

**CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA ASEGURADORA EN EL MERCADO DE LOS SEGUROS DE
PERSONAS EN MANIZALES.**

TRABAJO DE GRADO.

**PRESENTADO POR
MANUELA BARAHONA DUQUE**

**UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS.**

ENERO DE 2020.

Índice de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
3. JUSTIFICACIÓN	6
4. OBJETIVO GENERAL.....	8
4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
5. MARCO TEÓRICO.....	8
5.1 Contrato de seguro.....	8
5.2 Factores que determinan la compra de un seguro	9
5.3 Comportamiento de la industria aseguradora en el mundo	10
5.4 Comportamiento de la industria aseguradora en Colombia	13
5.5 Comportamiento de la industria aseguradora en Caldas	14
5.6 Percepción del consumidor de seguros sobre los seguros, las aseguradoras y los riesgos en Colombia	15
5.7 Cultura aseguradora.....	18
5.7.1 Índice de la cultura aseguradora (ICA).....	19
6. METODOLOGÍA	19
6.1 Tipo de investigación.....	19
6.2 Diseño.....	20
6.3 Población	20
6.4 Muestra	20
6.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información	20
7. RESULTADOS.....	21
8. CONCLUSIONES.....	37
9. REFERENCIAS	38
10. ANEXO 1.....	40
10.1 Tipos de seguros.....	40
10.1.1 Seguros personales.....	40
10.1.1.1 Seguros de vida.....	40
10.1.1.2 Los seguros accidentes personales:.....	41
10.1.1.3 Seguros de salud o enfermedad:.....	41
10.1.1.4 Seguros de dependencia:.....	42
10.1.2 Seguros patrimoniales	42

10.1.3 Seguros de prestación de servicios.....	43
11. ANEXO 2.....	44

Índice de Tablas

Tabla 1. Preguntas cuestionario Cultura Aseguradora	24
Tabla 2. Proceso de ponderación de los indicadores base, por dimensiones y del ICA global	32
Tabla 3. Seguros adquiridos por género	33
Tabla 4. Seguros adquiridos por estrato socioeconómico	34
Tabla 5. Seguros adquiridos por estrato nivel académico	34
Tabla 6. Conocimiento sobre seguros por concepto y nivel académico	35

Índice de figuras

Figura 1. Actores que intervienen en el sector asegurador	9
Figura 2. Participación del sector asegurador mundial año 2017	15
Figura 3. Tasa de penetración del sector asegurador mundial año 2017	16
Figura 4. Índice de densidad del sector asegurador en el mundo año 2017	16
Figura 5. Participación del sector asegurador en Latinoamérica año 2017	17
Figura 6. Tasa de penetración del sector asegurador colombiano año 2017	18
Figura 7. Índice de densidad del sector asegurador colombiano año 2017	18
Figura 8. Perspectivas negativas frente al seguro y las compañías de seguros para el año 2016	20
Figura 9. Perspectivas positivas frente al seguro y las compañías de seguros para el año 2016.....	21
Figura 10. Percepción del riesgo	22
Figura 11. Cultura Aseguradora y sus dimensiones	23
Figura 12. Resultados por género.....	26
Figura 13. Resultados por rangos de edad	26
Figura 14. Resultados por nivel académico	26
Figura 15. Resultados por ocupación	26
Figura 16. Resultados por estrato socioeconómico	27
Figura 17. Resultados por ingresos mensuales netos	27
Figura 18. Seguros obligatorios	27
Figura 19. Utilidad del seguro	28
Figura 20. Actividades donde se requiere de un seguro obligatorio	28

Figura 21. Definición del tomador	29
Figura 22. Definición de Póliza	29
Figura 23. Definición de Prima	29
Figura 24. Definición de Franquicia	30
Figura 25. Definición de Exclusiones	30
Figura 26. Perjuicio por Fraude	30
Figura 27. Reclamación	30
Figura 28. Adquisición de conocimientos de seguros	31
Figura 29. Métodos para mejorar la educación	31
Figura 30. Opciones de protección	32
Figura 31. Gasto anual en seguros	32
Figura 32. Preparación para la Jubilación	32
Figura 33. Autopercepción del nivel de cultura aseguradora. Porcentaje sobre el total	36
Figura 34. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por género. Porcentaje sobre el total de personas de cada género	37
Figura 35. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por edad. Porcentaje sobre el total de personas de cada rango de edad	38
Figura 36. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por nivel más alto de escolaridad. Porcentaje sobre el total de personas de cada nivel de escolaridad	39
Figura 37. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por estrato socioeconómico. Porcentaje sobre el total de personas de cada estrato	40

1. INTRODUCCIÓN

En la investigación se abordó el tema de la cultura aseguradora, para ello se profundizó en el comportamiento del sector asegurador a nivel mundial, nacional y municipal entendiendo los factores que determinan la compra de un seguro y la percepción del consumidor frente a los riesgos, los seguros y las compañías aseguradoras. Lo anterior, para entender porque el sector asegurador en Colombia no está tan desarrollado al ser comparado con otros países, teniendo en cuenta las distintas características que diferencian las poblaciones y siendo conscientes de que existen barreras culturales que limitan el progreso de esta industria, como por ejemplo el hecho de que la mayoría de los colombianos prefieren asegurar sus vehículos que sus propias vidas.

Con base a lo anterior, esta investigación buscó caracterizar la cultura aseguradora en el mercado de los seguros de personas en Manizales, teniendo en cuenta que es una ciudad que ha sido víctima de varias tragedias causadas por desastres naturales y que, a pesar de haber superado sus consecuencias, no está exenta de volverlo a vivir. Lo anterior no quiere decir que la ciudad no haya tomado precauciones para minimizar los posibles daños causados por un evento inesperado, pero siendo conscientes de que siempre existirá el riesgo al que está expuesta la población.

Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo y se llevó a cabo por medio de la aplicación de una encuesta como herramienta para la recolección de datos, y de esta manera contar con la información confiable y necesaria para calcular el índice de Cultura Aseguradora (ICA) a través de la medición de las cuatro dimensiones que la conforman: conocimiento, uso, educación y previsión. Con el ICA se puede conocer la cultura aseguradora en la ciudad de Manizales y de esta forma determinar en qué situación se encuentra actualmente frente al sector. Es una herramienta que se puede replicar en cualquier lugar y reproducir en cualquier momento, por consiguiente, se busca implementarlo en Manizales esperando hacerlo en un futuro en todo el país.

Los resultados permitieron definir en qué posición está la ciudad en cuanto al sector asegurador en Colombia y proponer estrategias para promoverla y mejorarla buscando el beneficio social por parte de la población para acrecentar su seguridad y la de sus patrimonios; y el beneficio económico por parte de las compañías de seguros y sus intermediarios para que ahorren recursos en estrategias poco efectivas para la atracción de clientes.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Factores como la globalización, el desarrollo tecnológico, la innovación, la creciente industrialización, los desastres naturales, el terrorismo, el calentamiento global y la aparición de nuevas enfermedades, entre muchos otros fenómenos, aumentan cada vez más los riesgos a los que el ser humano debe enfrentarse a diario, sin importar el lugar donde se encuentre, ya que siempre van a existir amenazas de todo tipo. De forma simultánea al surgimiento de los riesgos, ha ido creciendo la importancia y la necesidad de la tenencia de un seguro que brinde protección, bienestar y cubra las consecuencias que se puedan generar por un acontecimiento inesperado e inevitable.

A pesar de la realidad que se expone, la mayoría de los colombianos prefiere asegurar su vehículo que tener un seguro de vida, según lo establece una encuesta realizada por el DANE (2012).

Gran parte de la población colombiana, como país en vía de desarrollo, se caracteriza por contar con bajos ingresos, lo que podría explicar el por qué no se tiene como prioridad la adquisición de un seguro que cubra los daños causados, ya sea por él mismo o a un tercero, donde la cultura de la no planificación a futuro es lo predominante, que como lo expone Vergara (2008), hay preferencia por asumir los riesgos con recursos propios, y reparar los daños producidos por las eventualidades presentadas de forma directa, sin ser conscientes de la vulnerabilidad a la que enfrentan sus patrimonios, y al desamparo al que pueden dejar sus familias.

En el caso de Manizales, la situación no es diferente; en los últimos años ha sufrido desastres por fuertes lluvias, como por ejemplo el último deslizamiento de tierra que sucedió el 19 de abril del 2017, el cual según la revista Semana (2017) dejó 17 muertos, 23 heridos, un desaparecido, 80 viviendas destruidas y 500 familias damnificadas. Actualmente existe la probabilidad de que un suceso como este vuelva a ocurrir, ocasionando iguales o peores consecuencias en pérdidas humanas, lo que en sí genera altos niveles de incertidumbre. Situación que se complementa con la condición de ser un municipio que se encuentra cerca del volcán Nevado del Ruiz que actualmente se encuentra activo y en alerta, lo que significa constantes temblores que como bien pueden generar daños graves, también ocasiona perjuicios que, aunque pequeños, afectan el bienestar y el patrimonio de los habitantes.

No solo los fenómenos naturales, generan riesgos para la vida y patrimonio de los individuos, factores como el aumento de la delincuencia, las enfermedades, y demás aspectos amenazantes del medio ambiente, propios de la ciudad, son razones que se hace que cada vez sea más indispensable la adquisición de un seguro que traslade estos riesgos a la compañía de seguros.

Las estrategias para que las compañías de seguros y los intermediarios atraigan nuevos clientes al sector, generalmente son muy costosas, porque aparte de tener que competir por precio o valor agregado en una industria que cada vez aumenta en actores activos, debe luchar contra el desconocimiento y una cultura que no ha sido educada para ser preventiva, y donde existe cierta creencia de las personas de creerse inmunes al riesgo. La mayoría de las estrategias que implementan las compañías aseguradoras no son del todo efectivas ya que desconocen los motivos reales por los cuales los consumidores sienten la necesidad de comprar un seguro.

Por lo anterior, es fundamental promover la cultura aseguradora en Manizales para que los habitantes de esta ciudad se eduquen y tengan como prioridad la compra de un seguro como protección para ellos, sus patrimonios y sus familias. Por esta razón, es que la investigación pretendió establecer ¿Cuál es la cultura aseguradora en Manizales? Y de esta manera proponer estrategias que, de forma efectiva, logre altos niveles de atracción de nuevos clientes, que conscientes del riesgo, ahorre en costos para los aseguradores y beneficie a la población en general.

3. JUSTIFICACIÓN

En Colombia existe poca información sobre la industria aseguradora, según las estadísticas de Fundación Mapfre (2018) para el año 2017 tenía un índice de penetración (primas/PIB) del 2,9%, lo que quiere decir que es un sector poco desarrollado, y esto puede ocurrir por diversas razones, entre las cuales está el desconocimiento, la falta de conciencia frente al riesgo y como lo expone Vergara (2008) la barrera cultural, ya que no es una población educada para planificar, por lo que adquirir un seguro no es denominado como prioridad.

Por otro lado, la sociedad colombiana a pesar de que ha tenido que sufrir tanto en la historia por causa de la violencia y el narcotráfico, e incluso por desastres naturales como las fuertes lluvias, sequías, terremotos, avalanchas, incendios, inundaciones, etc. vividos en algunos sectores del país, se ha acostumbrado a convivir con el riesgo y por lo tanto no es consciente que se pueden convertir en una verdadera tragedia y mucho menos de las consecuencias económicas y sociales que estos pueden generar. Además, es común pensar que los problemas solo le pasan al otro.

Adicionalmente, el mercado de los seguros no conoce los principales criterios con los cuales el consumidor evalúa la posibilidad de adquirir un seguro, en muchos casos las compañías aseguradoras ofrecen los productos enfocándose en el precio o en el valor agregado que tiene su contrato, pero no hay certeza de que tipo de información es la que el consumidor espera y que le parezca lo suficientemente relevante como para estimular su compra, por el contrario provoca en él la percepción de complejidad sobre el producto y por consiguiente desconfianza del seguro como lo describe Bustamante (2013).

Por esta razón, el deber de la aseguradora y de los intermediarios que venden los seguros es conocer el comportamiento del consumidor, identificar los factores demográficos y psicográficos que lo llevan al consumo de un seguro, sensibilizarlo y educarlo con responsabilidad para que mejore el nivel de cultura aseguradora, y también para que no se desperdicien recursos financieros, humanos y el tiempo desarrollando estrategias erradas por desconocimiento para atraer nuevos clientes y aumentar las ventas.

Teniendo en cuenta lo anterior el gran reto es encontrar la forma de promover la cultura aseguradora en una sociedad cortoplacista y que se cree inmune al riesgo según el análisis de Vergara (2008), y para lograrlo se necesita conocer primero como está la cultura aseguradora actualmente en Manizales, medirla para obtener resultados concretos, bajo el principio de que lo que no se mide, no se puede mejorar ni controlar, y de esta forma conocer el método más adecuado para dar a conocer los seguros y sus beneficios a la población.

Un estudio como este que busca establecer la cultura aseguradora en la ciudad de Manizales, ofrece al sector un análisis muy interesante que mide, evalúa y establece la evolución que tiene esta cultura en una población y poder compararla con otras, además permite obtener datos concretos, confiables y esenciales para proponer estrategias efectivas para la promoción del seguro en la población.

Lo interesante de un estudio como este radica en que se convierte en una herramienta reproducible en diferentes momentos del tiempo, y la cual después de implementarla en la población manizaleña, se puede desarrollar en cada ciudad y región de Colombia; la novedad metodológica con que se asumirá el estudio, permite conocer en qué nivel de cultura aseguradora está el país, para que las compañías aseguradoras y todos los actores que intervienen en la industria de los seguros puedan utilizar esta información como base para la generación de innovadoras estrategias de acercamiento al cliente.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las características de la cultura aseguradora en el mercado de los seguros de personas en Manizales?

4. OBJETIVO GENERAL

Caracterizar la cultura aseguradora en el mercado de los seguros de personas en Manizales.

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el índice de Cultura Aseguradora en el mercado de seguros en la ciudad de Manizales.
2. Identificar la relación entre los aspectos demográficos de los consumidores de seguros y la adquisición de ellos en la ciudad de Manizales.
3. Analizar la autopercepción de cultura aseguradora que tienen los consumidores de seguros de la ciudad de Manizales teniendo en cuenta los aspectos demográficos.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Contrato de seguro

Según Kunreuther, Pauly, McMorrow (2013) el seguro es una de las mejores invenciones que ha tenido el hombre en la historia, como una herramienta muy útil para reducir el riesgo. Este funciona garantizando protección financiera a los individuos y también como un modelo de negocio rentable para las compañías aseguradoras, el cual desde la perspectiva jurídica expuesta por Fasecolda (2019), es una obligación que contrae el asegurador por medio de un contrato donde se realiza el cobro de una prima a abonar, en caso de que se presente un acontecimiento cuyo riesgo es parte de la cobertura. Este promete amparo y respaldo frente a un daño inesperado e inevitable, tratando de reparar de manera material parcial o totalmente las consecuencias de este. Es importante tener siempre claro que el seguro indemniza al asegurado por los daños causados por el siniestro ocurrido dentro de lo pactado en el contrato más no reduce ni evita el riesgo.

También se puede analizar desde una perspectiva de solidaridad humana como lo hace Mapfre (sf), viendo a la institución aseguradora como garante de un sustitutivo, repartiendo el daño entre una gran cantidad de personas amenazadas por el mismo riesgo; desde un punto de vista social, con el soporte de los intereses particulares gracias a la asociación de las masas. Y desde una visión más general, se puede considerar como una “Actividad económica-financiera que presta el servicio de transformación de los riesgos de diversa naturaleza a que están sometidos los patrimonios, en un gasto periódico presupuestable, que puede ser soportado fácilmente por cada unidad patrimonial” (Fundación Mapfre, sf).

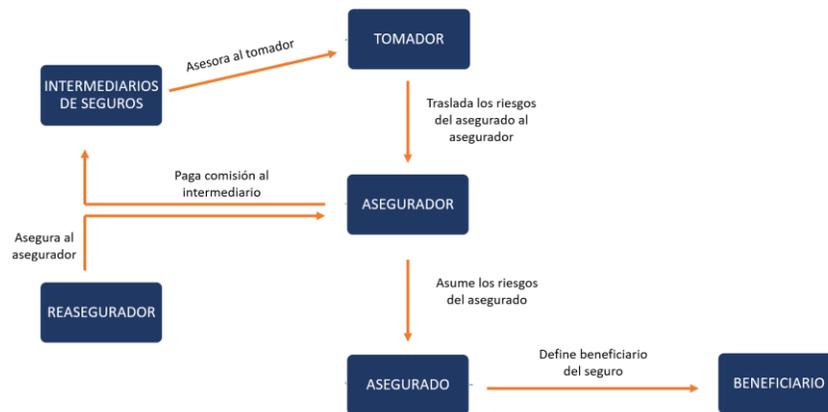


Figura1. Actores que intervienen en el sector asegurador

Elaboración propia a partir de Bustamante (2013)

Como se observa en la **Figura 1** el intermediario de seguros es quien asesora al tomador del seguro en el proceso de compra de este, y quien lo acompaña y gestiona las diligencias necesarias para llevar a cabo una reclamación por siniestro; de acuerdo a su desempeño y a sus ventas recibe una comisión por parte del asegurador. El tomador es quien adquiere el seguro, por lo general, es el mismo asegurado y beneficiario y en el caso del beneficiario también puede ser un acreedor. Bustamante (2013)

Los elementos principales de un contrato de seguros son los siguientes:

- **Interés asegurable:** “Tiene interés asegurable toda persona cuyo patrimonio pueda resultar afectado, directa o indirectamente, por la realización de un riesgo y que además de lícito sea valorado en dinero” (Cámara de Comercio de Bogotá, 1992) p. 272
- **Riesgo asegurable:** Es la posibilidad de que se origine un perjuicio a causa de un acontecimiento o evento. Es el daño eventual del asegurador, para el caso de que se produzca siniestro, la compañía aseguradora indemnizarlo. (Cámara de Comercio de Bogotá, 1992) p. 286
- **Prima del seguro:** Es la cantidad de dinero pactado por el seguro adquirido, es la contraprestación que obliga tanto al asegurado como al asegurador a cumplir con lo convenido en el contrato. (Fasecolda, 2019)
- **Cobertura:** Es el alcance del riesgo que se asegura a través del contrato. (Fasecolda, 2019)
- **Vigencia del contrato:** Es la finalización del contrato por el cumplimiento de los términos establecidos en el. (Fasecolda, 2019)
- **Deducible:** Es una cantidad fija o un porcentaje que tiene que cubrir el asegurado en caso de siniestro. (Bustamante, 2013)

5.2 Factores que determinan la compra de un seguro

European Commission (2017) señala que, desde la perspectiva de la economía clásica la compra de un seguro va conforme al deseo de asegurarse contra el riesgo de incurrir en una pérdida. El modelo que subyace a esta toma de decisiones bajo riesgo es la teoría de la utilidad, la cual asume que los

individuos son racionales y muestran un grado racional de aversión al riesgo teniendo en consideración posibles acontecimientos en el futuro a corto y largo plazo permitiendo así una adecuada toma de decisiones en consecuencia.

Pero como describen Kunreuther, Pauly, McMorrow (2013) es la incertidumbre la que crea tanto la demanda como la oferta del sector asegurador, ya que, si se tuviera completa seguridad de que el asegurado nunca iba a causarle daños a sus propios bienes como por ejemplo su automóvil, estaría mejor sin pagar una prima por cobertura de colisión o si en el caso de la aseguradora, existiera la certeza de la cantidad que tendría que pagar por una reclamación, no ofrecería coberturas por menos del valor que tendría que pagar por esa reclamación en el futuro. Sin embargo, como en la realidad siempre va a existir el riesgo de tener un accidente o de sufrir daños colaterales por algún acontecimiento, la compañía de seguros funciona como respaldo en caso de que algo así suceda. Confirmando la distinción que realiza Thünen, J. H. (2007) entre riesgo e incertidumbre, donde “la primera es medible y calculable mientras que la segunda no lo es”.

Rabin (2013) p.241 dice que “A nadie le gusta la incertidumbre en la riqueza de por vida porque un dólar que nos ayude a evitar la pobreza es más valioso que un dólar que nos ayude a volvernos más ricos”. Colombia es un país que vive en incertidumbre, al ser un territorio que ha sido golpeado fuertemente por la violencia a causa de la existencia de grupos armados, de la corrupción política, la inseguridad por la delincuencia común, el narcotráfico, la desigualdad, entre otros problemas sociales, políticos y económicos donde se evidencia que la población colombiana debe estar preparada para cualquier evento que pueda afectar su patrimonio, contando con un amparo que los proteja frente a las posibles consecuencias.

Además, si el seguro es vendido apropiadamente, puede ser una gran ventaja para el asegurado y para el bienestar de la economía ya que los beneficios del seguro tanto para las personas como para la sociedad radican en que el comportamiento de los asegurados se vuelve más racional y predecible al contar con la garantía que ofrece el asegurador según lo exponen Kunreuther, Pauly, McMorrow (2013)

Desde esta perspectiva más racional del consumidor, las personas deberían tener más interés en asegurar grandes riesgos, es decir, los que tienen baja probabilidad, pero alta consecuencia, debido a acontecimientos como por ejemplo un incendio, desastres naturales, daños significativos a la casa u objetos personales por robo o incluso por daños causados a una persona en un accidente automovilístico como lo expone la European Commission (2017)

5.3 Comportamiento de la industria aseguradora en el mundo

La herramienta más utilizada para medir, evaluar y comparar el progreso del sector asegurador entre países son la tasa de penetración y el índice de densidad, la primera entendiéndose como “El total de primas de seguros del país como participación de su Producto Interno Bruto (PIB)” (A2ii y IAIS, 2017), el cual se calcula dividiendo el volumen de primas sobre el PIB para obtener la participación de los seguros en el total de la economía (Fasecolda, 2018); y la segunda como el indicador que “Permite determinar el gasto en primas de seguros per cápita” (Mejía, 2014) p. 16, y se calcula dividiendo las primas sobre la población, estos indicadores revelan en qué medida contribuye la industria aseguradora a la economía nacional.

Con respecto a lo anterior se encontró información acerca de la participación y los índices de densidad y penetración del mercado asegurador mundial y americano.

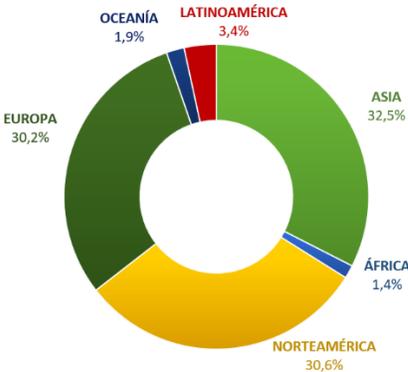


Figura 2. Participación del sector asegurador mundial año 2017

Fuente: (Fasecolda, 2018)

Como se puede observar en la **Figura 2** en el mercado mundial para el año 2017, Asia cuenta con la mayor participación de primas totales representando un 32,5%, seguido de Norteamérica con un 30,6%, y Europa con el 30,2%. Los continentes que menor representación tienen son África y Oceanía con el 1,4% y 1,9% respectivamente. Se puede evidenciar que el 93% de la distribución del mercado asegurador está concentrado en 3 principales regiones según lo expone Fasecolda (2018).

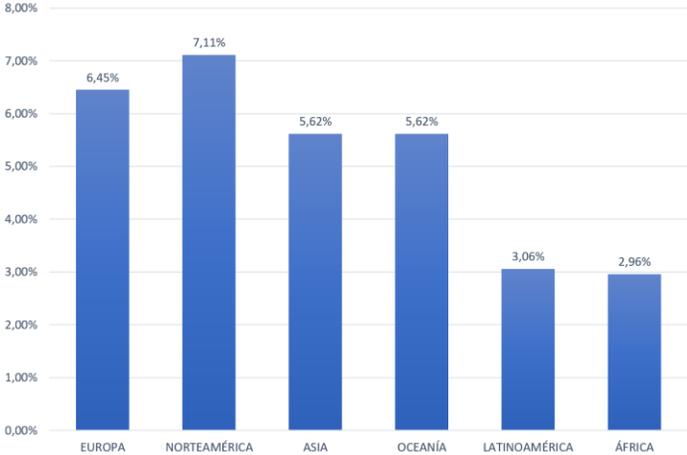


Figura 3. Tasa de penetración del sector asegurador mundial año 2017

Elaboración propia a partir de (Fasecolda, 2018)

Según Fasecolda (2018) los seguros representan el 6,13% de la economía global, donde se observa en la **Figura 3** que para el año 2017 la región que mayor penetración presenta es Norteamérica con el 7,11%, seguido por Europa con el 6,45%, mientras que América Latina representa el 3,06% ubicándose en el segundo lugar más bajo de penetración a nivel mundial después de África.

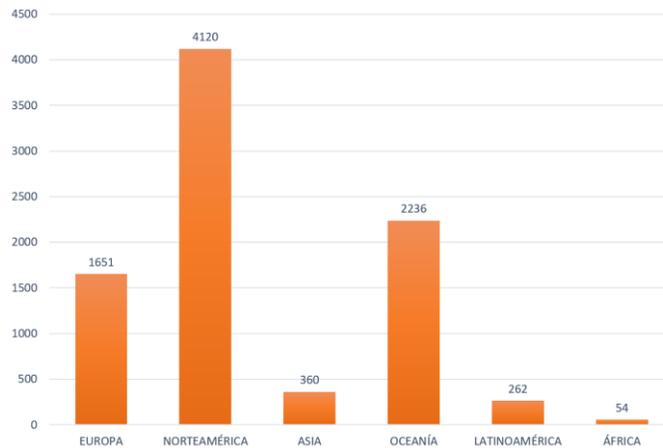


Figura 4. Índice de densidad del sector asegurador en el mundo año 2017

Elaboración propia a partir de Fasecolda (2018)

Por otro lado, en cuanto al índice de densidad, como se puede ver en la **Figura 4** que para el año 2017 el continente que tiene el gasto más grande en dólares de seguros por habitante es el de Norteamérica con \$4120 dólares, seguido por Oceanía con \$2236 dólares, siendo África el que menor densidad tiene con \$54 dólares. En este caso es importante tener en cuenta el número de habitantes que tiene cada continente en comparación al otro. (Fan et al., 2012)

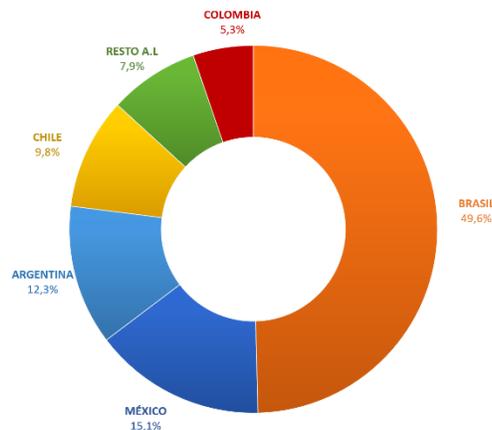


Figura 5. Participación del sector asegurador en Latinoamérica año 2017

Elaboración propia a partir de (Fasecolda, 2018)

En cuanto a la participación del sector asegurador en América Latina, se puede ver en la **Figura 5** que Brasil es el país que mayor participación tiene en cuanto al mercado de seguros con el 49,6%, seguido por México con el 15,1% y en tercer lugar Argentina con el 12,3%.

Fan, Seller, &Stalb (2012) nos explican que “Las economías abiertas tienen una mayor penetración del seguro que las otras”, pero esto no quiere decir que la tasa de penetración de los seguros patrimoniales de una nación esté directamente relacionada con posibles acontecimientos que

enfrentan por catástrofes naturales ya que esto depende de la sensibilización que tienen referente al riesgo.

“En los países con bajos ingresos el índice de penetración es bajo y el sector asegurador crece al mismo ritmo que la economía nacional”. (Fan et al., 2012)

5.4 Comportamiento de la industria aseguradora en Colombia

Según el informe emitido por Fasecolda (2018) para el mes de septiembre el sector asegurador colombiano había emitido primas por \$19.85 billones, representando un crecimiento del 3,8% en términos nominales y descontando la variación del 3,33% en el IPC a este mismo mes se puede encontrar un crecimiento real del 0,5% del sector, donde se evidencia un mayor crecimiento en el grupo de los ramos de daños con un 6%, seguido por el de rentas con un 5%, y un decrecimiento del 1% de los seguros previsionales y riesgos laborales.

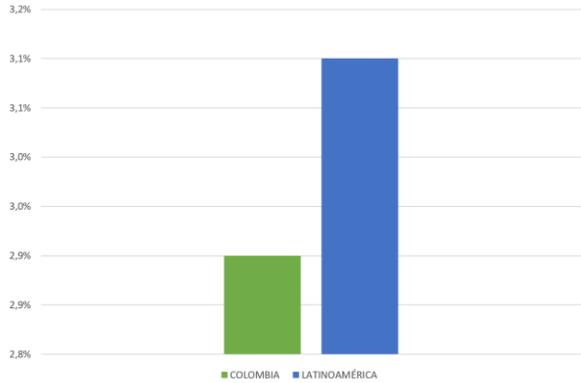


Figura 6. Tasa de penetración del sector asegurador colombiano año 2017

Elaboración propia a partir de (Fasecolda, 2018)

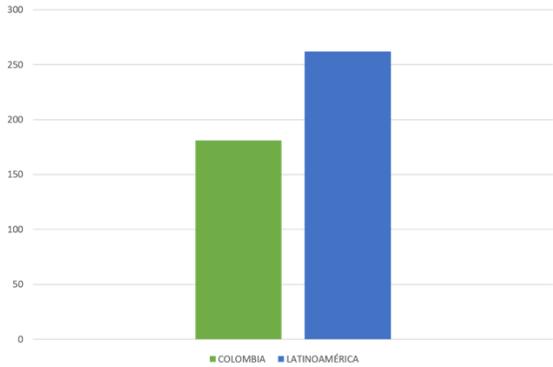


Figura 7. Índice de densidad del sector asegurador colombiano año 2017

Elaboración propia a partir de (Fasecolda, 2018)

Como se puede observar en la **Figura 6** Colombia tiene una tasa de penetración del 2,9%, el cual está por debajo de la tasa de Latinoamérica y también según la **Figura 7** es menor en cuanto al consumo per cápita con \$181 dólares.

En los resultados que publicó el DANE (2012) de la Encuesta Longitudinal de Protección Social, la cual consistía de 11 módulos donde se averiguó entre otros temas sobre la tenencia de seguros de automóviles, de vida, de hogar y planes voluntarios de salud, aplicada a más de 13 mil hogares colombianos durante todo el año 2012. Los resultados de esta encuesta permiten conocer el perfil socioeconómico de las personas que cuentan con las coberturas de los seguros mencionados anteriormente.

Se pudo encontrar que, de 29 departamentos encuestados en Colombia, Bogotá, D.C. aparece con la mayor cantidad de hogares donde tienen mínimo un seguro de vida con el 2,58% de los hogares colombianos encuestados, seguido por el departamento del Valle del Cauca representando el 1,24%; siendo también los dos departamentos de mayores adquirentes del seguro de hogar con el 1,23% y el 0,33%, y del seguro de vehículos con el 3,56% y el 1,77% respectivamente. El plan voluntario de salud es más adquirido en Bogotá D.C. con el 1,98% y Antioquia con el 0,54%, según la indagación que realizó el DANE (2012)

Haciendo un análisis más general se puede determinar que de 13.452.558 hogares colombianos encuestados, solo el 10,32% cuentan con mínimo un seguro de vida en la familia, el 3,02% con un seguro de hogar, el 17,10% con un seguro de vehículos y el 4,44% con un plan voluntario de salud, de lo cual se puede interpretar que la mayoría de colombianos cree más necesario asegurar el carro que tener un seguro de vida que tiene cobertura en caso de incapacidad, supervivencia o incluso en caso de fallecimiento.

Colombia tiene un sector asegurador poco desarrollado ya que los habitantes tienen conocimiento acerca de los riesgos, pero no son conscientes de las consecuencias que estos podrían llegar a tener tanto económicas como sociales. La mayoría piensa que es más sencillo correr con los gastos con recursos propios o inclusive con préstamos, teniendo en cuenta que en el país hay mucho desconocimiento del tema de los seguros y como lo describe Vergara (2008) "Los colombianos tenemos una conciencia inmediatista donde la idea de progresar no está ligada con planear".

5.5 Comportamiento de la industria aseguradora en Caldas

En el departamento de Caldas, se puede observar que, de 403.210 hogares encuestados, 78.237 hogares tienen por lo menos un miembro de la familia con un seguro de vida, 26.119 cuentan con un seguro de hogar, 93.560 son los hogares donde al menos un integrante de la familia tiene un seguro de vehículos y 8.435 hogares cuentan con mínimo un plan de salud en la familia. (DANE, 2012)

Lo anterior quiere decir que solo el 19,40% de los hogares caldenses encuestados cuentan con la cobertura que provee un seguro de vida, el 6,47% representa los hogares que tienen un seguro de hogar, el 23,20% los que cuentan con un seguro de vehículos y solo el 2% con un plan voluntario de salud. Se puede evidenciar que el seguro más adquirido por los caldenses es el seguro de vida y el que menos tiene es el plan voluntario de salud.

También se puede concluir que el 10,43% de las personas que adquieren un seguro de vida en Caldas son de estrato 2, con ingresos salariales entre 1 y 2 SMLV, que tienen un nivel de educación secundario y que la mayoría de ellos son mayores de 50 años, casados, donde el 80,31% son hombres y el 19,68% son mujeres; mientras que el 2,82% de las personas que cuentan con la cobertura que provee un seguro de hogar son de estrato 3, con ingresos salariales entre 1 y 2 SMLV, con un nivel de educación secundario y donde la mayoría de ellos son casados y mayores de 50 años, quienes el 66,95% son hombres y el 33,04% son mujeres.

En cuanto al seguro de automóviles, se encuentra que el 13,40% de las personas que sí lo tienen, son de estrato 2, con ingresos salariales entre 1 y 2 SMLV, con un nivel de educación secundario, la mayoría de ellos casados y mayores de 50 años, donde el 80,67% son hombres y el 19,32% son mujeres, y las personas que poseen un plan voluntario de salud, el 0,81% pertenecen al estrato 2, con ingresos salariales entre 1 y 2 SMLV, casados y mayores de 50 años, de los cuales el 52,44% son hombres y el 47,55% mujeres.

5.6 Percepción del consumidor de seguros sobre los seguros, las aseguradoras y los riesgos en Colombia

En un estudio realizado por Sinnetic (2017), donde para evaluar el perfil psicográfico del consumidor de seguros, realizaron una encuesta para determinar cuál era la perspectiva positiva y negativa tanto de los asegurados y los no asegurados frente a la adquisición de un seguro.

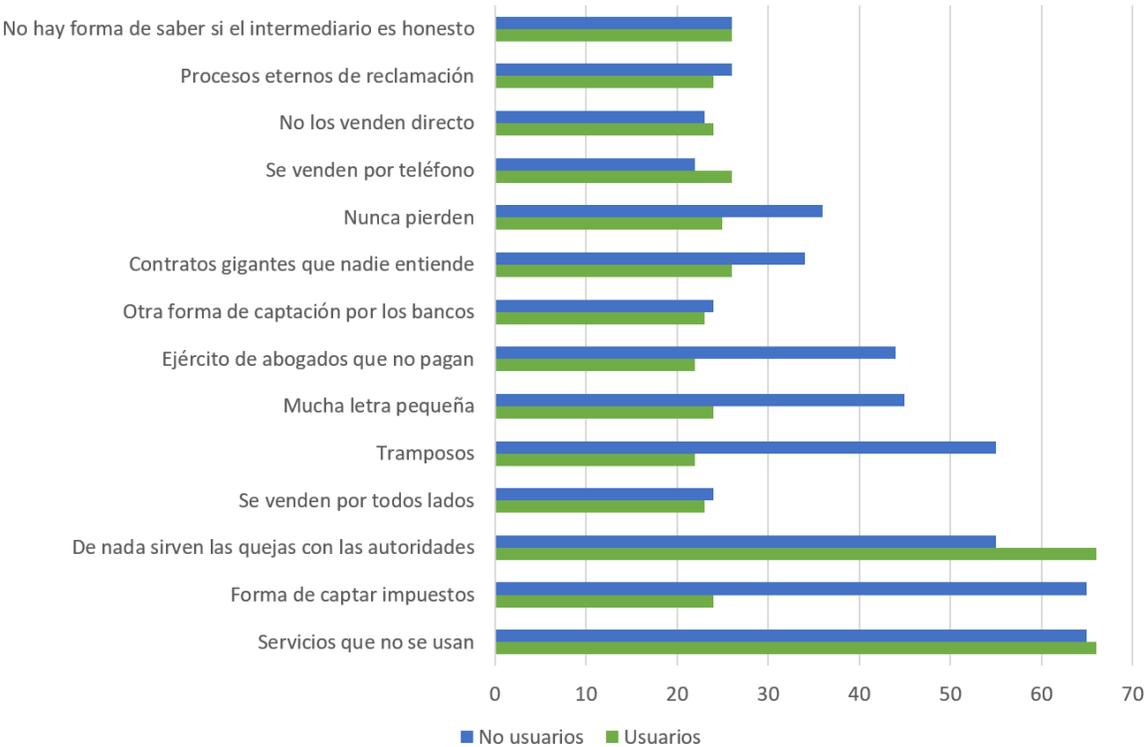


Figura 8. Perspectivas negativas frente al seguro y las compañías de seguros para el año 2016
Elaboración propia a partir de (Sinnetic, 2017)

De lo anterior, como se puede observar en la **Figura 8** y según el análisis realizado por Sinnetic (2017) se determinó que una de las barreras en la adquisición de seguros de los no asegurados es la concepción de que su utilidad es la de recaudar impuestos, esto debido a las condiciones que tienen los bancos de ofertar un seguro por el préstamo del servicio que ellos brindan.

Otro de los puntos débiles que se detectó sobre los seguros, es la percepción de complejidad que generan los clausulados como lo describe Sinnetic (2017). Dicho de otra manera, tanto los asegurados y los no asegurados se sienten confundidos con la versatilidad de los productos ofrecidos por las compañías aseguradoras y por la complicación que tienen al explicar sus condiciones.

Así mismo, los asegurados como los no asegurados se consideran desprotegidos ante el sector financiero y además piensan que las compañías de seguros cuentan con abogados para no tener que pagar por las reclamaciones, como se evidencia en el estudio de Sinnetic (2017).

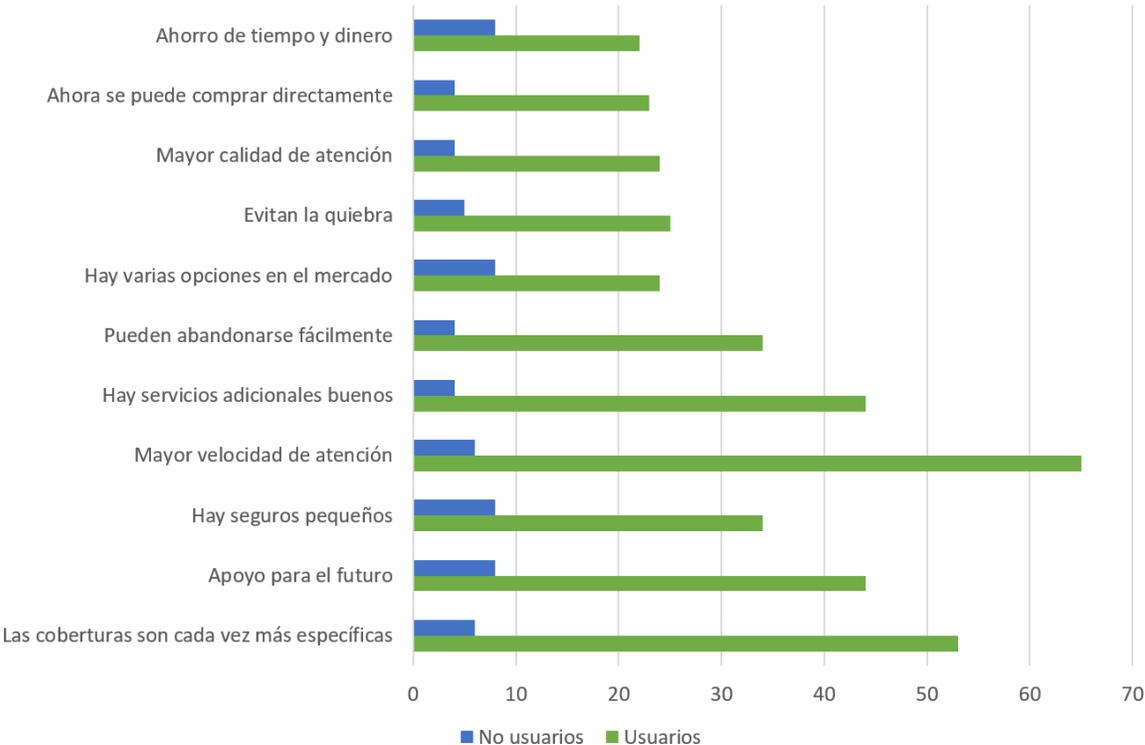


Figura 9. Perspectivas positivas frente al seguro y las compañías de seguros para el año 2016

Elaboración propia a partir de (Sinnetic, 2017)

En la **Figura 9** se evidencia que los consumidores reconocen las alternativas que actualmente ofrece el mercado tanto en productos como en las formas de financiamiento, es decir, que ya existen más

oportunidades de poder pagar seguros más pequeños, lo cual siempre ha sido un producto que demanda una alta inversión económica.

Para el año 2016 los usuarios ya se volvieron más conscientes del riesgo y aunque tienen claro que el seguro en muchos casos no paga el 100% del siniestro, como lo expone Sinnetic (2017) consideran el pago que realiza la compañía de seguros como la posibilidad de tener recursos para comenzar de nuevo.

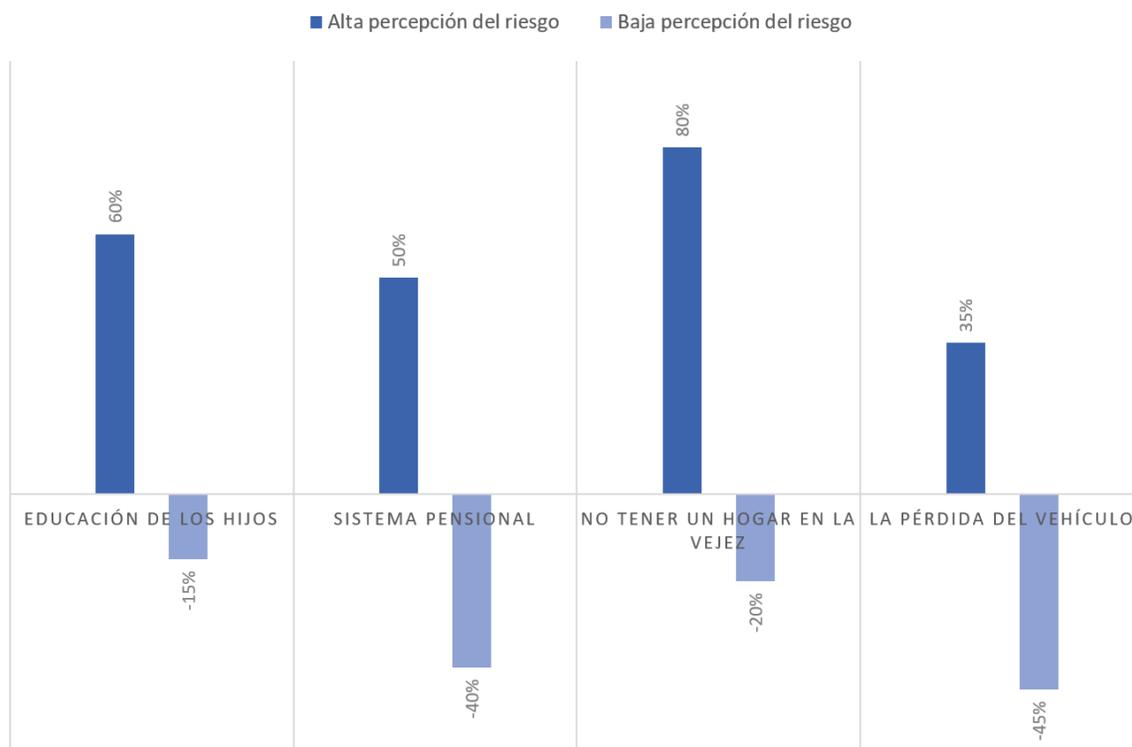


Figura 10. Percepción del riesgo

Elaboración propia a partir de (Sinnetic, 2017)

En cuanto a la percepción del riesgo, los resultados del estudio como lo muestra la **Figura 10** evidencian que para los usuarios de seguros los riesgos de mayor peso y presión son: la educación de los hijos donde para el 60% de los usuarios representa una alta percepción de riesgo y el 15% tienen una baja percepción de riesgo de este seguro, el sistema pensional donde para el 50% de los encuestados es de alto riesgo mientras que el 40% tienen baja percepción de este riesgo, no tener un hogar en la vejez es el riesgo que mayor percepción de riesgo tiene, con el 80% de los usuarios y en el caso de la pérdida del vehículo es el riesgo que tiene la percepción más baja con el 45% de los usuarios.

5.7 Cultura aseguradora

El concepto de cultura aseguradora es relativamente nuevo, el cual fue desarrollado por primera vez por Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015) donde lo define como:

El proceso por el cual los ciudadanos mejoran su comprensión de la actividad aseguradora, sus conceptos y riesgos y, a través de la información, la enseñanza y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza precisas para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades que ofrece el seguro, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y llevar a cabo cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar y seguridad. p.14

Lo cual permite que la población pueda contar con una garantía para enfrentar las consecuencias de los posibles acontecimientos, siendo conscientes de la existencia del riesgo. Actualmente no hay mucha confianza para la adquisición de un seguro, pero principalmente por el desconocimiento de sus beneficios y de su materialización; por esta razón, se necesita identificar sus cuatro dimensiones que, según Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015) son: conocimiento, uso, educación y previsión; dónde:

Conocimiento se da a entender por la comprensión del seguro y sus conceptos relacionados, donde se abordan temas sobre la utilidad que tiene para la población, los términos de seguros y en qué momento un seguro es obligatorio.

Uso, en otras palabras, saber cómo materializar el contrato en caso de un siniestro, quien puede vender seguros, donde puede acudir y consultar dudas e inquietudes, y conocer las consecuencias del mal uso de estos, es decir, de cometer fraude buscando sacar provecho de alguna reclamación en particular.

Educación, refiriéndose a la enseñanza, a la adquisición de información y al asesoramiento sobre los seguros hacia las personas, donde se puede analizar la efectividad de los métodos de transmisión del conocimiento hacia la población y como se puede mejorar para que sea más fácil de comprender y tomar conciencia.

Previsión, entendidas como las acciones que llevan a cabo en busca de la protección personal, la de sus familias y de sus patrimonios. Nos permite conocer que hace la población para sentirse seguros frente a un posible riesgo, cuanto están dispuestos a pagar por su seguridad y como ha o está preparando la jubilación.



Figura 11. Cultura Aseguradora y sus dimensiones

Elaboración propia a partir de (Serrano, Alcalá, & Rodríguez, 2015)

5.7.1 Índice de la cultura aseguradora (ICA)

El índice de la cultura aseguradora (ICA) ha sido creado y hasta ahora únicamente utilizado en España por Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015) para medir a través de indicadores cuantitativos las cuatro dimensiones, es decir, la cultura aseguradora en sí para poder compararla y mejorarla implementando herramientas que permitan tener un adecuado seguimiento para ver su evolución y obtener retroalimentación en el tiempo.

Así mismo, permite identificar los aspectos fuertes y los que no están tan desarrollados para así diseñar y ejecutar un plan de acción que puedan desarrollar todos los actores que intervienen en la venta y la compra de un seguro, en busca de la promover la cultura aseguradora y mejorando su nivel en la población.

Para el cálculo correcto del ICA se toman valores entre 0 y 100, como lo indica Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015), donde 0 significa que el nivel de cultura aseguradora es nulo, y 100 un amplio desenvolvimiento en el tema de los seguros; teniendo en cuenta la siguiente escala que nos presentan:

- De 0 a 33: Nivel bajo de cultura aseguradora
- De 34 a 66: Nivel medio de cultura aseguradora
- De 67 a 100: Nivel alto de cultura aseguradora

Con el objetivo de comprender y saber interpretar el fenómeno de cultura aseguradora, el cual, según Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015) “es complejo, polifacético y heterogéneo”; se calcula el ICA a nivel general considerando la población Manizaleña y a nivel específico por dimensiones para la obtención de resultados más específicos.

6. METODOLOGÍA

6.1 Tipo de investigación

La presente investigación tendrá un enfoque cuantitativo, debido a las características que presentan los objetivos establecidos, los cuales buscan medir y caracterizar la cultura aseguradora en la ciudad de Manizales, aplicando el Índice de Cultura Aseguradora (ICA). Con la obtención de datos específicos, se puede realizar un análisis profundo sobre cada dimensión: conocimiento, educación, uso y previsión para conocer la realidad actual del sector y proponer estrategias que promuevan la cultura aseguradora, teniendo en cuenta que es una investigación replicable en otras ciudades y reproducible a través del tiempo para evaluar la evolución y la efectividad de los métodos aplicados y las estrategias propuestas desde el primer momento.

6.2 Diseño

Por lo anterior, el diseño de esta investigación será de campo, ya que se utilizarán encuestas para la recolección de los datos, esperando resultados que se puedan tabular y de esta forma sacar las estadísticas que se necesitan para hacer un análisis profundo y preciso sobre la Cultura Aseguradora.

6.3 Población

Esta investigación se realizará en la ciudad de Manizales, teniendo en cuenta datos demográficos esenciales para la medición y caracterización de la Cultura Aseguradora como el estrato socioeconómico, el género, la edad, y la ocupación de los encuestados; además de las preguntas estandarizadas para obtener los resultados esperados.

De 398.830 habitantes que viven en la ciudad de Manizales según la Alcaldía de Manizales (2017), 290.010 de ellos son mayores de 20 años, los cuales son el grupo de interés de esta investigación.

6.4 Muestra

Teniendo en cuenta que 290.010 son los habitantes mayores de 20 años de Manizales. Con un nivel de confianza del 95%, de error del 7% y con una heterogeneidad del 50%, la muestra será de 196 habitantes, es decir, encuestas a aplicar.

6.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información

La técnica de recolección de datos que se va a utilizar será la aplicación de encuestas a la muestra que se determinó, analizada a través de Epi Info. En la cual, se cuestionó sobre el conocimiento, el uso, la educación y la previsión que tiene la población de Manizales en materia de seguros, para así calcular el Índice de la Cultura Aseguradora, la autopercepción de los consumidores de seguros sobre el nivel de cultura aseguradora y los aspectos demográficos de estos.

Teniendo en cuenta que la encuesta es una herramienta que permite sistematizar y tabular los datos con confiabilidad y precisión. Las preguntas del cuestionario divididas por dimensión fueron las siguientes:

Tabla 1. Preguntas cuestionario Cultura Aseguradora

DIMENSIÓN	PREGUNTAS
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y SOCIOECONÓMICAS	¿Qué edad tiene?
	¿Cuál es su género?
	¿Cuál es el nivel de estudios más elevado que usted ha terminado?
	¿A que se dedica en la actualidad?
	¿En qué tramo se encuentra el total de ingresos mensuales netos de su hogar?
	¿Tiene contratado algún seguro usted o su hogar (personas con las que convive)?
	Del siguiente listado de seguros, indique los que tiene contratados o qué ha contratado en alguna ocasión usted o su hogar (personas con las que convive).
CONOCIMIENTO	¿Para qué sirve un seguro?

	¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?
	¿Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros?
USO	¿Quién puede vender un seguro?
	¿A quién perjudica más el fraude en el seguro?
	¿Dónde acudiría si tuviera que hacer una reclamación? ¿Qué haría en caso de un siniestro?
EDUCACIÓN	¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros?
	¿Qué método es más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros?
	¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros en la población?
PREVISIÓN	¿Qué haría para protegerse, proteger a su familia y su patrimonio de un posible riesgo?
	¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?
	¿Qué ha hecho o está haciendo para preparar su jubilación?

El índice de Cultura Aseguradora se comprende en un valor entre 0 y 100, siendo un nivel de cultura aseguradora nula los valores aproximados a 0, y los que se acercan más a 100, un nivel de cultura muy alto, demostrando conocimiento extenso sobre la materia de los seguros. Considerando que los factores que establecieron los puntos a la hora de evaluar cada pregunta y dimensión fueron pensados profundamente por un panel de expertos en el tema, como fue expuesto en Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015).

El puntaje de las preguntas del cuestionario se calculan entre 0 y 1, puntuando de forma positiva un nivel mayor de cultura aseguradora y 0 como un nivel bajo. Estos puntajes fueron determinados dependiendo del planteamiento de cada pregunta y sus opciones de respuestas, dividiéndose en:

- Preguntas de selección múltiple con única respuesta (Pregunta 1, y de la 5 a la 12): Cada respuesta tiene un puntaje de 0 a 1, indicando un mayor o menor grado de cultura aseguradora.
- Preguntas de afirmación o negación (Si o no) (Preguntas 2 y 4): Los puntajes se establecen en ambas respuestas correspondientes a la acertada como 1 y la no acertada como 0.
- Preguntas de conocimiento (Pregunta 3): Las respuestas a las preguntas sobre los conceptos básicos, las correctas se puntúan con 1 y las que no con 0.

Los resultados por pregunta, van a permitir calcular el índice por dimensión normalizando los puntajes de 0 a 100 y por promedio ponderado y por consiguiente, calcular el ICA general por promedio ponderado también.

En **Anexo 1**. Se puede observar el cuestionario de Cultura Aseguradora tomado de Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015), con los puntajes correspondientes.

7. RESULTADOS

La encuesta fue aplicada a 196 personas de la ciudad de Manizales, de los cuales el 43,4% eran hombres y el 52,6% mujeres como se puede observar en la **Figura 12**; el 52,55% de ellos ubicados

en un rango de edad entre los 20 y 39 años, el 44,4% entre los 40 a 64 años y el 3,1% mayores de 65 años.

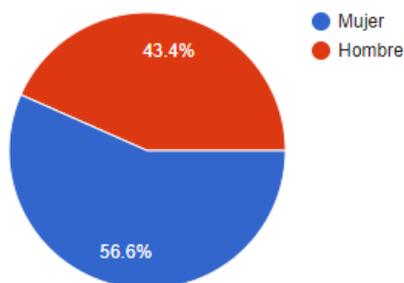


Figura 12. Resultados por género
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura

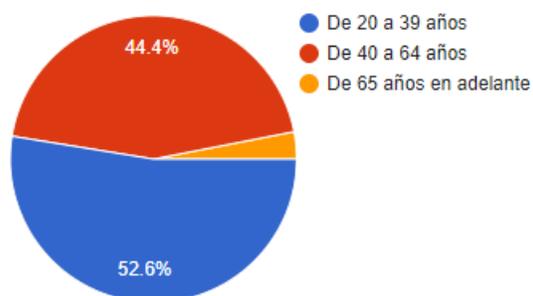


Figura 13. Resultados por rangos de edad
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

También se tuvo en cuenta el nivel académico de cada uno como lo muestra la **Figura 14**, donde el 38,3% manifestaron tener un postgrado, el 31,6% pregrado, el 14,3% estudio técnico, el 9,2% bachillerato y el 6,6% restantes declararon haber estudiado un tecnológico. En cuanto a la ocupación como lo muestra la **Figura 15**, el 74,5% se encontraban trabajando, el 10,2% eran estudiantes, el 6,6% se encontraba buscando empleo, el 4,6% dedicados a las labores del hogar y el 4,1% restantes eran jubilados.

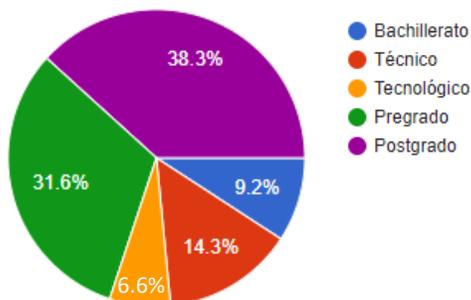


Figura 14. Resultados por nivel académico
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

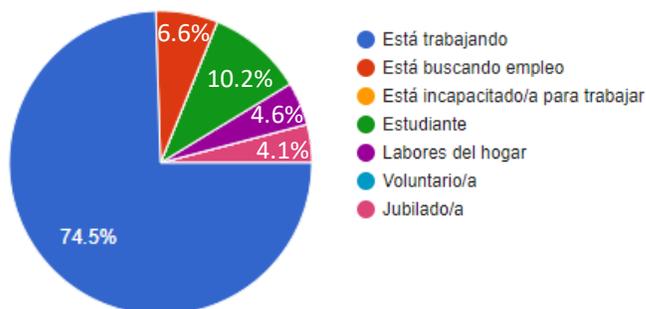


Figura 15. Resultados por ocupación
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

De la población encuestada, el 26,5% eran pertenecientes al estrato 6, el 24,5% al 3, el 23,5% al 4, el 16,8% al 5, y el 8,7% al estrato 2 como se puede observar en la **Figura 16**, teniendo en cuenta que el 30,6% de los ingresos totales del hogar oscilaban entre los \$3'000.000 a los \$5'000.000 de pesos, el 28,6% entre \$1'201.000 y \$2'900.000, el 26% tenía ingresos mayores a 5'000.000 mientras que el 14,8% manifestaron tener ingresos menores que \$1'200.000 como lo muestra la **Figura 17**.

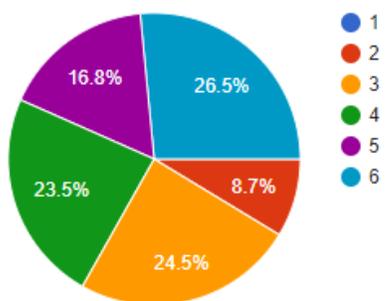


Figura 16. Resultados por estrato socioeconómico
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

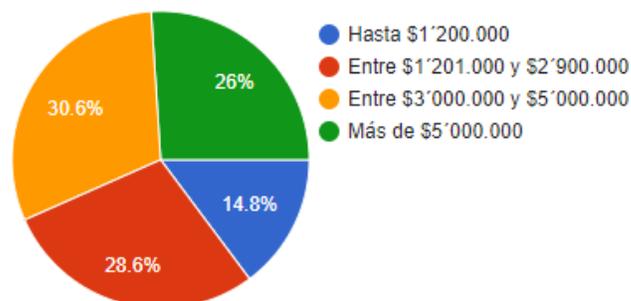


Figura 17. Resultados por ingresos mensuales netos
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Del total de los encuestados, el 64,3% declaró tener actualmente seguros obligatorios y al menos un seguro no obligatorio, el 21,4% solo tiene seguros obligatorios mientras que el 14,3% manifestó no tener ninguno como se puede observar en la **Figura 18**. Adicionalmente, el 45,92% ha contratado alguna vez en la vida un seguro de hogar, el 66,84% un seguro de salud, el 68,88% un seguro de vida, el 47,96% un seguro de muerte, el 76,53% un seguro de automóviles, el 50,51% un seguro de accidentes, el 14,80% un seguro para el celular o Tablet, el 38,27% un seguro de ahorro o pensión, el 2,04% un seguro de dependencia y el 38,78% un seguro de viajes.

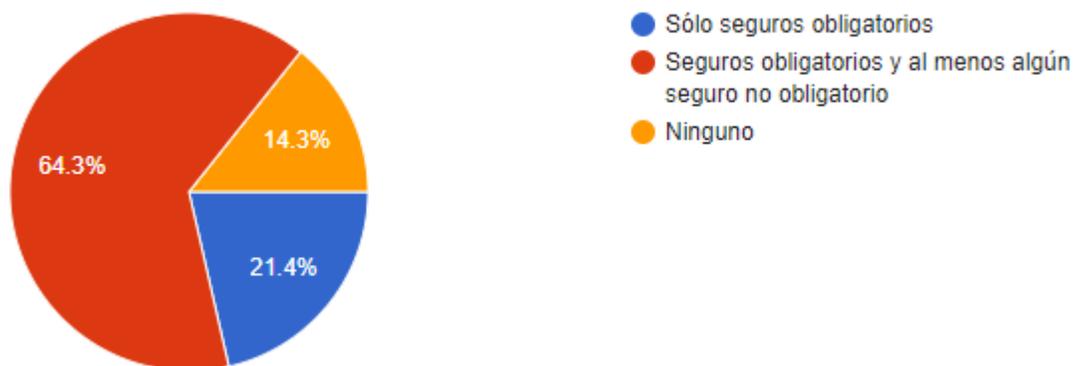


Figura 18. Seguros Obligatorios
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Para la dimensión de conocimiento se realizaron 3 pregunta que engloban los conceptos básicos que una persona debe saber sobre el tema de los seguros donde el 64,3% de los encuestados consideran que la utilidad de un seguro como lo muestra la **Figura 19** es proteger sus bienes y/o su familia ante sucesos inciertos, el 21,9% es para cubrir todos sus riesgos, el 12,2% manifestaron que

sirve para evitar posibles situaciones de riesgo, el 0,51% para compensar económicamente un suceso negativo y de igual forma el otro 0,51% para penalizar a los causantes de un siniestro.



Figura 19. Utilidad del Seguro

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

En cuanto al conocimiento concreto sobre cuando es obligatorio contratar un seguro, se evidenció que la mayoría con el 37,76% piensa que se requiere solo para conducir un vehículo, mientras que el 14,80% opina que además de que se necesita para conducir un vehículo, también es obligación tenerlo para prestar un servicio de transporte público y para contratar una hipoteca; y el 14,80% solo para solo para conducir un vehículo y prestar un servicio de transporte público.

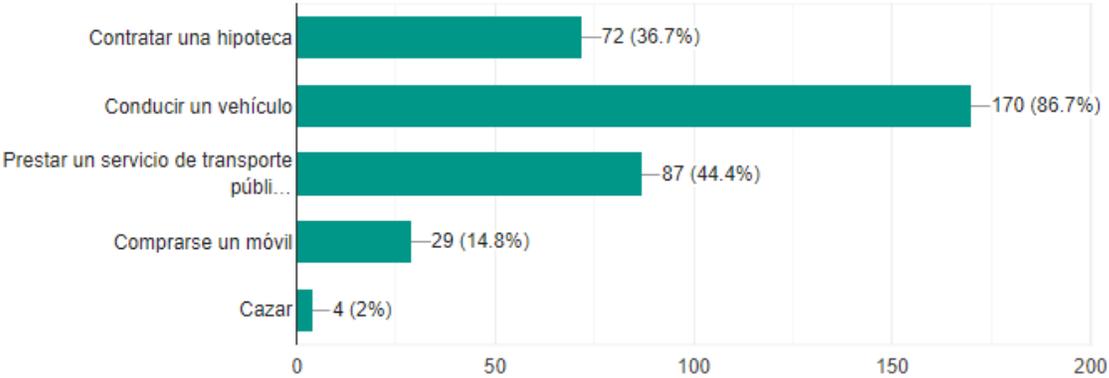


Figura 20. Actividades donde se requiere de un seguro obligatorio

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Adicionalmente, el 90,31% de los encuestados como lo muestra la **Figura 21** considera que el tomador es la persona que contrata el seguro mientras que el 3,06% piensa que es el profesional que asesora sobre seguros, otro 3,06% piensa que es la persona que vende el seguro, el 2,04% que es la entidad aseguradora y el 1,53% que es la persona que vende seguros de otro por comisión.



Figura 21. Definición de Tomador

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

En cuanto a la definición de póliza, la mayoría con el 73% mencionó que era el contrato de seguro, el 13,3% considera que es el conjunto de bienes asegurados y el 10,2% que es la cantidad que recibe el asegurado cuando se produce un siniestro. A la “Prima” el 60,2% la definen como la aportación económica que realiza el asegurado a la compañía de seguros, el 26,5% como la cantidad máxima que va a pagar la aseguradora en caso de siniestro, el 6,63% el valor del bien que ha sufrido el siniestro y el 5,61% la definen como el nivel de protección de los bienes.



Figura 22. Definición de Póliza

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019



Figura 23. Definición de Prima

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

La franquicia es un concepto al cual el 54,1% considera como la entidad autorizada para el ejercicio de la actividad aseguradora, el 16,3% como una cantidad por la cual el asegurado es su propio asegurador, el 12,2% como la entidad aseguradora, el 9,7% como el valor del bien asegurado y el 7,7% como el organismo de inspección y supervisión de la actividad aseguradora. La exclusión fue un concepto que para el 81,1% significan los riesgos que no están incluidos en las coberturas de la póliza, para el 11,2% el conjunto de bienes no asegurados, para el 5,10% las condiciones particulares y para el 1,53% los riesgos a los que un hogar está expuesto.



Figura 24. Definición de Franquicia
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019



Figura 25. Definición de Exclusiones
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

En la dimensión uso el 2,55% considera que una notaría puede vender seguros mientras que el 87,24% un corredor de seguros y de igual manera el 97,45% piensa que puede hacerlo una compañía de seguros, el 25% que en internet se puede vender y el 9,69% una asociación de consumidores. En el caso de fraude como se puede observar en la **Figura 26**, el 42,3% considera que el mayor perjudica son la compañía de seguros y los asegurados, el 27,6% piensa que, al defraudador, el 25,5% opina que solo sale perjudicada la compañía aseguradora y el 4,08% a la persona que vendió el seguro.

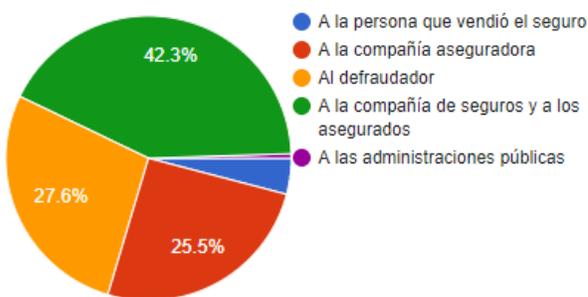


Figura 26. Perjuicio por Fraude
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019



Figura 27. Reclamación
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Para hacer una reclamación a la hora de un siniestro, la **Figura 27** muestra que el 83,2% se dirigiría a la propia compañía de seguros o a su agente de seguros, el 5,79% solo acudiría a la propia compañía de seguros, el 5,26% iría a la Superintendencia de Industria y Comercio, el 3,68% hacia una asociación de consumidores y usuarios de seguros mientras que el 1,05% a una Comisaría de Policía y el otro 1,05% restante acudiría a un banco.

En la dimensión Educación, el 42,9% dijo que había adquirido sus conocimientos sobre seguros a través de la experiencia personal, el 19,9% declaró no saber de seguros, mientras que otro 19,9% dice haber aprendido por medio de su agente de seguros y el 1,53% restante manifestó que sabe gracias a sus estudios superiores como se puede observar en la **Figura 28**. Con relación a lo anterior,

el 60,5% de los encuestados considera que el mejor método de aprendizaje sobre el tema sería asesorándose con un intermediario de seguros, el 19,5% que sería mejor a consultando materiales diversos (internet, libros u otros), al 9,2% no le interesa ampliar sus conocimientos acerca de los seguros, el 6,67% preguntando a familiares o amistades, el 3,08% opina que los anteriores son buenas estrategias mientras que el 1,03% manifiesta que el mejor método sería aprender por medio de la asistencia a cursos especializados como lo muestra la **Figura 29**.



Figura 28. Adquisición de conocimientos de seguros

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019



Figura 29. Métodos para mejorar la educación

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Según el 36,22% de los encuestados, los más interesados en educar a la población en materia de seguros son los organismos reguladores del sector del seguro, seguido por el 35,20% que opina que son las asociaciones o colegios profesionales y/o compañías aseguradoras, mientras que el 10,71% dice que los más interesados son los usuarios de seguros, para el 9,69% son las asociaciones de usuarios de seguros y para el 8,16% restante es el sistema educativo.

En la dimensión previsión, el 77,6% contrataría un seguro para proteger a su familia en caso de riesgo, el 13,8% evitaría al máximo cualquier situación de riesgo, el 5,61% ahorraría para subsanar los posibles daños futuros, el 1,53% instalaría una alarma en casa mientras que el 1,53% restante declaró que no haría nada y asumiría las consecuencias. Adicionalmente, los resultados de la encuesta evidenciaron que el 23,98% gasta entre \$1'100.000 y \$2'000.000 en seguros, el 21,43% más de \$3'000.000, el 15,31% menos de \$500.000, el 13,27% entre \$501.000 y \$1.000.000; el 11,22% entre \$2'100.000 y \$3'000.000 mientras que el 8,67% dice no gastar nada en temas de seguros y el 6,12% lo estrictamente necesario para seguros obligatorios.



Figura 30. Opciones de Protección
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

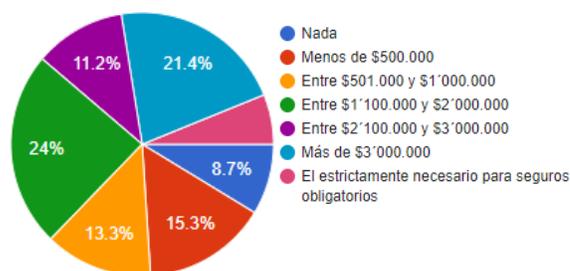


Figura 31. Gasto Anual en Seguros
Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

En cuanto a la previsión frente a la jubilación, el 61,73% se encuentra cotizando a la Seguridad Social para cobrar una pensión, el 17,86% está combinando la cotización a la Seguridad Social y un producto privado, el 10,71% no se lo ha planteado todavía, el 6,12% está comprando bienes como joyas, cuadros, vivienda u otros mientras que el 3,57% restantes se encuentra ahorrando.



Figura 32. Preparación para la Jubilación

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

ÍNDICE DE CULTURA ASEGURADORA

Tabla 2. Proceso de ponderación de los indicadores base, por dimensiones y del ICA global

ÍNDICE DE CULTURA ASGURADORA			
DIMENSIONES	INDICADORES	INDICES (0 – 100)	
		Indicador Base	Dimensión
CONOCIMIENTO	¿Para qué sirve un seguro?	56,51	44,34
	¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?	28,69	
	¿Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros?	38,08	
USO	¿Quién puede vender un seguro?	90,25	76,09
	¿A quién perjudica más el fraude en el seguro?	31,75	
	¿Dónde acudiría si tuviera que hacer una reclamación? ¿Qué haría en caso de un siniestro?	77,75	
EDUCACIÓN	¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros?	31,30	39,39
	¿Qué método es más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros?	51,33	

	¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros en la población?	24,98	
PREVISIÓN	¿Qué haría para protegerse, proteger a su familia y su patrimonio de un posible riesgo?	69,42	52,68
	¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?	13,96	
	¿Qué ha hecho o está haciendo para preparar su jubilación?	34,83	
ICA - GENERAL			56,86

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Según los resultados de la encuesta de Cultura Aseguradora aplicada en la ciudad de Manizales, se calculó el índice general de cada dimensión teniendo en cuenta los indicadores base de cada pregunta (anexas al final del documento). Los indicadores base fueron establecidos por grado de relevancia y asertividad de la respuesta a cada pregunta específica partiendo de una cultura aseguradora muy alta.

Luego de hacer los cálculos pertinentes, se pudo determinar que el índice de la dimensión CONOCIMIENTO es 44,34, ubicándose en un nivel medio en la escala del ICA; la dimensión USO es de 76,09 siendo un nivel alto, la dimensión EDUCACIÓN consolidándose con un 39,99 siendo un nivel medio y la dimensión PREVISIÓN con un 52,68 ubicándose en un nivel medio. Después de sacar el promedio ponderado de los índices de cada dimensión, se pudo determinar que el ICA general de la ciudad de Manizales es de 56,86 siendo un nivel medio.

Lo anterior, evidenció que la dimensión más fuerte es la de USO, donde los consumidores de seguros saben a quién recurrir en caso de un siniestro o una duda, como materializar el seguro, quien puede venderlos y las consecuencias de cometer fraude para sacar ventajas de una reclamación. Mientras que la dimensión más débil es la de EDUCACIÓN, debido a que no hay certeza donde se puede adquirir información acerca de los seguros ni de cómo mejorar los métodos de enseñanza para mejorar la transmisión del conocimiento y la conciencia de la importancia de contratar estos.

A continuación, se analizaron los resultados de la adquisición de seguros según distintos aspectos demográficos. La herramienta que se utilizó para la tabulación de los datos y la medición de la frecuencia fue Epi Info.

Adquisición de seguros con relación al género:

Tabla 3. Seguros adquiridos por género

SEGURO	HOMBRE	MUJER
Accidentes	49,41%	51,35%
Automóviles	69,41%	81,98%
Ahorro/Pensión	31,76%	43,24%
Celular, Tablet	10,59%	18,02%
De muerte	50,59%	45,95%
De dependencia	1,18%	2,70%

Salud	62,35%	70,27%
Vida	67,09%	70,27%
Viajes	28,24%	46,85%
Hogar	31,76%	56,76%

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Se pudo evidenciar en la **Tabla 3.** que son las mujeres quienes han adquirido más seguros de cada categoría que en el caso de los hombres, esto debido a que la percepción que tienen sobre la utilidad del seguro es diferente teniendo en cuenta que comúnmente los hombres tienden a sentir que no necesitan un respaldo porque no les va a pasar nada además de no tener el aporte económico que se requiere en su presupuesto normal, mientras que las mujeres son más tendientes a sentirse más expuestas y a ser más precavidas frente a la incertidumbre.

Se puede notar que la única excepción donde el hombre supera a la mujer por una diferencia del 4,64% es en cuanto a la adquisición de un seguro de muerte, considerando que históricamente siempre han sido los hombres quienes han previsto por su familia, demostrando que hay más preocupación por su parte en dejar a su familia protegida económicamente en caso de llegar a morir.

El seguro de dependencia es el menos utilizado por los encuestados de ambos géneros, teniendo en cuenta que es el menos común en Colombia. También se pudo observar que los seguros más adquiridos por los manizaleños son los de automoviles, vida y salud, donde se puede concluir que tanto para los hombres y las mujeres de la ciudad de Manizales es más importante asegurar el automovil que el hogar y en cuestiones de prioridad sigue el Seguro de vida y por ultimo el de salud.

Adquisición de seguros con relación al estrato al que pertenecen:

Tabla 4. Seguros adquiridos por estrato socioeconómico

SEGURO	ESTRATO 2	ESTRATO 3	ESTRATO 4	ESTRATO 5	ESTRATO 6
Accidentes	35,29%	29,17%	60,87%	57,58%	61,54%
Automóviles	52,94%	16,67%	30,43%	39,39%	65,38%
Ahorro/Pensión	11,76%	56,25%	80,43%	90,91%	90,38%
Celular, Tablet	23,53%	8,33%	17,39%	24,24%	13,46%
De muerte	0%	41,67%	58,70%	51,52%	50%
Dependencia	0%	2,08%	2,17%	3,03%	1,92%
Salud	52,94%	43,75%	76,09%	63,64%	86,54%
Vida	47,06%	54,17%	34,78%	69,70%	82,69%
Viajes	5,88%	20,83%	76,09%	45,45%	65,38%
Hogar	0%	25%	47,83%	60,61%	69,23%

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Con los resultados obtenidos en la relación entre la adquisición de un seguro y el estrato del encuestado, se pudo determinar que aunque el estrato no infiera notablemente en la decisión de compra si existen diferencias en el establecimiento de las prioridades de los consumidores teniendo en cuenta el estrato en el que se encuentran, por ejemplo, como se evidencia en la **Tabla 4.** el

estrato 2 con el 23,53% prefiere pagar un seguro de celular que por uno de ahorro/pensión con el 11,76% mientras que por el contrario, el estrato 6 con un 90,38% considera más importante en invertir en un ahorro/pensión y solo el 13,46% en un seguro para su celular o Tablet.

Añadiendo a lo anterior, el estrato 2 es el que menos categorías de seguros adquiere. Sin embargo, es segundo estrato que después del 6, ha obtenido más seguros de automóviles que el resto.

Al compararlo con la relación entre el gasto anual en seguros y el estrato al que pertenece la persona, se pudo encontrar que el 23,53% del estrato 2 gasta menos de \$500.000 y en igual proporción gasta entre \$1'100.000 y \$2'000.000 y lo estrictamente necesario para seguros obligatorios. El 29,17% del estrato 3 gasta menos de \$500.000, el 23,83% gasta entre \$1'100.000 y \$2'000.000, el 16,67% gasta entre \$501.000 y \$1'000.000, mientras que el otro 16,67% declaró no gastar nada en seguros y solo el 8,33% gasta entre \$2'100.000 y \$3'000.000.

En el estrato 4, el 28,26% gasta entre \$1'100.000 y \$2'000.000, el 17,39% gasta más de \$3'000.000, el 15,22% gasta menos de \$500.000 y el otro 15,22% entre \$501.000 y \$1'000.000, el 10,87% gasta entre \$2'100.000 y \$3'000.000. En el caso del estrato 5, el 27,27% gasta entre \$1'100.000 y \$2'000.000, el 24,24% entre \$2'100.000 y \$3'000.000, el 18,18% más de \$3'000.000 y el otro 18,18% gasta entre \$501.000 y \$1'000.000. Mientras que las personas pertenecientes al estrato 6, el 50% gasta más de \$3'000.000, el 21,15% gasta entre \$1'100.000 y \$2'000.000 y el 9,62% entre \$2'100.000 y \$3'000.000.

Adquisición de seguros con relación al nivel académico:

Tabla 5. Seguros adquiridos por nivel académico

SEGURO	POSTGRADO	PREGRADO	TECNOLOGICO	TÉCNICO	BACHILLERATO
Accidentes	58,67%	45,16%	38,46%	46,43%	50%
Ahorro/Pensión	48%	37,10%	23,08%	28,57%	27,78%
Automóviles	96%	77,42%	46,15%	64,29%	33,33%
Celular, Tablet	21,33%	14,52%	7,69%	3,57%	11,11%
De muerte	58,67%	41,94%	69,23%	32,14%	33,33%
Dependencia	1,33%	1,61%	0%	3,57%	5,56%
Salud	80%	66,13%	61,54%	42,86%	55,56%
Vida	73,33%	70,97%	76,92%	50%	66,67%
Viajes	53,33%	50%	15,38%	7,14%	5,56%
Hogar	58,67%	56,45%	15,38%	17,86%	22,22%

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Se pudo observar que hay una diferencia notable entre los 2 primeros niveles académicos y la adquisición de estos seguros ya que es mayor en los que tienen postgrado, continuando con los que han cursado un pregrado, mientras que, en el caso de los niveles tecnológicos, técnicos y bachilleres no hay relevancia para la compra de un seguro. Lo anterior, se puede reafirmar con los resultados de la dimensión conocimiento donde se tabularon las respuestas correctas de los conceptos de póliza, tomador, utilidad del Seguro, cuando se necesita un seguro obligatorio, prima, franquicia, exclusiones, fraude y reclamación teniendo en cuenta el nivel académico.

Tabla 6. Conocimiento sobre seguros por concepto y nivel académico

CONCEPTO	POSTGRADO	PREGRADO	TECNOLOGICO	TÉCNICO	BACHILLERATO
Utilidad del seguro	90,54%	87,1%	92,31%	78,57%	77,78%
Seguro Obligatorio					
Tomador	96%	93,55%	84,62%	82,14%	72,22%
Póliza	90,67%	62,90%	53,85%	75%	44,44%
Prima	61,33%	56,45%	53,85%	67,86%	61,11%
Franquicia	9,33%	16,13%	23,08%	28,57%	22,22%
Exclusiones	86,67%	77,42%	69,23%	78,57%	83,33%
Fraude	38,67%	48,39%	38,46%	42,86%	38,89%
Reclamación	91,78%	93,45%	75%	76,92%	88,89%

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Como se analizaba anteriormente, y como lo muestra la **Tabla 6.** el nivel académico no tiene relevancia en el proceso de la decisión de compra de un seguro ya que no hay inferencia entre tener un conocimiento especializado y la adquisición de seguros como usualmente se pensaría que entre más conocimiento, más conciencia y sensibilización en el tema de los seguros y de esta forma más adquisición de estos.

AUTOPERCEPCIÓN DEL NIVEL DE CULTURA ASEGURADORA

De acuerdo con los resultados de la encuesta de cultura aseguradora aplicada en la ciudad de Manizales, la población considera que su nivel de cultura aseguradora es medio - bajo, más específicamente, el 46,43% de los encuestados considera que es medio y el 21,43% que es un nivel bajo. Adicionalmente 10,71% de la población lo calificó como muy bajo, mientras que el 15,82% considera que tiene un nivel alto y solo el 5,61% le dio una puntuación muy alta.

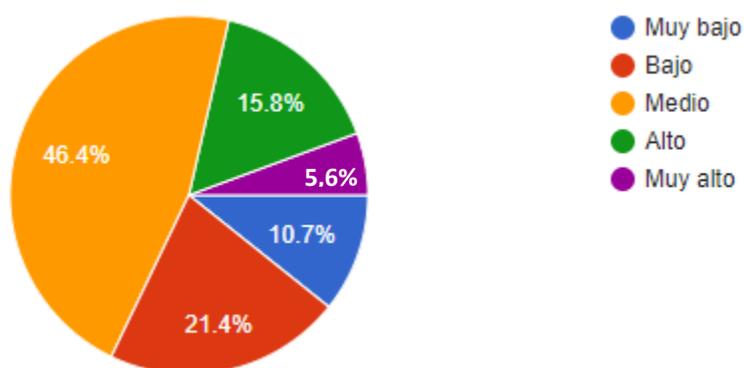


Figura 33. Autopercepción del nivel de cultura aseguradora. Porcentaje sobre el total de personas

Elaboración propia a partir de la encuesta de cultura aseguradora 2019

Al evaluar la autopercepción de la población teniendo en cuenta el género se puede evidenciar que la autoevaluación que tienen las mujeres de su nivel de cultura aseguradora es solo un poco mayor a la de los hombres, donde en una escala de 1 a 5 la puntuación media de ellas es de 1,08 mientras que el de ellos es de 1,06. Lo anterior debido a que fueron más las mujeres que calificaron su nivel de cultura aseguradora como muy alta (8,11%) mientras que fueron más los hombres quienes se consideran con un nivel alto (18,82%).

Por otro lado, es mayor la proporción de mujeres que piensan que su nivel de cultura aseguradora es bajo y muy bajo, el 23,42% y 11,71% respectivamente frente al 18,82% y 9,41% de los hombres. Un resultado que es nivelado por el 50,59% de los hombres y el 43,24% de las mujeres que dieron una puntuación media.

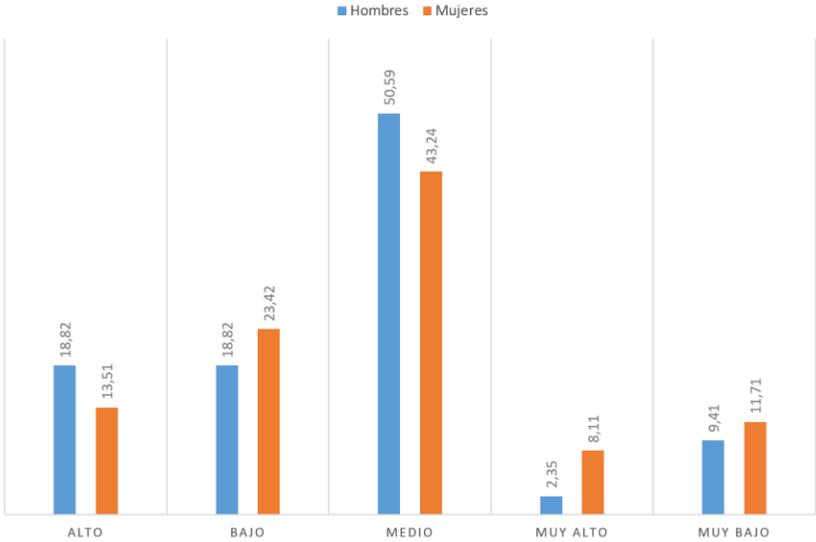


Figura 34. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por género. Porcentaje sobre el total de personas de cada género

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Cuando la autopercepción se distingue por edades, se puede ver que las personas mayores de 65 años son los que consideran que tienen un nivel de cultura aseguradora alto y muy alto con un porcentaje del 33,33% y del 16,67% respectivamente, seguido por la población entre los 40 a los 64 años y finalizando con los más jóvenes entre los 20 a 39 años, lo que quiere decir que la autoevaluación de nivel de cultura aseguradora en Manizales es mayor entre la población más grande en edad y va descendiendo con relación a la juventud.

Por otro lado, llama la atención que los resultados de la autovaloración también muestran que pasa el mismo fenómeno que sucede entre el nivel alto y muy alto de cultura aseguradora con relación a la edad de forma inversa con el nivel bajo y muy bajo, donde ya son los jóvenes entre 20 y 39 años los que consideran en mayor proporción que su nivel de cultura es bajo y muy bajo con 23,30% y 13,59% respectivamente frente a al 16,67% de la población de 65 años en adelante que dieron una puntuación baja.

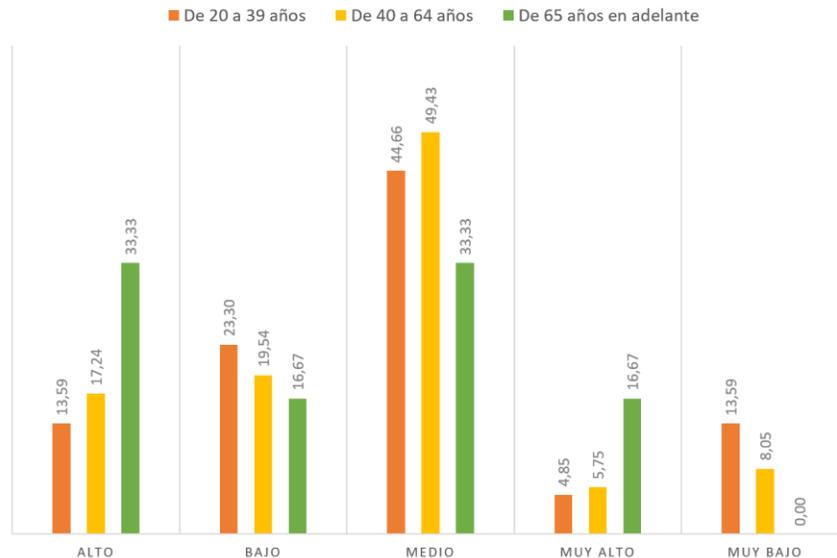


Figura 35. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por edad. Porcentaje sobre el total de personas de cada rango de edad

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Al cruzar variables como el nivel más alto de escolaridad y la autopercepción se puede identificar que la población de Manizales que considera que mayor nivel de cultura aseguradora tiene son los que han estudiado una tecnología ya que en una escala de 1 a 5 la puntuación media de ellos es de 1,54 frente al 1,2 de los que realizaron postgrado. Lo anterior debido a que fueron más los tecnólogos los que calificaron su nivel tanto como alto y muy alto con el 15,38% y 15,38% respectivamente frente al 18,67% y 5,33% de los que realizaron postgrado.

Por otro lado, llama la atención que también fueron los tecnólogos los que en mayor proporción consideran que tienen un nivel de cultura aseguradora bajo y muy bajo, con una puntuación media en una escala de 1 a 5 de 2,69 frente al 2,32 de los que han realizado una técnica.

Estos resultados son compensados por el 50,67% y 50% de los que han estudiado un postgrado y un pregrado respectivamente quienes calificaron su nivel de cultura aseguradora como medio.

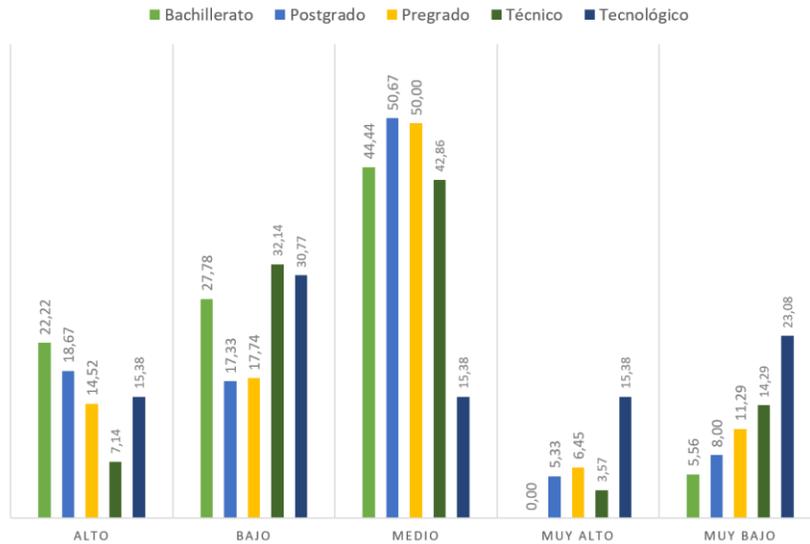


Figura 36. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por nivel más alto de escolaridad. Porcentaje sobre el total de personas de cada nivel de escolaridad

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Cuando se analiza la autopercepción haciendo la distinción por estrato socioeconómico se puede evidenciar que el estrato 6 es que el que considera que mayor nivel de cultura aseguradora tiene ya que fueron más los que calificaron un nivel alto y muy alto con un 21,15% y 13,46 respectivamente, seguido por el estrato 5 con el 18,18% nivel muy alto y 9,09% nivel alto. Lo que nos permite deducir que la autovaloración del nivel de cultura aseguradora es mayor entre más alto el estrato y descende con la disminución del estrato.

El estrato 2 el que en mayor proporción considera que su nivel de cultura aseguradora es el más bajo con una puntuación media en una escala de 1 a 5 del 2,35 debido a que fueron los que más calificaron su nivel en bajo y muy bajo con el 35,29% y 11,76% respectivamente. Seguido por el 2,29 del estrato 3 frente al 0,86 como puntuación media del estrato 6.

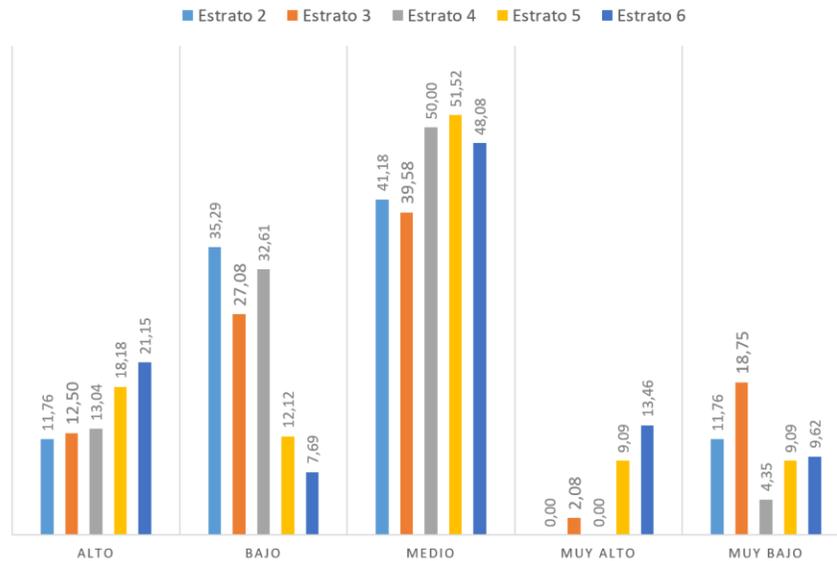


Figura 37. Autopercepción de nivel de cultura aseguradora por estrato socioeconómico. Porcentaje sobre el total de personas de cada estrato

Elaboración propia a partir de la encuesta de nivel de cultura aseguradora 2019

Se pudo evidenciar que los resultados de este trabajo son coherentes a los estudios que se han realizado recientemente sobre seguros en Colombia, donde también se resaltó la conciencia inmediatista que tiene el país como lo había descrito Vergara (2008). Manizales es una ciudad que tiene una Cultura Aseguradora Media, considerando el ICA, la autopercepción que tienen los consumidores de seguros frente a su nivel de cultura aseguradora y la adquisición de seguros en los hogares manizaleños. A pesar de que es una población que demuestra buenos resultados a cerca de las dimensiones cuestionadas (Conocimiento, Uso, Educación y Previsión), le hace falta mucha cultura y conocimientos más profundos sobre el tema, teniendo en cuenta que a pesar de que a través del tiempo se ha ido sensibilizando sobre la importancia de trasladar los riesgos a las aseguradoras para proteger la familia y el patrimonio de estos, es notoria la falta de conocimiento más profundo sobre conceptos básicos en materia de seguros y que además no hay certeza de donde y como se puede adquirir oportunamente mejor información para combatir las perspectivas negativas que tienen las personas ya sea por malas experiencias anteriores o por un voz a voz dañino.

Se pudo evidenciar también la falta de previsión de la población, teniendo en cuenta que la mayoría de las personas no piensan en ahorrar ni en proteger su futuro o el de su familia porque no tienen un pensamiento planificador, sino que inmediato; y adicionalmente, no hay claridad en la materialización del seguro y es una de las razones por las cuales las personas no confían en la efectividad y utilidad de este.

Se pudo observar que los aspectos demográficos de las personas influyen en las prioridades que establecen en la vida, por ejemplo, mientras que para el estrato 2 es preferible y más importante tener asegurado el celular, para el estrato 6 le es más importante tener un seguro de pensión, o que la mayoría prefiere asegurar el automóvil antes que la vida o el hogar. En el

caso del nivel académico de las personas no se encontraron inferencias importantes para tomar la determinación de que tener conocimiento especializado significa mayor sensibilización y conocimientos frente al tema de los seguros, debido a que en cuanto a la adquisición de ellos no hubo constantes considerables y en cuanto al conocimiento de conceptos básicos, tampoco.

Con relación a lo anterior, se pudo analizar que, en el caso del género, las mujeres obtuvieron una diferencia notable en la adquisición de cada categoría de seguros presentada, debido a que usualmente las mujeres se caracterizan más en ser precavidas frente a los posibles riesgos a los que se puede estar expuesto, mientras que los hombres tienden a tener un pensamiento más temerario. Sin embargo, se pudo observar que los seguros que más adquieren ambos géneros son los de automóviles, salud y vida; y los que menos son los de dependencia y del celular o tablet.

Adicionalmente, es importante resaltar que el seguro requiere en su gran mayoría de una inversión monetaria grande en algunas de las categorías presentadas, y según los resultados de la encuesta de Cultura Aseguradora, se pudo conocer cuál era el gasto anual en seguros, donde el 24% gasta entre \$1'100.000 y \$2'000.000, seguido por el 21.4% quienes gastan más de \$3'000.000, lo que significa que sí se necesita tener una disposición importante del presupuesto personal anual para destinarlo a la industria aseguradora. Sin embargo, se vio que el estrato influye proporcionalmente en el gasto anual que tiene una persona en seguros, es decir, entre más alto el estrato, más se gasta y entre más bajo el estrato, menos se gasta en este tema.

8. CONCLUSIONES

- El índice de Cultura Aseguradora en el mercado de seguros de personas en la ciudad de Manizales es de 56,86, siendo un nivel medio, lo que quiere decir que cuentan con algunos conocimientos de conceptos básicos, que usualmente saben a quién tienen que acudir en caso de siniestros y reclamaciones, conocen también donde pueden adquirir los seguros y tienen una cierta previsión en la vida sobretodo los estratos altos sobre el ahorro para la pensión.
- Según el cálculo del índice de Cultura Aseguradora, se observó que la dimensión con el índice más bajo fue educación con el 39,39, lo que tiene relación con la falta de buenos métodos de enseñanza acerca del tema de los seguros para generar más conciencia de su utilidad e importancia, pero puntualmente es necesario crear campañas explicando los momentos en los que esté se materializa y recupera la inversión.
- Se concluyó que el sector asegurador en personas es transversal sin importar el género, la edad, el nivel académico, la ocupación ni el estrato, debido al requerimiento de los seguros obligatorios en diferentes procesos. Sin embargo, también se pudo observar que, sí importan e influyen los aspectos demográficos de las personas en el caso de adquisición de seguros no obligatorios como el de vida, hogar, salud, automóvil, celular, entre otros. Debido a que las prioridades y las perspectivas cambian de acuerdo a los aspectos demográficos específicos de cada persona.
- Con los resultados analizados, se observó que el nivel de autopercepción de Cultura Aseguradora que declaraban tener los ciudadanos Manizaleños, es decir, nivel medio, es

el mismo nivel que según la escala del índice de Cultura Aseguradora tienen actualmente, considerando las dimensiones de conocimiento, uso, educación y previsión; lo que quiere decir, que, aunque las personas no tengan noción de la existencia de los seguros y lo que eso significa la mayor parte del tiempo, es una industria con presencia fuerte en la vida de todas las personas y que cada vez va teniendo más relevancia.

9. REFERENCIAS

- A2ii y IAIS. (23 de Marzo de 2017). *Medición del desarrollo de los seguros: más allá de la tasa de penetración de seguros*. Obtenido de a2ii.org:
https://a2ii.org/sites/default/files/reports/21._consultation_call_sp_web.pdf
- Alcaldía de Manizales. (2017). *Boletín estadístico perfil del sector educativo*. Obtenido de manizales.gov.co:
<http://www.manizales.gov.co/RecursosAlcaldia/201806181309535940.pdf>
- Bustamante, H. M. (2013). *Modelo de toma de decisiones del consumidor de seguros*. Medellín.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (6 de Febrero de 1992). *Código de Comercio de Colombia*. Obtenido de ccb.org.co:
<https://www.ccb.org.co/content/download/4599/48339/version/2/file/Codigo+de+Comercio.pdf>
- DANE. (2012). *Aplicativo de consulta - Encuesta Longitudinal de Protección Social (ELPS)*. Obtenido de fasecolda.com: <http://www.fasecolda.com/index.php/ramos/vida-y-personas/sistemas-de-informacion/>
- European Commission. (Mayo de 2017). *Study on consumers' decision making in insurance services: a behavioural economics perspective*. Obtenido de ec.europa.eu:
http://ec.europa.eu/justice/contract/files/expert_groups/insurance/final_report.pdf
- Fan, I., Seller, T., & Stalb, D. (2012). El seguro mundial en 2011: El ramo no-vida se prepara para el despegue. *Sigma*, 3, 52.
- Fasecolda. (2018). *Mercado mundial de seguros 2017*. Obtenido de revista.fasecolda.com:
<https://revista.fasecolda.com/index.php/revfasecolda/article/download/452/420/>
- Fasecolda. (2018). *Resultados de la industria: Fasecolda*. Obtenido de www.fasecolda.com:
http://www.fasecolda.com/files/7115/4948/5640/Articulo_092018.pdf
- Fasecolda. (2019). *Glosario C*. Obtenido de fasecolda.com:
<http://www.fasecolda.com/index.php/servicios/glosario/c/>
- Fasecolda. (2019). *Glosario P*. Obtenido de fasecolda.com:
<http://www.fasecolda.com/index.php/servicios/glosario/p/>

- Fasecolda. (2019). *Glosario S*. Obtenido de fasecolda.com:
<http://www.fasecolda.com/index.php/servicios/glosario/s/>
- Fundación Mapfre. (2017). *El mercado asegurador Latinoamericano*. Obtenido de www.fundacionmapfre.org:
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1097450
- Fundación Mapfre. (Septiembre de 2018). *El mercado asegurador latinoamericano en 2017*. Obtenido de [fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org):
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1097450
- Fundación Mapfre. (s.f.). *Seguro (insurance)*. Obtenido de [fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org):
https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/publicaciones/diccionario-mapfre-seguros/s/seguro.jsp
- Fundación Mapfre. (s.f.). *Seguros de prestación de servicios*. Obtenido de <https://segurosypensioneparatodos.fundacionmapfre.org>:
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1082959
- Fundación Mapfre. (s.f.). *Seguros patrimoniales*. Obtenido de segurosypensioneparatodos.fundacionmapfre.org:
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1082958
- Fundación Mapfre. (s.f.). *Seguros personales*. Obtenido de segurosypensioneparatodos.fundacionmapfre.org:
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1082957
- Kunreuther, Pauly, & McMorro. (2013). *Insurance & Behavioural Economics – Improving Decisions in the Most Misunderstood Industry*. Cambridge University Press.
- Mejía, N. E. (27 de Noviembre de 2014). *IMPACTO DEL SECTOR ASEGURADOR*. Obtenido de superfinanciera.gov.co:
<https://www.superfinanciera.gov.co/descargas?com=institucional&name=pubFile1010832&downloadname=20141127presegurospib.pptx>
- Rabin, M. (2013). Risk aversion and expected-utility theory: A calibration theorem. World Scientific Handbook in Financial Economics series. 241 - 252.
- Semana. (4 de 22 de 2017). *Manizales, ¿otra tragedia anunciada?* Obtenido de [semana.com](http://www.semana.com):
<https://www.semana.com/nacion/articulo/deslizamiento-de-tierra-en-manizales-y-otras-emergencias-en-colombia/522736>
- Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015). *Definición y medición de la cultura aseguradora. Aplicación al caso Español*. Madrid: Cyan, Proyectos Editoriales, S.A.

Sinnetic. (Junio de 2017). *Reporte psicográfico del perfil general de asegurados y no asegurados: Sinnetic*. Obtenido de sinnetic.com: <https://sinnetic.com/noticias/SINNETIC-NEWS-16.pdf>

Thünen, J. H. (2007). *tomado de Chamorro T. Edwin y Botero V. Juan J. Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. Cuadernos de administración*. 20 (34):39-63.

Vergara, I. (Agosto de 2008). *La cultura del Seguro: Fomento y Penetración*. Obtenido de fasecolda.com: <http://www.fasecolda.com/files/6913/9096/0406/revista142.pdf>

10. ANEXO 1

10.1 Tipos de seguros

Los seguros se dividen en 3 grandes secciones dependiendo de los riesgos que cubren, los cuales son los seguros personales, los seguros de daños o patrimoniales y los seguros de prestación de servicios.

10.1.1 Seguros personales

Según Fundación Mapfre (sf) estos seguros tienen como fin resguardar la integridad corporal del individuo, protegiéndolo ante el acontecimiento de un evento que lo perjudique directamente, como puede ser en caso de accidentes personales, planes de pensiones, vida, la alteración de su salud o de su integridad psíquica o en otros casos su fallecimiento. De aquí se derivan los seguros de vida, los seguros de salud o enfermedad, los seguros de dependencia y los seguros de accidentes personales

10.1.1.1 Seguros de vida

El pago del monto convenido en el contrato depende de la supervivencia o del fallecimiento del asegurado. En los seguros de vida es esencial señalar y caracterizar como lo hace Fundación Mapfre (sf) los siguientes conceptos:

- **Asegurado:** Su vida depende del pago del capital
- **Tomador:** Es quien paga la prima ya que es el que contrata el seguro.
- **Beneficiario:** Es la persona que percibirá el capital pagado por el asegurador

De acuerdo al objetivo, se discriminan tres tipos:

- **Seguros de fallecimiento:** También llamados seguros de riesgo, tiene como finalidad garantizar el pago del capital contratado a los beneficiarios de la póliza si el asegurado fallece.
- **Seguros de supervivencia:** Son considerados también como seguros de ahorro y son los que tienen como objetivo garantizar el pago del capital concertado a los beneficiarios, si el asegurado sigue con vida al finalizar el contrato, teniendo en cuenta la legislación de cada país y el tratamiento fiscal que tenga en ese momento.
- **Seguros Mixtos:** La aseguradora desembolsa el pago de un capital a los beneficiarios en caso de que el asegurado fallezca, o si bien todavía vive a la fecha del vencimiento del seguro.

10.1.1.2 Los seguros accidentes personales:

Tiene como finalidad indemnizar al asegurado en caso de que se presenten accidentes mortales o provoque incapacidad. Actualmente existen 4 coberturas diferentes que se contratan por este tipo de seguro:

- **Fallecimiento accidental:** Si el asegurado fallece a consecuencia de situaciones previstas por el contrato, la compañía de seguros les pagará el capital fijado a los beneficiarios o, en su defecto, a los herederos legales.
- **Invalidez permanente y total:** La compañía de seguros pagará el capital fijado en el contrato, en caso de presentarse un accidente que provoque lesiones como ceguera total, enajenación mental, parálisis completa, entre otras que generen incapacidad permanente y total.
- **Invalidez permanente y parcial:** El asegurador abonará un porcentaje del capital fijado, de acuerdo al nivel de gravedad de la lesión y acorde a una tabla que se especifica en las condiciones generales de la póliza.
- **Garantía de asistencia sanitaria:** Si es necesario la asistencia médico-farmacéutica y hospitalaria por causa de un accidente, el seguro lo puede cubrir.

10.1.1.3 Seguros de salud o enfermedad:

Proporciona cobertura sanitaria, asistencial y en momentos de carácter económico si el titular o su familia sufre alguna dolencia o enfermedad.

Existen 4 modalidades diferentes para materializar este seguro, los cuales son por medio de:

- **Asistencia sanitaria:** Las coberturas principales se basan en prestaciones de servicios, entre las coberturas más comunes están la asistencia médico-quirúrgica, gastos farmacéuticos e internamiento en clínicas y hospitales. Habitualmente no se aprueba el desembolso de indemnizaciones como otra opción a la prestación del servicio.
- **Reembolso de gastos médicos:** El asegurado tiene el derecho de asistir a cualquier hospital o a cualquier médico en cualquier parte del mundo para recibir la atención médica que requiera en caso de accidente o enfermedad. Este pagará los gastos médicos ocasionados y enviará la factura y el informe médico a la aseguradora. Sin embargo, muchas compañías de seguros cuentan con un cuadro médico propio con servicios concertados para que el asegurado no tenga que pagar con anterioridad ya que, por lo convenido con la aseguradora, es ella quien abona directamente al centro hospitalario o al médico acudido.
- **Indemnización:** Cuenta con 3 coberturas fundamentales que son:
 - **Indemnización por incapacidad temporal:** Se le dispondrá una suma diaria al asegurado mientras no pueda desempeñar su actividad profesional habitual.
 - **Indemnización por hospitalización por cualquier causa:** Cuando el asegurado se encuentre hospitalizado independientemente de cual haya sido la causa, la aseguradora abona al asegurado una suma diaria mientras se encuentre en esta situación.
 - **Indemnización por intervención quirúrgica:** En caso de que el asegurado haya sido sometido a una operación quirúrgica, se le abonará en un solo pago la suma estipulada con base a un baremo.

- **Indemnización por enfermedades graves:** Si al asegurado es diagnosticado o padece alguna enfermedad de relevancia especial como cáncer, un accidente cerebro-vascular, infarto cerebral o de miocardio, entre otras. Se le brinda un capital.

10.1.1.4 Seguros de dependencia:

Se entiende por dependencia cuando una persona no tiene la capacidad de valerse por sí misma, legalmente se denomina así cuando existe una limitación ya sea física, intelectual o psíquica; también cuando requiere la ayuda de una tercera persona y por último cuando tiene una incapacidad para poder realizar las actividades cotidianas por sí misma. Por lo tanto, la finalidad de este seguro es garantizar una indemnización ya sea materializada en forma de capital, de prestación de servicios o de renta, cuando el asegurado se encuentre en estado dependiente.

10.1.2 Seguros patrimoniales

El objetivo de estos seguros como lo describe Fundación Mapfre (sf) es reparar la pérdida que, por causa de un siniestro, el asegurado puede sufrir en su patrimonio. Los cuales teniendo en cuenta los daños, se subdividen en 2 grandes categorías:

- **Seguros de responsabilidad:** Su finalidad es proteger al asegurado, y así su patrimonio, frente a la responsabilidad civil que puede resultar por eventos ante terceros.
- **Seguros de cosas:** Su propósito es indemnizar por pérdidas materiales que sufren directamente en un bien del patrimonio del asegurado.

Los seguros de daños o patrimoniales más comunes son:

- **Seguros de incendios:** Indemniza al asegurado de los bienes definidos en la póliza, incluyendo los daños ocasionados por la extinción.
- **Seguros de responsabilidad civil:** La aseguradora adquiere el compromiso de garantizarle e indemnizarle al asegurado por daños que pueda experimentar su patrimonio por causa de una reclamación que proceda un tercero. Dentro de su cobertura se encuentra el pago por daños ya sea corporales, patrimoniales o materiales que hayan afectado a terceros por hechos provenientes de la vida laboral (profesional) o personal del asegurado, pero algunas exclusiones se hacen por la participación en competiciones o apuestas, por perjuicios a bienes de terceros en poder del asegurado.
- **Seguros de Automóvil:** Su principal objetivo es reparar o indemnizar en caso de un accidente provocado por el tránsito de vehículos a motor, causando daños en el vehículo del asegurado y de terceros. Por esta razón, su cobertura fundamental se trata de asegurar estos perjuicios causados a terceros en el uso del vehículo; entre otras adicionales está asegurar por hurto del vehículo, rompimiento de parabrisas, asistencia en viajes, sustitución del vehículo asegurado, cubrir los accidentes personales para los ocupantes del vehículo.
- **Seguros agrarios:** Busca proteger de los riesgos con los que corren las explotaciones agrícolas, ganaderas o forestales, y para cumplir con este objetivo existen varios tipos de seguros como:
 - **Seguros agrarios combinados:** Son los seguros que se contratan de acuerdo al lugar de la explotación, cubre daños por incendio, lluvia, viento, nieve, entre otros posibles riesgos.
 - **Seguros de rendimiento:** Su principal objetivo es cubrir la pérdida de rendimientos causada por cualquier riesgo climatológico que no pueda ser controlada, ya sea por sequía o por una helada.

Seguros integrales: Si hay pérdida de producción por causa de fenómenos incontrolables por el agricultor, la aseguradora la cubre.

Seguros pecuarios: Se garantiza los daños climatológicos u otros fenómenos como enfermedades, el sacrificio obligatorio, accidentes de animales, entre otros.

- **Seguros de pérdidas pecuniarias diversas:** La aseguradora garantiza el rendimiento económico que el asegurado hubiera obtenido en una actividad en el caso de no haber sucedido el siniestro estipulado en el contrato.
- **Seguro de robo:** En caso de que el asegurado sufra la pérdida, destrucción o rotura de los objetos convenidos en el contrato por causa de un robo o intento de uno, la compañía de seguros lo indemniza por estos daños.
- **Seguros de crédito y caución:** El asegurado cuenta con la garantía de la compañía de seguros el pago de los créditos que tenga a su favor en caso de que se produzca insolvencia de sus deudores. El seguro de caución se trata de la obligación que contrae el asegurador en caso de incumplimiento de las obligaciones por el tomador del seguro, y así el asegurado es indemnizado por los perjuicios patrimoniales que se han sufrido dentro de los límites previstos.
- **Seguros de transportes:** Al presentarse daños ocasionados durante el transporte de mercancías, la compañía de seguros se obliga al pago de indemnizaciones.
- **Seguros de ingeniería:** Cubre los riesgos provocados por manipulación de maquinaria o a la construcción de edificios y obras civiles.
- **Seguro multirriesgos:** Tiene la ventaja de garantizar una serie de riesgos en un solo contrato, existen seguros destinados al multirriesgo industrial, de comercios, entre otros.
- **Seguro multirriesgo de hogar:** Tiene como finalidad garantizar por pérdidas o daños que puedan ser provocados por un accidente en un domicilio particular, entre los daños materiales, se encuentra la indemnización por el continente, entendido como el conjunto o el edificio de vivienda, es decir, el conjunto de construcciones principales, cimentaciones e instalaciones permanentes; y el contenido como el conjunto de artículos patrimoniales movibles, que no están unidos a la estructura.
Estos seguros garantizan también los daños materiales por incendio, por robo, por agua, por rotura de cristales.

10.1.3 Seguros de prestación de servicios

En estos seguros están incluidos aquellos ramos del sector asegurador donde el asegurador se obliga en la prestación de servicios al asegurado, y en algunos casos donde también se obliga a indemnizar económicamente. Entre estos se encuentran los seguros de asistencia en viaje, defensa jurídica y decesos.

- **Seguro de defensa jurídica:** Su función es proteger al asegurado frente a un litigio que pueda tener, teniendo en cuenta lo pactado en el contrato (póliza), y los gastos que el proceso judicial implique por dicha intervención. De esta cobertura se excluye el pago de multas o sanciones impuestas por las autoridades.
- **Seguro de asistencia en viaje:** Su objetivo principal es solucionar los incidentes que ocurren por diferentes razones al asegurado y a sus acompañantes durante un viaje. Esta cobertura cuenta con la prestación de servicios en caso de lesión o fallecimiento del asegurado, y para el

automóvil la inmovilización del vehículo, asistencia de remolque, la avería (esta puede ser reparada en el mismo lugar o se puede trasladar el vehículo a un taller oficial), el accidente o el robo de este.

- **Seguro de decesos:** Garantiza un servicio prestado fúnebre por el fallecimiento de los asegurados, o el reembolso de las cantidades convenidas en el contrato. Usualmente estos seguros son contratados por medio de pólizas de carácter familiar, ya que de esta manera se aseguran todos los integrantes de la familia, aunque también puede ser contratado individualmente.

Su cobertura comprende todos los elementos y servicios necesarios para llevar a cabo el sepelio del fallecido y normalmente se incluyen adicionales como el traslado de los restos mortales hasta el lugar donde va a ser incinerado o sepultado, lo cual puede ser contratado como traslado dentro del territorio nacional o internacional o a un determinado lugar diferente al de la residencia del asegurado ya previamente estipulado en el contrato.

11. ANEXO 2

Cuestionario Cultura Aseguradora tomado de Serrano, G., Alcalá, C., & Rodríguez, M. (2015) con los puntajes correspondientes.

PREGUNTAS DEMOGRAFICAS Y SOCIOECONOMICAS

¿Es usted la persona que toma las decisiones económicas dentro del hogar, como gestionar las cuentas bancarias, decidir grandes gastos o contratar seguros?

- a) Si
- b) No

¿Que edad tiene?

- a) De 20 a 39 años
- b) De 40 a 64 años
- c) De 65 años en Adelante

¿Cual es su género?

- a) Mujer
- b) Hombre

¿Cual es su nivel académico? Los estudios más elevados que ha terminado

- a) Bachillerato
- b) Técnico
- c) Tecnológico
- d) Bachillerato

- e) Pregrado
- f) Postgrado

¿A que se ocupa actualmente?

- a) Está trabajando
- b) Está buscando empleo
- c) Está incapacitado/a para trabajar
- d) Estudiante
- e) Labores del hogar
- f) Voluntario/a
- g) Jubilado/a

¿En que rango se encuentra los ingresos mensuales totales netos de su hogar?

- a) Hasta \$1'200.000
- b) Entre \$1'201.000 y \$2'900.000
- c) Entre \$3'000.000 y \$5'000.000
- d) Más de \$5'000.000

¿Tiene contratado actualmente un seguro? (Usted o las personas con las que convive en su hogar)

- a) Solo seguros obligatorios
- b) Solo seguros obligatorios y al menos un seguro no obligatorio
- c) Ninguno

De la siguiente lista de seguros, indique cuales tiene actualmente contratado y ha contratado en alguna ocasión usted o las personas con quien convive

- a) Seguro del hogar
- b) Seguro de Salud
- c) Seguro de Vida
- d) Seguro de Muerte
- e) Seguro de Automoviles
- f) Seguro de Accidentes
- g) Seguro del Celular, Tablet
- h) Seguro de Ahorro, jubilación o plan de pensiones
- i) Seguro de Dependencia
- j) Seguro de Viaje (Cuando viaja)

PARA CALCULAR EL ICA:

Dimensión CONOCIMIENTO:

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P1	¿Para que sirve un seguro?	0
1	Para evitar posibles situaciones de riesgo	0
2	Para la cobertura de todos mis riesgos	0,5
3	Para penalizar a los causantes de un siniestro	0
4	Para mantener “como nuevos” los bienes	0
5	Para proteger sus bienes y/o su familia ante sucesos inciertos	1

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P2	¿ En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio? (Varias respuestas)	
1	Contratar una hipoteca	1
2	Conducir un vehículo	1
3	Prestar un servicio de transporte publico	1
4	Comprarse un móvil	0
5	Cazar	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P3	¿ Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros? TOMADOR	
1	El profesional que asesora sobre seguros	0
2	La persona que contrata el seguro	1
3	La persona que vende el seguro	0
4	La persona que vende seguros de otro por comisión	0
5	La entidad aseguradora	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P3	¿ Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros? PÓLIZA	
1	El perjuicio producido por una persona a otra u otras	0
2	El conjunto de bienes asegurados	0
3	La cantidad que recibe el asegurado cuando se produce un siniestro	0
4	El contrato de seguro	1
5	La cantidad que recibe la aseguradora del asegurado	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P3	¿ Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros? PRIMA	
1	La aportación económica que realiza el asegurado a la compañía de	1

	seguros	
2	El nivel de protección de los bienes	0
3	La cantidad máxima que va a pagar la aseguradora en caso de siniestro	0
4	El valor del bien que ha sufrido el siniestro	0
5	El periodo de tiempo inicial durante el cual no tienen efecto las oberturas	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P3	¿ Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros? FRANQUICIA	
1	El organismo de inspección y supervisión de la actividad aseguradora	0
2	Una cantidad por la cual el asegurado es su propio asegurador	1
3	El valor del bien asegurado	0
4	La entidad autorizada para el ejercicio de la actividad aseguradora	0
5	La entidad aseguradora	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P3	¿ Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros? EXCLUSIONES	
1	Los riesgos a los que un hogar está expuesto	0
2	Los trabajos previos a la realización de un contrato de seguros	0
3	Los riesgos que no están incluidos en las coberturas de la póliza	1
4	Las condiciones particulares del contrato de seguro	0
5	El conjunto de bienes no asegurados	0

Dimensión USO:

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P4	¿ Quién puede vender un Seguro? SI - NO	
1	Una notaría	0
2	Un corredor de seguros	1
3	Una compañía de seguros	1
4	Un comprador de seguros por internet	0
5	Una asociación de consumidores	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P5	¿A quién perjudica más el fraude en el seguro, por ejemplo, cuando se simula un siniestro?	

1	A la persona que vendió el seguro	0
2	A la compañía aseguradora	0,4
3	Al defraudador	0,4
4	A la compañía de seguro y a los asegurados	1
5	A las administraciones públicas	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P6	¿A dónde acudiría en primer lugar si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros?	
1	Al Banco	0
2	A la propia compañía de seguros o a su agente de seguros	1
3	A una asociación de consumidores y usuarios de seguros	0
4	A la Superintendencia de industria y turismo	0
5	A una Comisaría de Policía	0

Dimensión EDUCACIÓN:

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P7	¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros?	
1	No sé de seguros o sé muy poco	0
2	Con la experiencia personal	1
3	A través de mi profesión	1
4	A través de su agente de seguros	1
5	A través de estudios superiores	0,5

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P8	¿Qué método considera más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros?	
1	No me interesa mejorarlos	
2	Asesorándose con un intermediario de seguros	1
3	Preguntar a familiares o amistades	0,3
4	Consultar materiales diversos (Internet, libros u otros)	0,5
5	Ninguno de los anteriores le merece garantías	0
6	Asistir a cursos personalizados	1

	RESPUESTAS	PUNTAJE
--	------------	---------

P9	¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros de la población?	
1	Los usuarios de seguros	0
2	Asociaciones o colegios profesionales y/o compañías aseguradoras	1
3	Los organismos reguladores del sector del seguro	0,4
4	Asociaciones de usuarios de seguros	0,5
5	El sistema educativo (en los planes de estudios)	0,7

Dimensión PREVISIÓN:

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P10	¿Qué haría para protegerse y proteger a su familia y patrimonio de un posible riesgo?	
1	Evitar al máximo cualquier situación de riesgo	0,4
2	Ahorrar para subsanar los posibles daños futuros	0,7
3	Contratar un seguro	1
4	Instalar una alarma en la casa	0,2
5	No hacer nada y asumir las consecuencias	0

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P11	¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?	
1	Nada	0
2	Menos de \$500.000	0,2
3	Entre \$501.000 y \$1'000.000	0,3
4	Entre \$1'100.000 y 2'000.000	0,5
5	Entre \$2'100.000 y \$3'000.000	0,7
6	Más de \$3'000.000	1
7	El estrictamente necesario para seguros obligatorios	0,2

	RESPUESTAS	PUNTAJE
P12	¿Qué está haciendo (o ha hecho) para preparar su jubilación?	
1	Está cotizando a la Seguridad Social para cobrar una pensión	0,7
2	Está ahorrando	0,5
3	Está comprando bienes (joyas, cuadros, vivienda u otros)	0
4	Está combinando la cotización a la Seguridad Social y un producto privado	1
5	No se lo ha planteado todavía	0

PREGUNTA DE AUTOPERCEPCIÓN DE NIVEL DE CULTURA ASEGURADORA

Indique el nivel de cultura aseguradora que considera tener

- a) Muy bajo**
- b) Bajo**
- c) Medio**
- d) Alto**
- e) Muy alto**