una unidad en los distintos valores percentiles, y en la media la diferencia es de decimales. En consecuencia, la percepción a partir de la dimensión del estrato social no implica mayor o menor grado de tolerancia al riesgo.

Se tiene que para el estrato 3, con una cantidad de apenas 4 participantes, el valor percentil en 25 es de 3,00; quiere decir que una de las 4 personas de este muestreo estima sentirse identificado con una percepción del riesgo que, a su consideración, afecta su vida y la forma en que la vive. Por su parte, el valor percentil de 75, que en concreto estima la participación de 3 personas, define sentirse indiferente frente a la misma situación, pues su valor se ubica en 5,00; de esta manera es evidente un cambio que, aunque leve, ubica los valores de ambos percentiles en situación de percepción diferente. Sin embargo, el valor de la media indicará un rango de percepción de 4,00, según lo cual, en definitiva, hay una identificación al respecto del grado de tolerancia frente al riesgo; al igual que la percepción en la media del estrato 4, que aun cuando tiene un comportamiento idéntico de los valores percentiles del muestreo de los participantes estrato 5, se diferencian por milésimas, ubicando a estos últimos en un rango de indiferencia en su nivel de tolerancia.

El estrato 6 comparte valores que se ubican en el mismo rango de la media que el estrato 5, pues hay una ligera variación en la comparación de ambos casos en los valores percentiles de 25 y 75, lo cual produce que en el estrato 6 el valor de la media sea mayor por apenas 0,09. De la misma manera los sujetos del estrato 6 perciben sentirse indiferentes en su actitud frente al riesgo.

La generalidad del caso indica que la percepción no difiere mucho en relación con cómo los diferentes estratos socioeconómicos toleran el riesgo de perder la vida y, con ello, la forma en que puedan asumir una decisión al respecto.

Tabla 9. *Vulnerabilidad desde la dimensión Estrato social*

		N total	Vulnerabilidad			Media
			Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	
Estrato Socio-Económico	Estrato 3	4	21,00	23,50	25,00	22,25
	Estrato 4	26	22,00	23,00	24,00	22,46
	Estrato 5	26	22,00	24,00	24,00	22,77
	Estrato 6	14	22,00	24,00	24,00	22,86

Fuente: elaboración propia, 2018

La Tabla 9 arroja datos que pretenden medir el nivel de vulnerabilidad al que se encuentran expuestos los participantes, agrupados igualmente bajo la dimensión del estrato socioeconómico. En términos generales los participantes de cada estrato social se sienten muy identificados con la preocupación de perder la vida, ya sea por motivos de seguridad, de enfermedad, de accidentes u otros. Como se hace evidente en el valor de la media, la diferencia entre los resultados de todos los estratos varía en un rango de 0,61, ante lo cual se hace manifiesto un perfil de vulnerabilidad con el cual se identifican los cuatro estratos sociales.

Las diferencias más plausibles se pueden hallar en los cambios de valores entre los valores percentiles de 25 y los valores percentiles de 75, principalmente en los estratos 3, 5 y 6 cuya diferencia es de más de una unidad. Para el caso del cambio de valor percentil de 25 a 75 en el estrato 4, la diferencia es de una unidad. Es particular el caso de los valores en el estrato 3 y el estrato 4, en tanto sus diferencias en cada uno de los valores percentiles mantiene una tendencia de crecimiento.

Sin embargo, en términos generales lo que se hace evidente es una tendencia clara a la percepción de vulnerabilidad en que los participantes se encuentran consientes de los riesgos a los que se exponen, independientemente del estrato socioeconómico al que pertenezcan. Por tal razón se deduce que el nivel de vulnerabilidad puede ser el mismo para todos, aun cuando haya una diferencia muy mínima en el que los participantes del estrato 6 tengan el mayor valor en la media.

Tabla 10. *Incertidumbre respecto a la familia desde la dimensión Estrato social*

		Incertidumbre Respecto a la Familia				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Estrato Socio- Económico	Estrato 3	4	21,50	24,50	25,00	23,00
	Estrato 4	26	22,00	23,00	24,00	22,31
	Estrato 5	26	22,00	23,00	25,00	22,42
	Estrato 6	14	22,00	23,00	25,00	22,50

Fuente: elaboración propia, 2018

La variable de incertidumbre respecto a la familia desde la dimensión del estrato socioeconómico busca medir los valores que permitan entender el grado de responsabilidad que tienen los participantes con respecto de una situación de riesgo y la condición en la que se pueda encontrar su familia. En ese sentido la tabla 10 expresa tal condición, teniendo que, en términos generales, los 70 participantes de los 4 estratos socioeconómicos se encuentran muy identificados con dicha responsabilidad familiar. De nuevo se tiene que uno de los grupos presenta los valores de la media levemente más altos que el resto de los participantes de los otros estratos; el grupo de participantes del estrato 3, que es el valor mayor, alcanza una cifra apenas superior por 0,69 que el grupo de participantes de estrato 4, quienes son los que menor valor alcanzaron.

En lo particular, los valores percentiles tiene un cambio que podría considerarse significativo, según la particularidad del caso, para el estrato 3, grupo que entre el percentil 25 y

el percentil 75 encuentra una diferencia de valores de dos unidades, a diferencia de los participantes de estratos 4, 5 y 6 cuya diferencia en los mismos valores es de apenas una unidad. Igualmente, el muestreo del estrato 3, basado en lo anterior, tiene el valor menor en el percentil 25 y el mayor valor en el percentil 75. Por su parte, la diferencia entre el estrato 4 y los estratos 5 y 6 se manifiesta en el valor del percentil 95, donde el primero (muestreo estrato 4), aparece con un valor de 24,00, apenas una unidad menos que el tope sobre el que se establecen los valores (25,00).

Se puede definir que los participantes de los diferentes estratos asumen con el mismo carácter y nivel de responsabilidad la situación familiar con respecto de circunstancias de riesgo que puedan asociarse a la pérdida de la vida y una posible situación de desamparo, lo cual genera que la incertidumbre se convierta también en un criterio decisor a la hora de adquirir seguros de vida.

Tabla 11. *Actitud frente al riesgo desde la dimensión Sexo*

		Actitud Frente al Riesgo				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Sexo	Femenino	32	3,50	5,00	6,00	4,06
	Masculino	38	3,00	5,00	6,00	4,08

Fuente: elaboración propia, 2018

En el análisis de la presente tabla se debe tener en cuenta que en el estudio se estipuló para esta variable una puntuación inversa. Por lo tanto, la relación en las respuestas parte de la base en que 5 es igual a *No identificado* y 1 es igual a *Muy identificado*, teniendo en cuenta, además, todos los valores medios entre tales disposiciones.

Al respecto de la variable Actitud frente al riesgo y su dimensión desde el sexo se definen valores que parecen seguir en concordancia con lo que hasta acá se ha expuesto. La generalidad, en términos de valores de la media permite encontrar resultados similares, por no decir idénticos.

Para el caso de la dimensión sexo femenino la variación entre el valor del percentil 25 y el valor del percentil 75 es de 1,50; y del respecto de este último con el percentil 95 la diferencia es de 1,00. Por su parte en el grupo masculino la diferenciación entre percentil 25 y percentil 95 es sutilmente más marcada, pues hay una variación de 2,00; y con respecto del percentil 75 y el percentil 95 igualmente la diferencia es de 1,00.

Ahora bien, el valor de la media define que tanto hombres como mujeres se encuentran, por un rango muy reducido, en el valor en que sienten cierto nivel de *Indiferente* con respecto de la tolerancia al riesgo de perder la vida. Es particular el resultado porque dicha caracterización se da por una diferencia muy mínima, lo cual la ubica en el margen de error. Si se comparan estos grupos de valores con sus similares de la dimensión estrato socioeconómico, se encuentran significativas similitudes en sus cantidades que, entre otras, evidencian importantes niveles de fiabilidad en los resultados.

En términos generales, la diferencia apenas se hace notoria en el percentil 25 para los valores de cada grupo. Pero los datos son concretos en evidenciar que el grado de tolerancia con que se asume el riesgo de perder la vida es igual tanto para hombres como para mujeres.

Tabla 12. *Vulnerabilidad desde la dimensión Sexo*

		Vulnerabilidad				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Sexo	Femenino	32	22,00	23,50	24,00	22,66
	Masculino	38	22,00	24,00	25,00	22,63

Fuente: elaboración propia

Los datos encontrados en la variable de vulnerabilidad y su relación la dimensión sexo siguen reproduciendo una lógica de valores que hasta el momento coincide con la misma categoría, pero en la dimensión distinta. Los valores de la media se sitúan en el rango del 22,00 y el 23,00, pero en la dimensión sexo las diferencias, aun cuando también son apenas decimales, se encuentran casi nulas. La media de vulnerabilidad para el grupo femenino es apenas 0,03 mayor que el mismo valor para el grupo masculino, por lo que se puede entender que sus preocupaciones con respecto de situaciones que pongan en riesgo su vida se entienden desde el más alto interés, por tal motivo el rango de ubicación para ambos grupos es el de Muy identificados.

Las diferencias nuevamente se ubican -valga decirlo: muy reducidas- en los valores percentiles. Por ejemplo, el valor del percentil 95 tiene una diferencia entre ambos grupos de 1,00, teniendo por encima al grupo masculino; situación similar se presenta en el valor percentil 75, donde el grupo masculino alcanza una cantidad mayor de una diferencia apenas de 0,50. En consecuencia, cada grupo varía sus valores percentiles con una tendencia de crecimiento sutilmente estable entre el percentil 25, 75 y 95. Estos datos llevan a concluir una posición similar a la expuesta con anterioridad, y es que el muestreo define un nivel de vulnerabilidad con el cual los participantes se sienten muy identificados.

Lo anterior quiere decir que tanto hombres como mujeres encuentran en circunstancias propias de la cotidianidad de cualquier persona, situaciones que les generan preocupación al respecto de poder verse envueltos en situaciones de pérdida de la vida desde los mismos grados de vulnerabilidad. Por tal razón se puede pensar que la decisión de adquirir un seguro de vida, teniendo como base las preocupaciones que se estipulan en la variable, aparece tanto en hombres como en mujeres bajo la percepción similar de los niveles de vulnerabilidad.

Tabla 13. *Incertidumbre respecto a la familia desde la dimensión Sexo*

		Incertidumbre Respecto a la Familia				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Sexo	Femenino	32	22,00	23,00	24,00	22,41
	Masculino	38	21,00	23,00	25,00	22,45

Fuente: elaboración propia

Los valores de la media en la relación entre la variable incertidumbre y la dimensión sexo vuelven a arrojar muestras de similitud, al igual que valores destacados con anterioridad. La diferencia es claramente mínima, en tanto el valor de la media para el grupo femenino es de 22,41, mientras que el valor de la misma medida para el grupo masculino es de 22,45; una diferencia muy leve en términos decimales. De nuevo el rango del valor ubica a ambos grupos en la escala de muy identificados, esta vez en el grado de responsabilidad que se tiene con respecto de la familia.

La particularidad de caso, aun cuando sus valores sean diferentes por escasos márgenes, se reviste de una similitud muy particular. Los valores percentiles tanto del grupo femenino como del grupo masculino tienen una diferencia en cada uno de característica tendencial, pues, por ejemplo, para el caso del grupo masculino entre el percentil 25 y el percentil 75 hay una diferencia de 2,00, misma diferencia que existe entre el percentil 75 y el percentil 95. Es similar el caso del grupo femenino, donde los valores se diferencian por apenas 1,00.

El rango de valores se ubica todo, en ambos casos, en la misma escala. No hay ninguno de estos que no corresponda a Muy identificado, por lo cual la relación entre incertidumbre y grado de responsabilidad con respecto de la familia vuelve a definirse bajo los mismos marcos de referencia. Situación que arroja luces para la definición de los perfiles y las conclusiones a los que el estudio pretende llegar.

Tabla 14. *Actitud frente al riesgo desde la dimensión Edad*

		Actitud Frente al Riesgo				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Edad	35 - 40	13	3,20	3,60	3,80	3,50
	41 - 45	17	2,60	4,90	5,20	3,81
	46 - 50	17	4,30	5,30	5,60	4,70
	51 - 55	23	3,00	4,40	5,20	3,88
	Total	70	3,52	4,55	4,95	3,97

Fuente: elaboración propia

En el análisis de la presente tabla se debe tener en cuenta que en el estudio se estipuló para esta variable una puntuación inversa. Por lo tanto, la relación en las respuestas parte de la base en que 5 es igual a *No identificado* y 1 es igual a *Muy identificado*, teniendo en cuenta, además, todos los valores medios entre tales disposiciones.

Los valores que se desprenden de la relación entre la actitud que se asume frente al riesgo desde la dimensión etaria arrojan valores de la media que se pueden generalizar. En función de ello se encuentra que las poblaciones entre los 35 y los 45 años, y la población más vieja, entre los 51 y los 55 años, asumen con mayor tolerancia la existencia de riesgos y lo que ello significa para su modo de vida, pues sus valores promediados oscilan entre 3,50 y 3,88. Por su parte, el grupo etario que abarca los 46 a los 50 años, según los resultados, pareciera asumir una posición de indiferencia, en tanto sus valores de la media alcanzan un promedio de 4,70.

Se hace evidente que la tendencia en los percentiles nuevamente es creciente. En cada rango de edad el comportamiento del valor aumentó teniendo en cuenta, por supuesto, que la cantidad de información corresponde en cada uno a mayor número de participantes. Resulta interesante el comparativo entre los grupos etarios de los 41 a los 45 años y de los 46 a los 50 años, ya que, teniendo en cuenta que la cantidad de personas en es la misma, el primer grupo tiene un valor significativamente inferior en el percentil 25, son casi 2,00 de diferencia; pero su crecimiento hasta

el percentil 95 los ubica en un rango similar diferenciado apenas por 4 décimas. De todas formas, tal particularidad se refleja finalmente en la media cuando la diferencia de rangos ubica al primer grupo en la categoría de *Identificados* y, al segundo, en la categoría de *Indiferentes*.

Se hace manifiesto que los grupos etarios en el rango de los 46 a los 51 años son los que mayores valores representan, y, por tanto, se puede relacionar que, en cierto punto, la cantidad de años cuando es mayor implica una actitud aparentemente menos comprometida con diferentes situaciones de riesgo.

Tabla 15. *Vulnerabilidad desde la dimensión Edad*

		Vulnerabilidad				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Edad	35 - 40	13	21,40	23,40	23,60	22,54
	41 - 45	17	22,10	23,70	24,20	22,86
	46 - 50	17	22,50	23,10	23,40	22,80
	51 - 55	23	22,00	23,40	23,80	22,64
Total		70	22,00	23,40	23,75	22,78

Fuente: elaboración propia, 2018

Hallando el promedio del valor de la media en la reagrupación propuesta con anterioridad, se encuentra que la diferencia de valores se reduce sustancialmente, pues los valores respectivamente aparecen así: 22,54 de 35 a 40 años; 22,86 de 41 a 45 años; 22,80 de 46 a 50 años; y 22,64 de 51 a 55 años. Es decir, el rango de diferencia se da en valores decimales, lo cual representa una gran cohesión en los resultados con respecto del nivel de vulnerabilidad percibido sobre la dimensión de la edad. Lo que quiere decir que ni por más viejo o por más joven se siente preocupación por perder la vida de manera diferente. Todos igualmente se ubican en el rango de

Muy identificados sobre las preocupaciones de perder la vida por diferentes razones de su vida cotidiana.

Ni siquiera en los niveles percentiles existe una diferencia que pueda marcar particularidades en alguno de los grupos. En general cada rango percentil tiene diferencias que no superan la unidad en sus valores, a excepción del percentil 25 entre los grupos etarios de los 35 a los 40 años y de los 46 a los 50 años, expresando con ello que el nivel de vulnerabilidad no está influenciado casi en lo absoluto por la edad, sino que las preocupaciones en cualquiera de los casos se perciben con bajo parámetros de similitud.

Tabla 16. *Incertidumbre respecto a la familia desde la dimensión Edad*

		Incertidumbre Respecto a la Familia				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Edad	35 - 40	13	22,40	23,40	23,40	22,90
	41 - 45	17	21,50	22,90	23,40	22,16
	46 - 50	17	21,90	22,70	23,40	22,32
	51 - 55	23	21,80	23,20	23,80	22,50
	Total	70	21,90	23,05	23,41	22,47

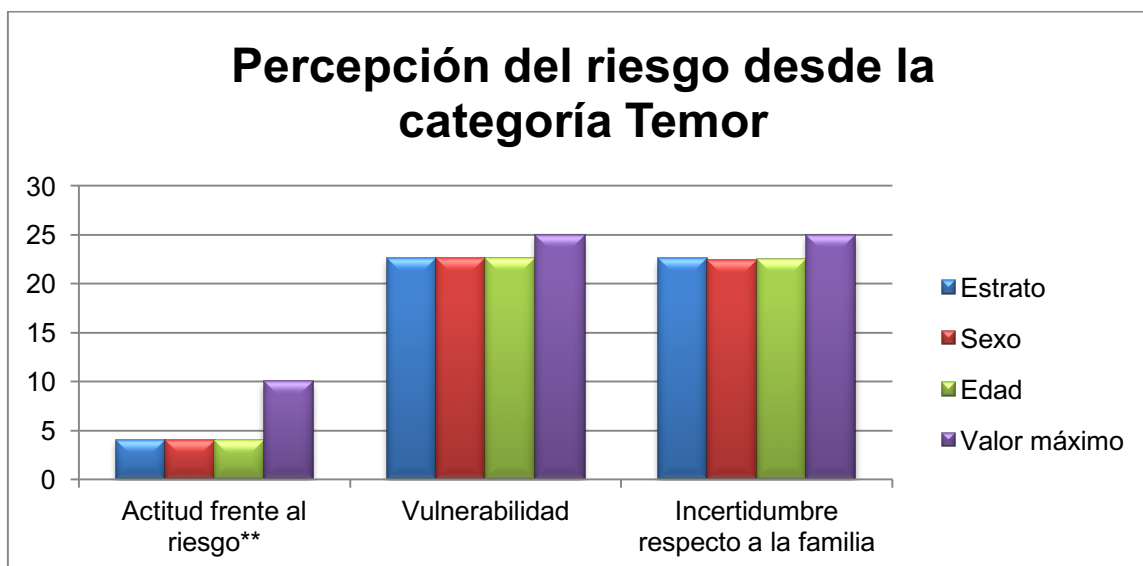
Fuente: elaboración propia

De nuevo se tiene que la dimensión etaria refleja rangos de similitud en los valores de la media. Para el caso de la relación entre esta dimensión y la variable de incertidumbre con respecto de la responsabilidad con la familia, los valores finales se ubican en el promedio total de 22,47. Ahora bien, si se caracteriza por la reagrupación sugerida se encontrarán valores que no dan muestra de niveles de diferencia especiales de atender; a considerar: el grupo que abarca los 35 y 40 años tiene un promedio de 22,90; el de los 41 y 45 años tiene promedio de 22,16; el de los 46 a los 50 años 22,32; y el de los 51 a 55 años un promedio de 22,50.

En este sentido se vuelve a hacer evidente la correspondencia que existe entre los valores de las medias y la reagrupación como un elemento de refuerzo en el análisis y los resultados. Igualmente se mantiene la situación con respecto de los valores percentiles, en tanto resulta muy particularizada la expresión de valores en el caso específico de cada una de las edades. De tal modo se hace evidente que la disposición de responsabilidad con respecto de la incertidumbre que para la familia pueda significar la pérdida de vida, se ubica en el nivel *Muy identificado*, al igual que lo revisado en el caso anterior.

En la antesala del resultado de valores de agrupación en rangos de edad, es de resaltar que, en medio de la similitud de los valores, el caso que mayor cantidad de valor alcanzó en la media fue el del participante de 35 años; es decir, podría definirse, por un margen de diferencia muy reducida, que quien es más joven es quien pueda sentir mayor responsabilidad por una situación de desamparo de su familia. Aunque ciertamente es un rango de diferencia muy mínimo.

Figura 4. *Percepción del riesgo desde la categoría Temor*



Fuente: Elaboración propia, 2018

Teniendo en cuenta que la variable de *Actitud frente al riesgo* tiene un valor inverso, se encuentra que la generalidad de los datos recogidos en cuanto a *Temor* indica un nivel alto en la relación percepción del riesgo y toma de decisiones en sus tres variables. Es evidente que la distinción entre estrato, sexo y edad para ninguno de los casos tiene una relevancia específica, pues en cada variable los resultados mantienen una tendencia de comportamiento. En consecuencia, factores como la estabilidad de la familia, la preocupación por perder la vida en situaciones que pudiesen considerarse cotidianas y la forma en que se asume el riesgo de muerte con respecto del impacto en el modo de vida son propios de poder influir manifiestamente en los procesos de toma de decisión individual al momento de adquirir un seguro de vida.

Estudio de la categoría Estigmas

En la categoría Estigmas se identifican igualmente los valores alcanzados con la aplicación de la encuesta. Para tal propósito se hace un estudio de la variable Cultura de la previsión, e igualmente su análisis se hace en función del cruce de resultados obtenidos según las dimensiones Estrato, Sexo y Edad.

Por otra parte, se debe mencionar, a modo de advertencia, los siguientes elementos: por un lado, que en este caso los valores de las muestras se miden sobre un máximo de 45,00; pero además en el análisis al respecto de la presente variable (Cultura de la previsión) se debe tener en cuenta que la encuesta estipuló para esta una puntuación inversa, por lo tanto, la relación en las respuestas parte de la base en que 5 es igual a *No identificado* y 1 es igual a *Muy identificado*, teniendo en cuenta, además, todos los valores medios entre tales disposiciones .

Tabla 17. *Cultura de la previsión desde la dimensión Estrato*

Cultura de la Previsión

		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Estrato Socio- Económico	Estrato 3	4	38,00	39,00	39,00	38,50
	Estrato 4	26	38,00	40,00	41,00	39,15
	Estrato 5	26	38,00	40,00	42,00	38,73
	Estrato 6	14	38,00	39,00	42,00	38,71

Fuente: elaboración propia, 2018

En términos generales, los datos de la tabla 17 arrojan un valor de la media aritmética en que los participantes de todos los estratos reconocen sentirse no identificados con los tres indicadores que expone la variable, a considerar: 1) actitud frente a la previsión; 2) inversión económica frente a la previsión; y 3) Nivel de información. Quiere decir esto que cada participante, independiente del estrato al que pertenezca, no se siente identificado con prácticas propias de lo que se considera la cultura de la previsión. Por lo tanto, es evidente en su proceso de toma de decisiones, la posibilidad de actuar de manera previa es algo que no resulta primordial para tal efecto.

Las generalidades de los valores indican pequeñas diferencias en cantidades decimales, las cuales no resultan significativas para establecer un valor que defina escalas diferentes según la encuesta tipo likert. La definición rigurosa los ubica en la escala de no identificados cuando de la totalidad del grupo se obtienen los resultados; pero ello también es muestra del comportamiento de los percentiles que lo preceden, los cuales cumplen la tendencia de crecimiento que hasta ahora ha sido generalizada en la totalidad de las tablas de resultados.

Por otro lado, resulta particular los valores asignados en los estratos 3 y 6, en tanto sus comportamientos en los percentiles 25 y 75 son iguales, pero en el percentil final (95) difieren de manera considerable por 3,00. En cambio, el comportamiento de los valores en los participantes

del estrato 4 y 5 resulta cumplir una tendencia similar, a excepción del percentil 95 en que se diferencian por 1,00. De manera que, aun cuando los valores del percentil final ubiquen a la mayoría de los estratos en una escala más alta, será la media la que determine finalmente que todos los estratos se sienten igualmente no identificados con los elementos de la cultura de la previsión.

Tabla 18. *Cultura de la previsión desde la dimensión Sexo*

		Cultura de la Previsión				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Sexo	Femenino	32	38,00	40,00	42,00	38,97
	Masculino	38	38,00	40,00	42,00	38,79

Fuente: elaboración propia

Los valores finales que arroja la sumatoria de los resultados de la encuesta para el caso de la Cultura de la previsión desde la dimensión Sexo, son, en resultado, iguales a los que se obtuvieron desde la dimensión estrato. En el valor final de la media ambos grupos se ubican en la última categoría: no identificados con las disposiciones de la cultura de la previsión. Pero también es cierto que ambos grupos en el percentil 95 tienden a ubicar sus valores en la máxima puntuación de identificación con el postulado.

De igual forma es significativo el hecho de que el comportamiento para los dos grupos de casos sea exactamente el mismo en cada uno de los percentiles: percentil 25, ambos arrojan un valor de 38,00; percentil 75, igualmente los dos grupos arrojan el mismo valor (40,00); y en el percentil 95, de la misma manera se obtienen los mismos valores de 42,00 para cada uno de los grupos. Ello indica que no hay mayores diferencias, en términos del sexo, al momento de definir una cultura que propenda por la previsión que permita actuar de manera anticipada ante cualquier riesgo de pérdida de la vida.

La única diferencia hallada, que en realidad es una diferencia virtual, será la del valor específico en la media, en la cual el grupo femenino sobrepasa al masculino por apenas 0,18. Se menciona ello como particularidad en la diferencia, aun cuando no tenga un impacto real en el resultado.

Tabla 19. *Cultura de la previsión desde la dimensión Edad*

		Cultura de la Previsión				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Edad	35 - 40	13	38,00	39,40	39,60	38,69
	41 - 45	17	38,10	40,70	41,80	39,26
	46 - 50	17	37,70	38,70	39,20	38,13
	51 - 55	23	38,40	39,60	40,00	38,85
	Total	70	38,05	39,60	40,15	38,73

Fuente: elaboración propia, 2018

Como ha sucedido hasta acá con el análisis de los grupos etarios, para efectos de una lectura mucho más simplificada se reagruparán estos en rangos de 5 años de diferencia, teniendo análisis que abarcan una organización así: de los 35 a los 40 años; de los 41 a los 45 años; de los 46 a los 50 años; y de los 51 a los 55 años. De tales grupos se promediará el valor de la media, que es donde se centrará el análisis, pero también se precisarán algunos elementos de los valores percentiles cuando sea pertinente.

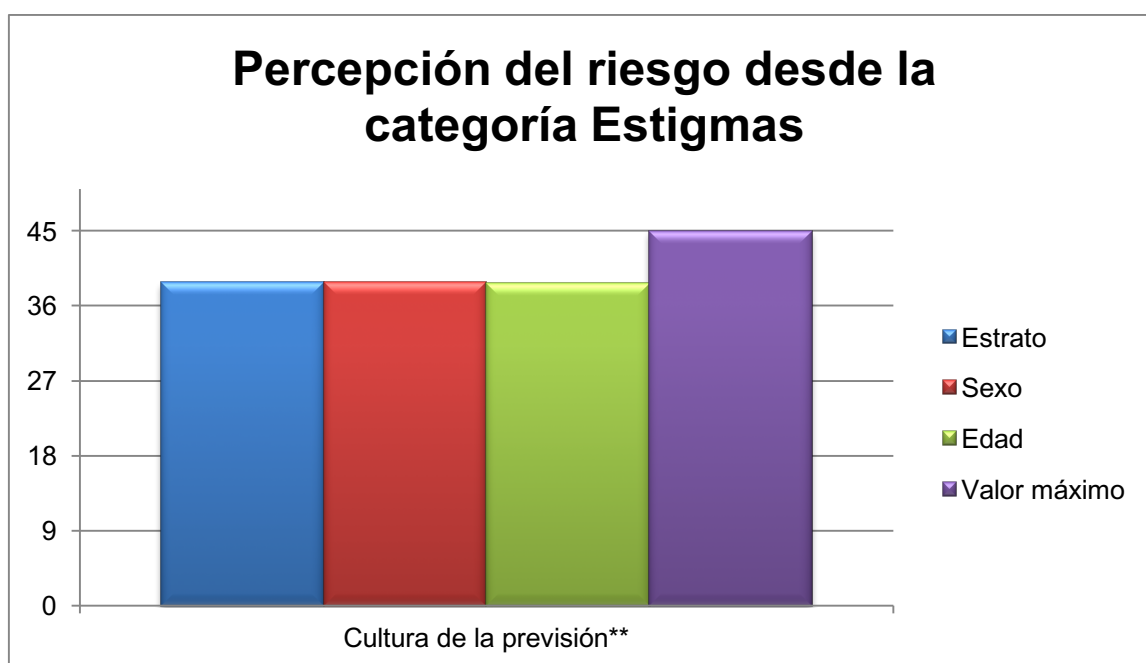
Los resultados hallados son el reflejo de lo sucedido con las dos dimensiones anteriores. El rango del valor en la media de los grupos etarios ubica a la mayoría de nuevo en la última escala, estableciendo que cada grupo se siente *No identificado* con la cultura de la previsión. En lo concreto, y después de promediar los valores de la media, se obtienen los siguientes resultados: de los 35 y a los 40 años el valor se ubica en 38,69; de los 41 a los 45 años se obtiene un resultado de

39,26, el cual es apenas por poco el mayor de los 4 grupos etarios en que se simplificó el resultado; de los 46 a los 50 años se obtuvo un 38,13, siendo este el menos, con una diferencia sobre el mayor de 1,13; por último, de los 51 a los 55 años el valor promediado de la media es de 38,85.

La diferencia no es muy sustancial, menos cuando todos los valores se dan en el rango de la última escala. Sin embargo, en el análisis específico del valor de la media resulta particular que en la dimensión etaria existe un único caso cuyo valor, apenas por decimales, supera el rango y se ubica puntuando más con respecto de la categoría; estos son 3 participantes del grupo de edad de los 39 años, quienes en sus resultados arrojaron un valor de 40,33.

Lo que se obtuvo no difiere sustancialmente de lo revisado con anterioridad en la presente categoría. Los grupos de personas, organizados bajo la dimensión que fuere, no se encuentran generalmente identificados bajo valores similares con la cultura de la previsión.

Figura 5. *Percepción del riesgo desde la categoría Estigmas*



Fuente: elaboración propia, 2018

La variable *Cultura de la previsión* cuenta también con valores inversos. De tal modo, es la única variable que estima un valor bajo con respecto de la relación entre la percepción de la categoría en general, y su influencia en la toma de decisiones. Se hace manifiesto que la población con que se llevó a cabo la encuesta no cuenta con mayor conocimiento, actitud ni recursos invertidos en prevenir riesgo que lleven a la pérdida de la vida. La falta de formación al respecto debe ser producto de una cultura propia del país en que no hay mayor relevancia ni atención sobre el fomento a la adquisición de seguros de vida. Por otra parte, de nuevo los resultados dan cuenta de que no hay distinción en ninguna de las tres dimensiones desde las que se ha abordado el problema. La variación se reduce a décimas en cada valor, lo que indica que ni la edad, ni el sexo, ni el estrato pueden definir marcadamente una posición u otra con respecto de la cultura de la previsión.

Estudio de la categoría Novedad. Sobre esta categoría se estudió una categoría: Influenciabilidad. Y de la misma manera que con los casos anteriores, se cruzaron los resultados obtenidos según Estrato, Sexo y Edad. Pero se debe tener en cuenta la misma salvedad que sobre la categoría anterior, que en este caso los valores de las muestras se miden sobre un máximo de 45,00.

Tabla 20. *Influenciabilidad desde la dimensión Estrato*

		Influenciabilidad				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Estrato Socio- Económico	Estrato 3	4	29,00	32,00	32,00	30,50
	Estrato 4	26	31,00	33,00	35,00	31,73
	Estrato 5	26	30,00	33,00	35,00	31,77
	Estrato 6	14	30,00	34,00	35,00	32,29

Fuente: elaboración propia, 2018

Resulta particular la diferencia que se encuentra en el valor de la media, pues, en un leve contraste con los casos precedentes en la dimensión socioeconómica, la diferencia en tal valor alcanza casi las dos unidades. Pero, valga decirlo, ello no implica una contradicción sustancial, en tanto no ubica en escalas distintas a cada uno de los estratos, únicamente refiere a un comportamiento que para el caso de esta dimensión no había sido evidenciado. Ahora bien, los resultados en que se encuentran los valores de la media son propiamente de una situación de percibir cierta identidad con los grados de influenciabilidad a los que se exponen en diferentes entornos. De manera que el comportamiento en cada uno de los estratos no varía mucho en tanto la mayoría se ubica en la escala de Identificado, que para el caso puntúa valores de entre 27,01 y 36,00.

Los comportamientos de los valores percentiles presentan un crecimiento drástico, para todos los casos, entre el percentil 25 y el percentil 75. Tal cambio se estipula en rangos de crecimiento de entre 2,00 y 4,00, siendo el estrato 6 quien mayor crecimiento presenta. Ello es una evidencia de que la muestra tiene una tendencia similar en cada uno de los estratos. El caso que parecería particular es el del estrato 4, en el que los percentiles crecen uno tras otro en una lógica de 2,00, sin embargo, manteniéndose todos en la misma escala.

Quiere decir, que independientemente del estrato, todos los participantes se ven influenciados por entornos y medios de comunicación en el momento de decidirse por los seguros de pérdida de vida.

Tabla 21. *Influenciabilidad desde la dimensión Sexo*

		Influenciabilidad				
		N total	Percentil 25	Percentil 75	Percentil 95	Media
Sexo	Femenino	32	30,00	33,00	35,00	31,69

Masculino	38	31,00	34,00	35,00	31,87
-----------	----	-------	-------	-------	-------

Fuente: elaboración propia

El grado de influenciabilidad, según el sexo de los participantes, arroja resultados consecuentes con la anterior tabla, ya que ubica los valores de la media en la escala de Identificados con la influencia de las redes sociales, de los medios de comunicación y de los familiares y amigos en la percepción del riesgo de pérdida de vida. La diferencia nuevamente es de apenas decimales, teniendo que el valor mayor es atribuido al grupo masculino de participantes.

El crecimiento del percentil 25 al percentil 75 para ambos casos es de 3,00. Las participantes del grupo femenino pasan de 30,00 a 33,00 en sus respectivos percentiles; y los participantes del grupo masculino lo hacen del 31,00 al 34,00 respectivamente. Para el caso del percentil 95 ambos casos llegan a 35,00, lo que implica que el crecimiento del valor sea mayor, en este caso, para el grupo de participantes femeninas. Por lo tanto, el valor que se les confiere en los percentiles y en la media hace referencia a la forma en que tanto los estratos como los sexos no difieren en la percepción que sobre el grado de influenciabilidad tiene cada grupo.

Tabla 22. *Influenciabilidad desde la dimensión Edad*

		Influenciabilidad				
		N	Percentil	Percentil	Percentil	Media
		total	25	75	95	
Edad	35 - 40	13	29,40	31,00	31,00	30,06
	41 - 45	17	31,00	33,60	33,60	32,43
	46 - 50	17	31,10	32,10	33,60	31,70
	51 - 55	23	31,00	33,60	34,20	32,14
	Total	70	30,62	32,57	33,10	31,58

Fuente: elaboración propia

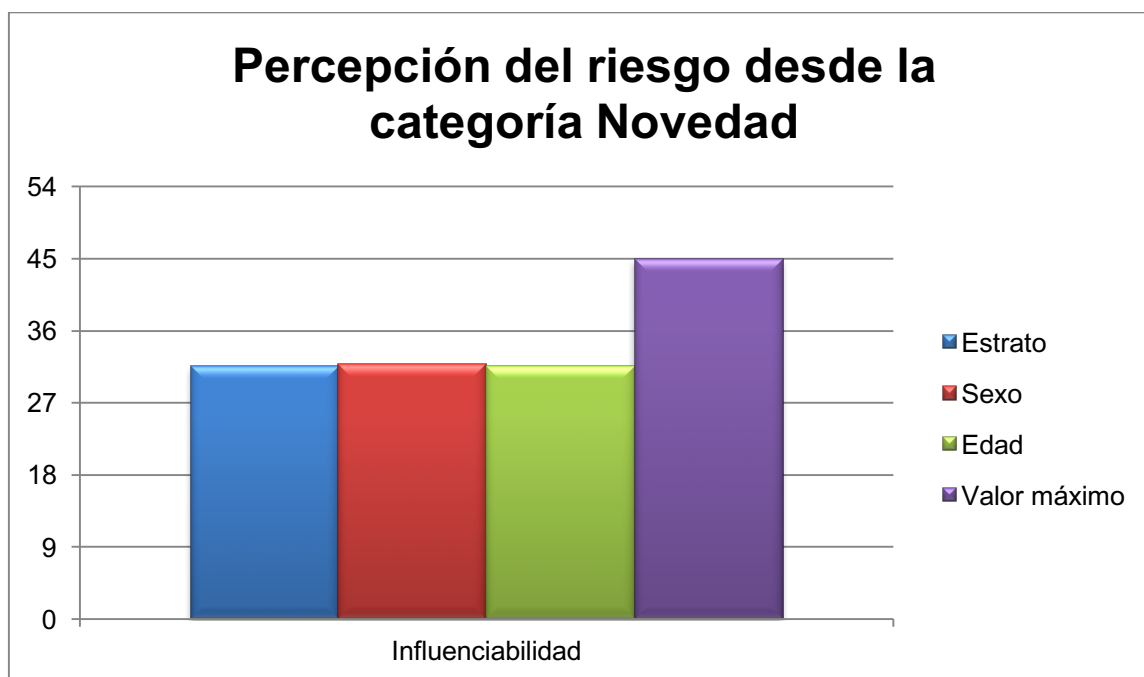
De los grupos se ha promediado el valor de la media, que es donde se centró el análisis, pero también se precisan algunos elementos de los valores percentiles cuando sea pertinente. En tal sentido se establecen los siguientes valores: de 35 a 40 años 30,06; de 41 a 45 años 32,43; de 46 a 50 años 31,70; y de 51 a 55 años 32,14.

Se tiene entonces que los valores se ubican nuevamente en la misma escala establecida para efectos de la encuesta. Todos los grupos etarios, aun cuando presenten diferencias de hasta 2,37 en la media, no se diferencian en mucho, pues las edades no producen una variación en la identidad con respecto de los niveles de influencia. Se reproduce con cierta similitud las tendencias de crecimiento entre los valores percentiles y, necesariamente, los valores de la media con respecto de la base percentil.

No se halla una diferencia marcada entre las tres dimensiones, pues cada una de estas arrojó valores de media que ubican el mismo sentido de identidad con respecto de la categoría de Influenciabilidad.

A modo de síntesis de cada una de las categorías, con sus respectivas variables y dimensiones, se pueden identificar unos comportamientos similares, aun cuando los valores que representan tiendan a significar o a ubicarse en escalas diferentes, desde lo planteado por las necesidades de la encuesta. Ello permite definir un perfil de riesgos en los que cada dimensión tiene un impacto que es recurrente según la categoría desde la cual se aborde. Tal situación se abordará con mayor grado de profundidad en el apartado de discusión que sucede al presente apartado.

Figura 6. *Percepción del riesgo desde la categoría Novedad*



Fuente: elaboración propia

En la categoría *Novedad*, se marca una fuerte tendencia que puede ser entendida como necesidad o urgencia. Si bien los valores no se encuentran en la escala máxima de *Muy identificados*, sí están en un rango de medida altos, lo cual indica que existen elementos de sobra para deducir que, por lo menos, la población con que se aplicó la encuesta manifiesta poder sentirse influenciada por terceros, como las redes sociales, amigos, familiares y medios de comunicación, al momento de decidir adquirir un seguro de vida. Se plantea también que es una necesidad, fundamentalmente en relación con la categoría inmediatamente anterior, donde se define que hay una ausencia de cultura y formación sobre la gestión del riesgo y el acceso a los seguros de vida que imposibilita que las personas sean más activas en la cultura de la previsión. Al sentirse identificadas con terceros con quienes se relacionan, existe un factor clave en la determinación de

adquirir el aseguramiento. Por lo demás, los datos son claros en demostrar de nuevo que no existe distinción al respecto de las dimensiones propuestas.

Discusión.

Gracias a los resultados alcanzados en el proceso de sistematización y análisis de la información recolectada durante el trabajo de campo se pueden establecer unas características generales que engloban, a modo de síntesis, los diferentes propósitos que esperaban cumplirse con la presente investigación. Esto es, en general, poder identificar cómo perciben el riesgo de perder la vida un grupo específico de personas adscritas a un seguro de vida, y de qué manera ello motiva la toma de decisiones para la adquisición de este. La información y los datos que lograron consignarse estuvieron mediados por variables y categorías específicas que particularizaron y permitieron darle un orden más adecuado a cualquier tipo de registro.

Partiendo de la generalidad de lo que supone la noción sobre el riesgo, la mayoría de participantes concluyó sentirse entre *Identificado* con un 42,8% (N = 30) e *Indiferente* con un 57,2% (N = 40) sobre aspectos como el pensar que la vida no se disfruta más si existe una constante asociación a posibles situaciones de riesgo (ver Tabla 8); sin embargo, un cambio de valor mínimo, para el caso de la dimensión *Sexo* sobre la misma variable, ubica al 100% de la muestra en la categoría de *Indiferente* (ver Table 11). Si se comparan estos datos obtenidos en el trabajo de campo con lo planteado por Espluga (2004), se ve correspondido en la media en que propone que las dimensiones del riesgo son concebidas principalmente por lo que este considera como expertos, de quienes se puede deducir, si se les aplicara la encuesta se encontrarían valores referentes a la categoría de *Muy identificados*. Lo anterior se plantea sobre un entendimiento de que el común de las personas no tiene un acercamiento ni conceptual ni cotidiano con factores de riesgo, en la medida en que se suele obviar este tipo de situaciones, según lo que se encontró en los datos

sistematizados. Es decir, de acuerdo con los planteamientos de los sujetos participantes, no hay una reflexión continua o una preocupación evidente con respecto de los posibles riesgos de pérdida de vida, aun cuando autores como Wynne (1996) considere que las reacciones frente al riesgo no dependen de la información recibida. Lo que señala el estudio es que hay un comportamiento ciertamente irracional con respecto del cómo se asume el riesgo de perder la vida, frente a las posibilidades de vivirla a plenitud, ya que los participantes, según los datos sistematizados, son, en su mayoría, indiferentes ante tal situación (ver Tabla 8, 11 y 14).

Por otra parte, la vulnerabilidad al riesgo es percibida desde asuntos que se definen únicamente desde la cotidianidad de las personas, pues aun cuando de manera objetiva se puedan estimar condiciones de vulnerabilidad con situaciones de delincuencia o de accidentes de tránsito, los cuales se asocian a la vida social y política, se hace evidente una lectura que se enmarca en lo que, por ejemplo, han propuesto Cvetkovich y Earle (1992) con respecto del entendimiento de que las cuestiones ambientales, que puedan propiciar algún tipo de riesgo, sean asumidas también como una responsabilidad social que, por ende, implica ser atendida en espacios cotidianos.

Los alcances de esta investigación hicieron eco de propuestas teóricas como la mencionada, en tanto se dio una relación integradora entre las visiones subjetivas y objetivas de los riesgos. En tal sentido los hallazgos de la investigación arrojaron luces sobre factores que en concreto pueden ser sinónimo de vulnerabilidad ante el riesgo de pérdida de vida, pero que se limitan al centrarse en situaciones cotidianas e inmediatas de los participantes, y que no escapan a los imaginarios y nociones culturales que exponen Cvetkovich y Earle (1992). Lo que muestran los datos de la investigación donde los participantes se encuentran en un nivel de *Muy identificados* con respecto de las preocupaciones en torno a su vulnerabilidad, es que existe un filtro personal y también cultural evidenciado porque el 100% de los participantes arrojaron una puntuación de, en

promedio, 22,60 sobre 25,00, en el que los participantes se entienden vulnerables en condiciones de riesgo con respecto a la salud, la delincuencia y posibles accidentes de cualquier tipo (ver Tabla 9, 12 y 15); es decir, tal sentimiento es producido por vivencias o imaginarios que les resultan ‘familiares’ por su característica de cotidianidad. Igual que como lo plantea Puy (1994), genera en los sujetos una percepción de riesgo definida casi que exclusivamente por sus experiencias y situaciones del contexto inmediato. Según ello, se puede inferir que, en los hallazgos, existe cierta integralidad de la visión objetiva del riesgo frente a la gama de posibilidades que se desprenden de una lectura amplia que ubica criterios de vulnerabilidad al riesgo con situaciones sociales y ambientales.

También es importante mencionar que lo que fue evidente, con respecto de la percepción del riesgo, es que no existe una relación estrecha ni única con respecto de los beneficios que una actitud u otra frente al riesgo pudiese representar. Ello se liga inmediatamente a los planteamientos de Espulga (2002), quien propone que la aceptabilidad frente al riesgo tiene una correlación muy reducida con respecto de sus beneficios. Según lo encontrado en esta investigación, las personas consultadas manifiestan principalmente una preocupación por las consecuencias ante los riesgos que por los beneficios que ello signifique. Por ejemplo, en la incertidumbre que el riesgo produce con respecto de las responsabilidades ante la familia, las personas se sintieron muy identificadas con la posibilidad de adquirir un seguro en relación con la estabilidad posterior para su familia, frente a una posible pérdida de la vida. Ello, aun cuando parte del espectro cultural y social, refiere a un valor psicométrico que no se inclina por las ventajas o beneficios necesariamente, sino más bien, por un elemento fundamentalmente emocional.

Lo que se obtuvo con la herramienta psicométrica fue la posibilidad de definir rasgos psicológicos, sociales y, en pequeña medida ambientales en cada una de las personas, cumpliendo

con lo estipulado por Amaguer (2009), quien, dentro de sus propuestas, define tal paradigma sobre funciones que fueron evidentes durante la investigación. Por ejemplo, se estableció una base lógica con la que se pudo generar una herramienta para evaluar rasgos específicos de las personas y su relación con la toma de decisiones, esta última en función de adquirir un seguro de vida; pero también se pudieron establecer diferentes indicadores, gracias a los que fue mucho más sencillo definir conceptos de la teoría del riesgo y que se exponen de manera sintética en la siguiente tabla.

Tabla 23. *Indicadores y factores que influyen en la decisión de compra de seguros de vida*

<i>Categoría</i>	<i>Variable</i>	<i>Indicador</i>	<i>Síntesis por dimensión</i>
Temor	Actitud frente al riesgo	Grado de tolerancia al riesgo	Estrato – <u>Alto</u>
			Sexo – <u>Alto</u>
			Edad – <u>Alto</u>
	Vulnerabilidad	Nivel de vulnerabilidad	Estrato – <u>Alto</u>
			Sexo – <u>Alto</u>
			Edad – <u>Alto</u>
Incertidumbre respecto a la familia	Grado de responsabilidad respecto a la familia	Estrato – <u>Alto</u>	
		Sexo – <u>Alto</u>	
		Edad – <u>Alto</u>	
Estigmas	Cultura de la previsión	Actitud frente a la previsión	Estrato – <u>Bajo</u>
			Sexo – <u>Bajo</u>
			Edad – <u>Bajo</u>
		Inversión económica frente a la previsión	Estrato – <u>Bajo</u>
			Sexo – <u>Bajo</u>
			Edad – <u>Bajo</u>
Novedad	Conocimiento	Nivel de información	Estrato – <u>Alto</u>
			Sexo – <u>Alto</u>

		Edad - <u>Alto</u>
Influenciabilidad	Influencia de las redes sociales	Estrato – <u>Alto</u>
		Sexo – <u>Alto</u>
		Edad - <u>Alto</u>
	Influencia de los medios de comunicación	Estrato - <u>Alto</u>
		Sexo – <u>Alto</u>
		Edad – <u>Alto</u>
	Influencia de familiares y amigos	Estrato – <u>Alto</u>
		Sexo – <u>Alto</u>
		Edad - <u>Alto</u>

Fuente: elaboración propia, 2018

Entre otras cosas, se tuvo un acercamiento a los factores que influyen en el mercado de seguros de vida, referidos en la tabla anterior a modo de síntesis de los hallazgos de la investigación. Se caracterizaron rasgos generales que tienen que ver con cada una de las categorías y sus variables: temores, preocupaciones y demás nociones que permiten o no que las personas se acerquen de manera definitiva y consiente a estas herramientas que, aun cuando no se entienden específicamente desde la lógica del beneficio, sí son una gran ventaja para los hogares colombianos.

Se deduce que son cuestiones culturales y sociales las que influyen en que las personas no encuentren opción de protección ante los riesgos, a pesar de que consideren esto como algo sustancial. Por ello, se encuentra una relación con lo planteado por el DANE (ELPS) (2012), quienes exponen cifras del mercado de seguros en Colombia; sus datos son alarmantes en la actitud frente al riesgo, estimando que sólo el 10% de las familias colombianas cuentan con un seguro de

vida, es decir, 1.4 millones, de las cuales más del 80% tiene una familia (Fasecolda, 2015). Estas cifras refuerzan uno de los hallazgos que se encuentran en la investigación, y es que quizá el valor de la familia es el factor que mayor motivación produce a la hora de tomar la decisión de adquirir un seguro de vida; pues si se comparan los resultados de la variable *Incertidumbre con respecto a la familia* con *Cultura de la previsión*, los resultados son claramente opuestos, significando, pues, que es la relación de responsabilidad con la familia la que más motivación genera en la toma de decisiones para adquirir un aseguramiento de este tipo.

Conclusiones.

En medio de las discusiones que han tenido lugar en la presente investigación, se ha podido llegar a definiciones propias del cumplimiento de los objetivos estipulados y de las hipótesis definidas en la Tabla 1. De ello se propone, a modo de conclusión, que en el grupo de hipótesis No. 1, dado que en los indicadores en cada una de las dimensiones se obtuvo un valor Alto en la media se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alternativa (H_a), es decir, se reconoce que las percepciones sobre el temor y las expectativas frente a la pérdida de la vida inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.

En el grupo de hipótesis No. 2 se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se valida la hipótesis alternativa (H_a) debido a que la media en general de la categoría *Estigmas* tuvo un valor Bajo; en ese sentido se define que las percepciones sobre los estigmas frente a la pérdida de la vida no inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento. Y, en razón del grupo de hipótesis No. 3 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa; ello, sobre la base del valor de la media en la categoría *Novedad* que estuvo en el rango Alto; es así que se concluye que las percepciones sobre las novedades frente a la pérdida de la vida inciden en la decisión de compra de un plan de aseguramiento.

En concreto el análisis de los resultados, específicamente de los datos tabulados, permite inferir algunas ideas que a continuación se presentan a modo de conclusión. Basta decir que estas son producto de una integración entre los constructos teóricos que se abordaron como base de la investigación y la información recolectada, pero también es parte del trabajo deductivo y de la propuesta que en toda la investigación se ha querido exponer.

La caracterización de los grupos desde las dimensiones de sexo, edad y estrato socioeconómico no dan cuenta de una diferenciación relevante en cuanto a los resultados esperados, es decir, tales rasgos no definen ni evidencian valores distintos en su medida sobre la misma variable e indicador, como lo expone la Tabla 23. En general se encontró que para cada una de las categorías la distinción propuesta con las dimensiones no expresó ninguna diferencia sustancial de la cual pudieran considerarse análisis de profundidad mayor. Quiere decir que ni las condiciones socioeconómicas, ni los factores de sexualidad, ni la condición de la edad – la cual podría ser mucho más característica en cuanto a la percepción diferenciada- son elementos a considerar en la decisión de adquirir un seguro de vida, según lo encontrado en el presente estudio.

La toma de decisiones para adquirir un seguro de vida, según la estadística, está influenciada principalmente por elementos familiares y contextuales donde los indicadores exponen un valor Alto en la influencia para tal decisión. Sin embargo, se hace evidente que la percepción frente al riesgo no parece ser un factor determinante, en tanto las personas encuestadas no tienen una cultura de la previsión muy activa. Tal situación evidencia lo que ya se ha propuesto desde el marco teórico, según el cual una cantidad de aproximadamente 10% en Colombia es consciente de la situación de riesgo (ELPS, 2012).

En cuanto a la actitud frente al riesgo, la población a quien se le aplicó la encuesta presenta niveles significativos de tolerancia frente al riesgo, pues no suelen identificarse profundamente con una posición de riesgo de muerte que les impida disfrutar la vida a cabalidad. En consecuencia, se puede deducir que no hay una reflexión continua y constante con respecto de la pérdida de vida más allá de los riesgos que produce la salud y la inseguridad.

El nivel de vulnerabilidad está asociado principalmente a factores del contexto inmediato de las personas, tales como situaciones de enfermedad, preocupación por perder la vida en un accidente o producto de la delincuencia en la ciudad (ver Tabla 9, 12 y 15).. Desde una lectura general, no hay evidencia que permita deducir que existan factores externos, sociales o ambientales, que promuevan una cultura de prevención y previsión de riesgos de muerte. Sin embargo, este factor, al ser general a toda la muestra, puede ser determinante en la toma de decisiones para adquirir seguros de vida.

El sentimiento de responsabilidad con respecto de la familia es quizá el factor que mayor incidencia pueda tener en la decisión de adquirir un seguro de vida, pues en comparación, por ejemplo, con los valores de la actitud frente el riesgo, la variable que indaga por la familia estipula todos sus valores en la categoría de *Muy identificado* con un promedio en la media que oscila los 22,80 sobre 25,00; por su parte la variable *Actitud frente al riesgo* fluctúa sus valores entre la escala de *Identificado* e *Indiferente* ponderando valores alrededor de 4,00 sobre 10,00 (tener en cuenta que esta variable es de valor invertido). Se entiende entonces que, por un lado, se pretenda asegurar el futuro económico de los familiares directos, y, por el otro, la creencia de que generar las condiciones de estabilidad emocional produce sentimientos de tranquilidad en las personas frente a las percepciones del riesgo. Es quizá esta dimensión la que más incidencia tiene con respecto de la variable temor, pues a partir de esta los participantes definieron una percepción del riesgo de muerte mucho más latente y preocupante.

La cultura de la previsión no se ve influenciada por ninguna de las dimensiones, como ya se expuso con anterioridad. En cualquiera de los casos, los participantes manifestaron no sentirse identificados con las ventajas o posibilidades que implica adquirir un seguro de vida; el valor de la media en esta variable se ubicó en el orden de 38,80 sobre 45,00, sin ningún valor medio que se

alejara de manera significativa a este rango. Se deduce que el nivel educativo, producto de las diferencias socioeconómicas, no es un factor que influya en tal adquisición, tampoco es referencia el sexo de la persona ni una posible exposición que de ello se desprenda, como no lo es tampoco la edad, sino que se debe fundamentalmente a elementos culturales que reproducen o minimizan la actitud frente al riesgo.

Es el flujo de información una medida necesaria para motivar el debate y movilizar las creencias de las personas hacia una cultura mucho más consiente de los riesgos de muerte. Las redes sociales, los medios de comunicación, los amigos y familiares pueden convertirse en focos de información para promover una cultura más activa al respecto de la adquisición de seguros de vida, más cuando se tienen resultados que identifican a las personas en un valor de 31,60 sobre 45,00 que, si bien no es de la máxima categoría, sí ubica los resultados en la categoría *Identificado*, por lo tanto, se ubica en un valoración alta de relación e influencia en la toma de decisiones, concluyendo que una cultura de mayor información al respecto genera las condiciones para que las personas se resuelvan por la adquisición de seguros de vida.

Por último, los resultados y los hallazgos alcanzados de la presente investigación, al ser producto de un ejercicio riguroso de caracterización de la forma en que se percibe el riesgo para tomar la decisión de adquirir un seguro de vida, puede contemplar su utilidad y relevancia para las oficinas y dependencias del área comercial como fuerza de ventas en las estrategias comerciales y de promoción de los beneficios que otorga la adquisición de un seguro de vida.

Bibliografía

- Almaguer, C. D. (2009). El riesgo de desastres: una reflexión filosófica. (Tesis doctoral en economía). Universidad de la Habana. Recuperada de: www.eumed.net/tesis/2009/cdar/
- Astudillo M., Marcela y Mancilla R., Maria Enriqueta. (2014). La valuación de los bienes intangibles en México. *Actualidad Contable Faces*, 17(28). Pp. 5-20
- Banco Mundial (2013) *Capacidades Financieras en Colombia: resultados de la encuesta nacional sobre comportamientos, actitudes y conocimientos financieros*.
- Baquero, H. F., Rodríguez, A.M, Zarruz, A. (2011). Seguros de personas y seguridad social. Seguros de vida. *Fasecolda 35 años*. Recuperado de: http://www.fasecolda.com/files/4613/9101/6723/los_seguros_de_vida.pdf
- Bustamante, H. (2013) *Modelo de toma de decisiones del consumir de seguros*. (Tesis para optar al título de Magíster en Ingeniería Administrativa). Universidad Nacional de Colombia, Medellín.
- Coleman, C. L. (1993). The influence of mass media and interpersonal communication on societal and personal risk judgments. *Communication Research*, 20, 611–628.
- Cvetkovich, O. y Earle, T.C. (1992) Environmental Hazards and the Public. *Journal of Social Issues*, 48(4), 1-20.

- Douglas, M.; Wildavsky, A. (1982). *Risk and Culture*. Berkeley: University of California Press.
- Eiser, R., Hoepfner, F. (1991) Accidents, Disease, and the Greenhouse Effect: Effects of Response Categories on Estimates of Risk. *Basic and Applied Social Psychology*, 12(2), 195—210.
- Espluga, J. (1996). "Actos Inseguros en el Trabajo. Guía de intervención". *Nota Técnica de Prevención 415-1996*. Barcelona: Centro Nacional de Condiciones de Trabajo, Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo.
- Espluga, J. (2001). "Percepción del riesgo y uso de pesticidas en la agricultura". *Ecología Política. Cuadernos de Debate Internacional*, 22(1), 17-30.
- Espluga, J. (2004). Las dimensiones sociales del riesgo y la prevención de riesgos laborales.
- FASECOLDA. (2012). Federación de Aseguradores Colombianos. Recuperado de <http://www.fasecolda.com/>
- FASECOLDA. (2012). Contexto del Sector Asegurador Colombiano (p. 42). Colombia. Recuperado de <http://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Imagenes/presentacion%20cifras%20ciudades%20y%20ramos.pdf>
- FASECOLDA. (2012). Resumen Ejecutivo-Cifras Noviembre 2012 (Reporte de cifras). Colombia. Recuperado de: http://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoConocimiento/E/estadisticas_del_sector_-

[_resumen_ejecutivo/estadisticas_del_sector_-_resumen_ejecutivo.asp?Cambiar=InformesEstadísticos](#)

FASECOLDA. (2015). *La demanda de seguros de vida en Colombia: una visión integral*.

FASECOLDA. (2018). Cifras de la industria. Agosto 2018. Recuperado de http://www.fasecolda.com/files/9315/3858/0177/Cifras_agosto_2018.pdf

Freudenburg, W.R. (1988). Perceived Risk, Real Risk: Social Science and the Art of Probabilistic Risk Assessment. *Science*, 242, 45-49.

Frías Navarro, Dolores. (2014). *Apuntes de Spss*. Valencia, España Universidad de Valencia

García Acosta, Virginia. (2004). La perspectiva histórica en la antropología del riesgo y del desastre. Acercamientos metodológicos. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, XXV(97). Pp. 124-142

Gonzalez, Y. (2015). Evaluación de la percepción del riesgo ocupacional en trabajadores de una empresa del sector de la construcción en Bogotá D.C. *NOVA*, 13 (23), 93-107.

Hove, T., & Paek, H.-J. (2015). Effects of risk presentation format and fear message on laypeople's risk perceptions. *Journal of Public Relations*, 19(1), 162–182.

Junguito, R., Vargas, M. J., & Pinzón, D. (2012). Seguros en América Latina. *Revista Fasecolda*, 147, 23–26.

Junguito, R., Vargas, M., & Pinzón, D. (2012). FSAP: Evaluación al Sector Asegurador. *Revista Fasecolda*, 147. Retrieved from

<http://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Documentos%20PDF/revista%20147%20lunes.pdf>

Kahneman, D., Slovic, P., & Tversky, A. (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Kaplan, S. y Garrick, B. J. (1981). On the Quantitative Definition of Risk. *Risk Analysis*, 1(1), 11-27.

Lee, T.R. (1981) The Public's Perception of Risk and the Question of Irrationality. *Proc. R. Soc. Lond. A* 376, 5-16.

Lee, T. R. (1983). The Perception of Risk. En *The Royal Society, Risk Assessment. A Study Group Report*.

Lima, M.L. (1990) *Contributos para o estudo da representacao do risco*. Lisboa, Laboratorio Nacional de Engenharia Civil.

Portafolio. (27 de septiembre de 2018). El futuro es hoy para la industria aseguradora. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/el-futuro-es-hoy-para-la-industria-aseguradora-521686>

Martínez Castrillón, Doris Yohanna. (2016). Factores clave en marketing enfoque: empresas de servicios. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 12(34). Pp. 42-58

Mosquera, Jemay y Goómez, Elkin. (2012). Bases conceptuales para la gestión integral del riesgo. *Revista Luna Azul*, 34. Pp. 148-169

- Núñez, J. y Espinosa, S (2005). No Siempre Pobres, No Siempre Ricos: Vulnerabilidad en Colombia. *Documento CEDE*, 15.
- Otway, H.; Fischbein, M. (1976). "The Determinants of Attitude Formation: An Application to Nuclear Power". International Institute for Applied Systems Analysis Research Memorandum. 76-80.
- Otway, H.; von Winterfeldt, D. (1982). "Beyond Acceptable Risk: On the Social Acceptability of Technologies". *Policy Sciences*, 14(1), 247-256.
- Otway, H.J. y Thomas, K. (1982) Reflections on Risk Perception and Policy. *Risk Analysis*, 2(2), 69-82.
- Paek, H.J. (2014). Risk perceptions. In T. Thompson (Ed.), *Encyclopedia of health communication*, 3, 1189–1191.
- Pérez, J.A. (1989). Percepción y Categorización del contexto social. En A. Rodríguez, J. Seoane (Comps.) *Creencias, Actitudes y Valores*.
- Pidgeon, N., Hood, C., Jones, D., Turner, B. Gibson, R. (1992). Risk Perception. En The Royal Society (Eds.) *Risk: Analysis, Perception and Management. Report of a Royal Society Study Group*.
- Puy, A. (1994). *Percepción social del riesgo. Dimensiones de evaluación y predicción*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.

- Renn, O. (1986) Risk Perception: A Systematic Review of Concepts and Research Results. En C.T. Miller, R.P. Kleindorfer y R.E. Munn (Eds.) *Conceptual Trends and Implications for Risk Research*. Laxernburg (Austria), International Institute for Applied System Analysis.
- Romero, Gerardo E.; Romero, Jorge L. (2006). Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XII(3). Pp. 563-580
- Sarmiento Zea, Guillermo. (2011). Análisis de los intangibles como recursos estratégicos en las administraciones públicas: una aplicación al caso de la Ciudad Autónoma de Melilla. (Tesis para optar por el título de Doctorado). Universidad de Granada. Granada, España
- Slovic, P. (Ed.). (2000). *The perception of risk*. Sterling, VA: Earthscan.
- Slovic, P.; Fischhoff, B.; Lichtenstein, S. (1979). "Rating the Risk". *Environment* 3, 21. 14-20, 36-39.
- Slovic, P., Fischhoff, B., & Lichtenstein, S. (2000). Facts and fears: Understanding perceived risk. In P. Slovic (Ed.), *The perception of risk* (pp. 137–153). Sterling, VA: Earthscan. (Original work published in 1981).
- Starr, C. 1969. "Social Benefit versus Techonological Risk". *Science*, 165. 1.232-1.238.
- Swiss Re (2010). El seguro mundial en el 2009. *Revista SIGMA*, 2.
- Tajfel, H. (1969). Social and Cultural Factors in Perception. En O. Linzey y E. Aronson (Eds.) *The Handbook of Social Psychology*, 3 (2).

- Thomas, Javier. (2011). Desarrollo y gestión social del riesgo: ¿una contradicción histórica? *Revista de Geografía Norte Grande*, 48. Pp. 133-157
- Tovar, J (2008) Caracterización del ahorro de los hogares en Colombia. *Coyuntura Social, Fedesarrollo*, 38. 183-206.
- Vargas, F (2009) Determinantes Macroeconómicos del Consumo de Seguros de Vida en Colombia. *La Industria Aseguradora en Colombia: Avances en el Siglo XXI*. Fasecolda.
- Vergara, I. (2008, Agosto del). La Cultura del Seguro: Fomento y Penetración. Recuperado de: <http://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Documentos%20PDF/comunicado%20de%20prensa%20campa%20C3%B1a.pdf>
- Vlek, C. (1987) Risk Assessment, Risk Perception and Decision Making about Courses of Action Involving Genetic Risk: An Overview of Concepts and Methods. *Birth Defects: Original Article Series*, 23(2), 171-207.
- Wynne, B. (1996). "May the Sheep Safely Graze? A Reflexive View of the Expert-Lay Knowledge Divide". A: Lash, S.; Szerszynski, B.; Wynne, B. *Risk, Environment and Modernity*. London: Sage. 44-83.
- Wynne, B. (1997). "Incertidumbre y aprendizaje ambiental: reconcebir la ciencia y la política en un paradigma preventivo". A: González M.I.; López, J.A.; Luján, J.L. *Ciencia, tecnología y sociedad*. Barcelona: Ariel. 161- 183.
- Yates, J .F. y Stone, E.R. (1992). The Risk Construct. En J.F. Yates (Ed.) *Risk-Taking Behavior*. Chichester, John Wiley & Sons.

Apéndice A.

Cuestionario de creencias sobre la percepción del riesgo de muerte.

NOMBRE _____		EDAD _____		SEXO _____	
_____ ESTRATO _____					
<p>A continuación, aparecen una serie de frases sobre lo que las personas perciben sobre el riesgo de muerte. Tenga en cuenta que no hay frases buenas ni malas ni correctas ni incorrectas. Solo nos interesa su opinión al respecto. Por favor, trate de responder con sinceridad y usando su propio criterio.</p> <p>Para contextualizar, marque con una X el grado que mejor describa su identificación según la siguiente escala:</p> <p>1= No identificado; 2= Poco identificado; 3= Indiferente; 4= Identificado; 5= Muy identificado</p>					
1. Pensar en el riesgo de muerte me impide disfrutar la vida	1	2	3	4	5
2. La mejor forma de vivir la vida es no temer a los riesgos	1	2	3	4	5
3. Me preocupa perder la vida	1	2	3	4	5
4. Me preocupa padecer enfermedades / problemas de salud graves	1	2	3	4	5
5. Me preocupa perder la vida en un accidente de tráfico	1	2	3	4	5
6. Me preocupa perder la vida en otro tipo de accidente	1	2	3	4	5
7. Me preocupa perder la vida a causa de la delincuencia	1	2	3	4	5
8. En caso de perder la vida, temo por el futuro de mis hijos	1	2	3	4	5
9. Lo que más me preocupa de perder la vida es el futuro económico de mi familia	1	2	3	4	5
10. Creo que necesito una protección especial frente a los riesgos de muerte en la actualidad o en un futuro	1	2	3	4	5
11. Lo que más me preocupa de perder la vida son las consecuencias emocionales para mi familia	1	2	3	4	5

12. Contar con un seguro de vida me hace sentir tranquilo/a frente a los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
13. Creo que es posible protegerse ante los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
14. En mi familia es importante protegerse ante los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
15. No hay que escatimar en gastos a la hora de protegerse ante los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
16. Creo que contratar un seguro es la mejor forma de proteger a mi familia ante los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
17. Creo que ahorrar es la mejor forma de proteger a mi familia ante los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
18. Creo que la mejor forma de proteger a mi familia es evitar al máximo los riesgos	1	2	3	4	5
19. Creo que lo más importante de un seguro de vida es su servicio y no su precio	1	2	3	4	5
20. Las personas previsivas sortean mejor los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
21. Las personas previsivas viven más tranquilas	1	2	3	4	5
22. Creo que entre más flujo de información hay más posibilidades de prepararse ante los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
23. Creo que las redes sociales me han hecho consciente de los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
24. Creo que las redes sociales inflan la percepción de riesgo de muerte	1	2	3	4	5
25. Los medios de comunicación me hacen sentir inseguro/a y en constante riesgo de morir	1	2	3	4	5
26. En la actualidad, estamos sobreexpuestos a noticias fatalistas	1	2	3	4	5
27. Las experiencias de amigos y familiares me han hecho preventivo/a frente a los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
28. Creo que no hay que dejarse influenciar por las experiencias de amigos y familiares frente a los riesgos de muerte	1	2	3	4	5
29. Evitar la información sobre los riesgos de muerte me hace sentir más tranquilo	1	2	3	4	5
30. Saber de los riesgos de muerte me ha hecho contratar un seguro de vida	1	2	3	4	5

