



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Carrera de Administración de Empresas

“Diagnóstico de la cultura de los seguros en el área urbana de la ciudad de Cuenca, año 2019”

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Ingeniera Comercial
Modalidad: Artículo Académico

Autora:

Claudia Jacqueline Vintimilla Saquicela
C.I. 0704799543
Correo: claudia.vintimilla@hotmail.com

Tutor:

Econ. Luis Gabriel Pinos Luzuriaga
C.I. 0105242606

Cuenca – Ecuador

24 de febrero de 2021



RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad diagnosticar el nivel de cultura de los seguros en el área urbana del cantón Cuenca, el mismo estuvo dirigido a estudiar a personas con una edad mayor o igual a 30 años, por ser considerada como población objetivo del mercado asegurador. La herramienta aplicada fue la Encuesta de determinación de Índice de Cultura Aseguradora (ICA), la cual permitió recolectar y analizar información relacionada con factores determinantes con respecto a los seguros, como son el conocimiento, uso, educación y previsión, además de otras variables económicas y demográficas que permita conocer también percepciones y opiniones de la población acerca del mercado asegurador. Se pudo también tener una idea aproximada de cuan consciente y previsor de riesgos es la población cuencana, pues cabe destacar que el conocimiento sobre seguros, es parte de una herramienta más grande, como es la educación financiera.

En el presente estudio se procedió a calcular el Índice de Cultura Aseguradora en adelante ICA desarrollado por Fundación Mapfre (2015), el mismo que está formado por cuatro dimensiones como son USO, CONOCIMIENTO, EDUCACIÓN y PREVISIÓN, los cuales cuentan con tres indicadores base cada una. Una vez calculado el Índice de Cultura Aseguradora, se obtuvo como resultado que la población del área urbana de Cuenca, posee un nivel de cultura aseguradora medio-bajo, debido a que su puntuación fue de 33,07 sobre un máximo de 100 puntos. Se identificaron también debilidades en las dimensiones de Educación y Previsión, lo que indica una cultura aseguradora baja, en cuanto al interés en la adquisición de conocimientos en materia de seguros puesto que existe un porcentaje considerable de la población analizada (53%) que indica saber muy poco o nada acerca de seguros y débiles acciones realizadas por la población para garantizar la estabilidad y bienestar de su familia y patrimonio a futuro.

La población es consciente de su bajo conocimiento sobre seguros, por lo que se presenta la necesidad de fortalecer la educación en temas financieros en este caso para el crecimiento de la cultura aseguradora que trae beneficios tanto para los asegurados, el mercado asegurador y en su conjunto a la economía del país.

Palabras clave: Seguros. Cultura Aseguradora. Riesgo. Educación Financiera. Sostenibilidad.



ABSTRACT

The purpose of this article is to diagnose the level of insurance culture in the urban area of the Cuenca canton, it was aimed at studying people with an age greater than or equal to 30 years, as it is considered as the target population of the insurance market. The tool applied was the Insurance Culture Index Determination Survey (ICA), which allowed the collection and analysis of information related to determining factors regarding insurance, such as knowledge, use, education and forecast, in addition to other economic variables and demographic that also allows to know perceptions and opinions of the population about the insurance market. It was also possible to have an approximate idea of how aware and foresight of risks the Cuenca population is, since it should be noted that knowledge about insurance is part of a larger tool, such as financial education.

In the present study, the ICA Insurance Culture Index, developed by the Mapfre Foundation (2015), was processed to calculate it, which is made up of four dimensions such as USE, KNOWLEDGE, EDUCATION and FORECAST, which have three base indicators each a. Once the Insurance Culture Index was obtained, he obtained the result of the population of the urban area of Cuenca, he has a medium low level of insurance culture, due to his score of 33.07 on a maximum of 100 points. Weaknesses were also identified in the dimensions of Education and Welfare, which indicates a low insurance culture, in terms of interest in acquiring knowledge about insurance since there is a considerable percentage of the analyzed population (53%) that indicates knowing little or nothing about insurance and weak actions taken by the population to determine the stability and well-being of their family and assets in the future.

The population is aware of its low knowledge about insurance, so there is a need to strengthen education in financial matters, in this case for the growth of the insurance culture that brings benefits for both the insured, the insurance market and as a whole to the country's economy.

Key words: Insurance. Insurance Culture. Risk. Financial Education. Sustainability.



ÍNDICE	
INTRODUCCIÓN	6
REVISIÓN LITERARIA	8
MATERIALES Y MÉTODOS	26
RESULTADOS	32
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	53
ANEXOS	58
BIBLIOGRAFÍA	67



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Claudia Jacqueline Vintimilla Saquicela en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Diagnóstico de la cultura de los seguros en el área urbana de la ciudad de Cuenca, año 2019", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca 24 de febrero de 2021

Claudia Jacqueline Vintimilla Saquicela

C.I: 0704799543



Cláusula de Propiedad Intelectual

Claudia Jacqueline Vintimilla Saquicela, autora del trabajo de titulación "Diagnóstico de la cultura de los seguros en el área urbana de la ciudad de Cuenca, año 2019", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 24 de febrero de 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'C. Saquicela', written over a horizontal line.

Claudia Jacqueline Vintimilla Saquicela

C.I: 0704799543



INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como finalidad diagnosticar del nivel de cultura aseguradora, que posee la población del área urbana del Cantón Cuenca, mediante el análisis de distintos factores, incluyendo aquellos que inciden en la contratación de seguros, como son el nivel de ingreso, nivel de educación, conocimientos sobre los términos relacionados con los seguros, entre otros factores.

La cultura de los seguros, se refiere al proceso de toma de decisión consciente y no forzada de contratar pólizas de seguros para prevenir el shock que genera un evento adverso. Para esto es necesaria la confluencia de tres hechos, volverse consciente del valor de las cosas en el tiempo, de la posibilidad de ocurrencia de un evento y del efecto de la pérdida en el bienestar personal. (Ekos, 2016, s/p)

El seguro es una herramienta financiera que garantiza la protección de los individuos y sus familias, así como de su patrimonio frente a las consecuencias de un posible siniestro. Por lo tanto, las compañías aseguradoras basan su negocio en la administración del riesgo de un tercero a cambio de un pago denominado prima, asegurando la estabilidad económica del asegurado y brindándole la tranquilidad de saber que sus necesidades estarán cubiertas gracias a la entrega del monto asegurado al momento de hacerse efectivo el riesgo, por lo cual "...las empresas de seguros desempeñan un rol clave en el funcionamiento de una economía. Pese a la incertidumbre y riesgos a los que un agente económico se puede exponer, a través de su intervención se puede mantener el ahorro y la inversión en el tiempo" (Zavala, 2019, pág. 47).

El riesgo se encuentra presente en cualquier actividad diaria que se realice, es por lo que cada individuo "... debe evaluar los riesgos, tomar acciones proactivas para minimizarlos y tener planes en lugar de hacer frente a los riesgos residuales" (Belyaev, 2017). Los siniestros son hechos ocurridos que puede ser desde simples accidentes domésticos, accidentes de tráfico, los cuales afectan individualmente a las personas, hasta siniestros de mayores consecuencias que afectan a poblaciones enteras, como son las inundaciones, deslaves, terremotos y hasta erupciones volcánicas (cuyas consecuencias no afectan solo a los sectores aledaños a los volcanes, sino que de una u otra forma a la economía el país).



Entre las fuentes consultadas para el desarrollo de este estudio se observa que generalmente los resultados evidencian una falta de preparación y previsión de las personas y la necesidad inherente de la contratación de seguros para hacer frente a los riesgos, también se puede observar que el problema de falta de aseguramiento no solo es un problema que afecta a las familias y empresas pues Sucre (2016) señala que:

El Estado a través de sus instancias no tiene asegurado todos los activos institucionales a pesar de que la Ley lo establece, debido a que los fondos para estas actividades son escasos y no se tiene conocimiento técnico del manejo de los seguros, una muestra de esto, se pudo evidenciar en la catástrofe o terremoto de abril de 2016 en las provincias de Manabí y Esmeraldas que no se tuvo cobertura de muchos bienes estatales y privados. (Herrera, 2017, pág. 30)

Estudios como el de Apolinario, Caicedo y Baque (2017) revelan que:

En el país no existe la cultura de aseguramiento, puesto que la población carece de confianza debido al desconocimiento y por diversos acontecimientos ocurridos en el país, principalmente por la existencia de casos, donde se han aprovechado de la confianza de los clientes y hasta el incumplimiento de contratos de seguros (incumplimiento en el pago de indemnizaciones) (pág. 11).

La importancia de conocer los beneficios del mercado asegurador incide no solo en la sostenibilidad de la economía familiar, sino también en la de un país. El seguro permite contar con una protección ante la incertidumbre, solo pagando una prima cada cierto tiempo y que, a largo plazo en su conjunto, llega a ser menor a la cantidad (o beneficio) que el asegurado recibirá en caso de hacerse efectivo el riesgo.

El mercado asegurador del país cuenta con grandes expectativas de desarrollo; sin embargo, se observó un crecimiento en los dos últimos años (2017 y 2018), en 2018 generó un aporte al PIB del país de un 1,6%, el cual fue inferior al promedio de otros países de la región que se ubica en un 2,68%; siendo Puerto Rico el que tiene un mayor aporte de 13,4% y el menor Venezuela con un 0,4% (Servicio de Estudios de MAPFRE, 2019).

La entidad argentina denominada Superintendencia de Seguros de la Nación (2012) señala que:



El carácter estratégico del Sector Seguros reside en el hecho de que resulta ser indispensable para dotar de solidez a la economía nacional, porque bien administrado, además de proteger el patrimonio y reducir los riesgos totales de la economía, puede reducir la inestabilidad macroeconómica que genera habitualmente la restricción externa si se lo orienta hacia la generación de incentivos que aseguren: la reinversión del ahorro, un aumento del nivel de cobertura efectiva y la generación de una mayor previsibilidad de la economía. (pág. 13)

REVISIÓN LITERARIA

Antecedentes del Mercado Asegurador en el Ecuador

En el Ecuador el mercado asegurador se remonta a la época Republicana y “las primeras compañías aparecieron de forma rudimentaria, y lo hicieron como agentes o sucursales con pocos recursos de aseguradoras extranjeras, para dar cobertura a riesgos muy básicos, entre ellos el seguro contra incendio” (Oriente Seguros, 2017, párr. 1).

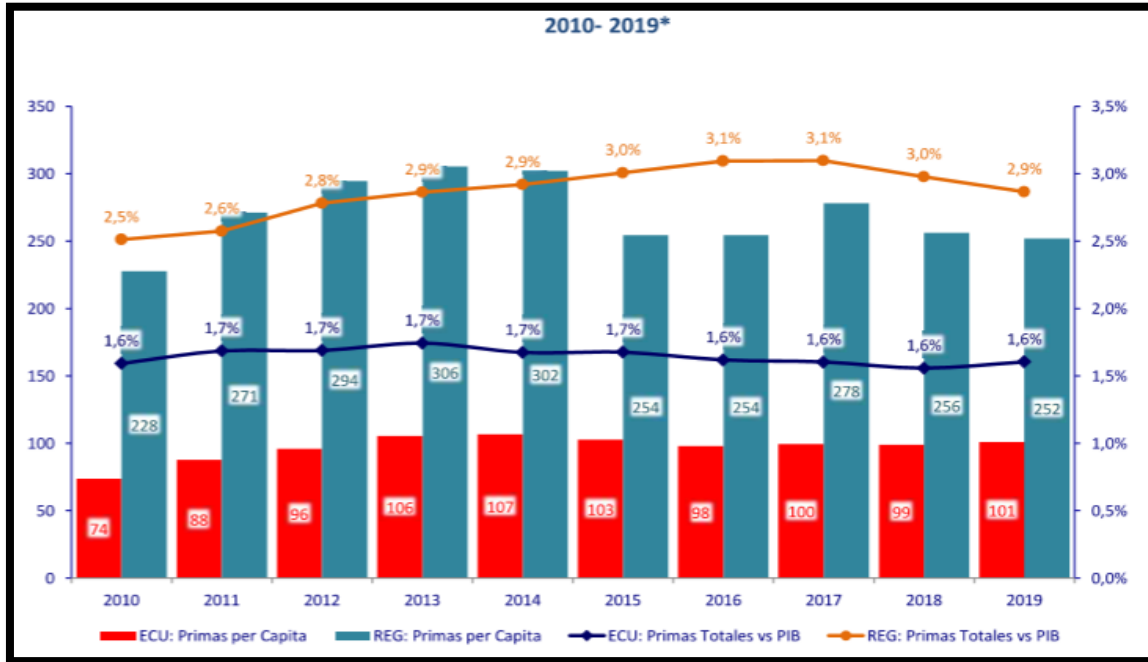
De acuerdo a Apolinario (2015) citado en Apolinario, Rodríguez y Caicedo (2017) señalan que:

A finales del siglo XIX, en Ecuador solo existían compañías extranjeras que ofertaban los seguros de incendios y transporte, para 1933 el control de las empresas aseguradoras pasó a cargo de la Superintendencia de Bancos, forjándose en 1940 la primera empresa, La Nacional, que ahora se conoce como Generali, y en 1943 se crea La Unión Compañía de Seguros; en 1945 se introduce el seguro de fidelidad y fianzas, para 1947 el ramo de accidentes personales y el seguro de robo con fractura; en 1950 se emite la primera póliza de mortalidad y el seguro de accidentes del trabajo; para 1953, se introduce el seguro de garantías y cumplimiento de contratos; en 1956, se presenta la “póliza económica”, el seguro de vida individual más vendido, para el 2007 ya existe el seguro de premios y el seguro odontológico y el 2008 se lanza al mercado el seguro integral para PYMES hacia diferentes segmentos (págs. 5-6).

A partir de septiembre del 2015, las empresas aseguradoras en el país están bajo el control y regulación de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros.

Evolución de las primas en la última década

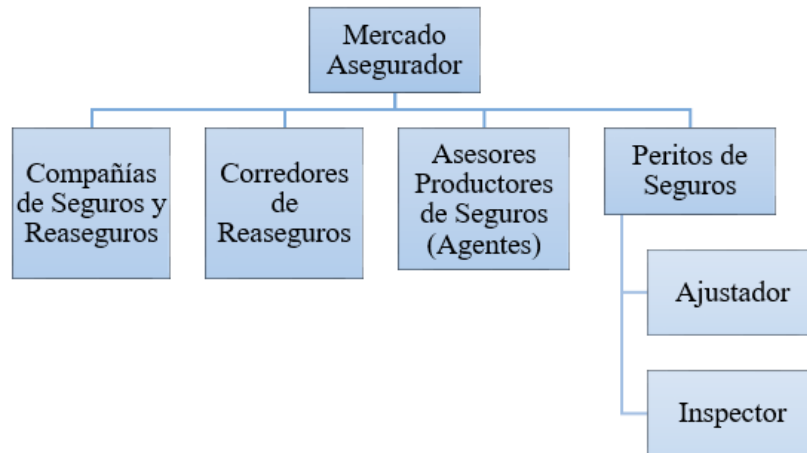
Gráfico 1. Evolución de las primas en Ecuador y la región (Primas Pér Cápita, Primas Totales vs PIB de 2010 a 2019)



Fuente y elaboración: Latino Insurance (2020)

A lo largo de la última década (2010-2019) se observa que en el mercado asegurador ecuatoriano las primas per cápita, así como la participación con respecto al PIB son menores al promedio de la región, la misma que llegan a ser el doble o casi el triple en determinados años.

Figura 1. Principales Actores del mercado asegurador



Fuente: Pinos (2019)

La Tabla 1 presenta los principales ramos de seguros que se expiden en nuestro país.

Tabla 1. Principales ramos de seguros

Código	Ramo	Código	Ramo
1	Vida individual	11	Robo
2	Vida colectiva	12	Dinero y Valores
3	Asistencia Medica	13	Agropecuario
4	Accidentes personales	14	Montaje de Maquinaria
5	Incendios y Líneas aliadas	15	Rotura de Maquinaria
6	Lucro cesante a consecuencia de incendio y líneas aliadas	16	Perdida de beneficio por rotura de maquinaria
7	Vehículos	17	Todo riesgo para contratistas
8	Transporte	18	Equipo y maquinaria de contratistas
9	Marítimo	19	Obras civiles terminadas
10	Aviación	20	Equipo electrónico

Fuente: Superintendencia de Compañías Valores y Seguros.

Elaboración: La Autora

Información económica de las principales compañías y ramos

En el mercado asegurador ecuatoriano según Zavala (2019) afirma que:

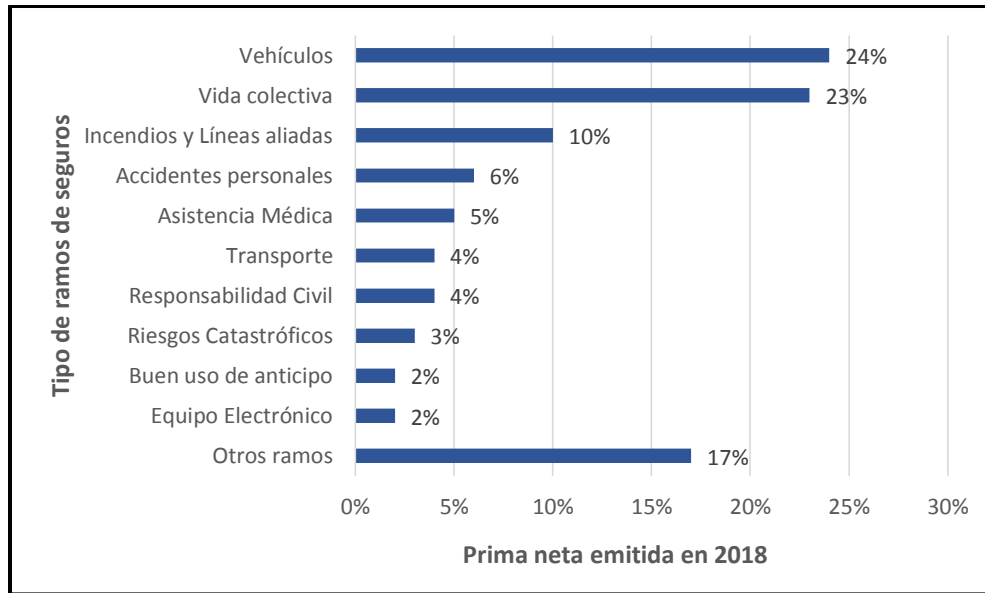
Tras dos años de contracción (2015 y 2016), evidenció una mejoría en sus niveles de crecimiento, para 2017 el aumento de las primas emitidas fue del 0,8% y de 3,6% en



2018 alcanzando los USD 1.689 millones (1,6% del PIB). El mercado asegurador ecuatoriano actualmente está conformado por 32 compañías aseguradoras después de un proceso de venta y fusión de algunas de las compañías pasando de 44 a 32 en un periodo de 5 años.

A diciembre de 2018 según la SCVS (2019), la prima neta emitida por el mercado asegurador ecuatoriano fue de \$ 4.112.854.712 de dólares, y el 24% de este monto está representado por las primas de seguros de vehículos lo que indica que es este seguro el principal en ser contratado en el país. El Gráfico 2 muestra la representatividad de los distintos ramos de seguros:

Gráfico 2. Porcentaje de representatividad de cada ramo por prima neta emitida en 2018.



Fuente: Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (2019).

Elaboración: La Autora

Según el mismo autor, este no parece ser un mercado concentrado pues, aunque las 5 empresas más grandes reportan el 48,8% del total de la prima neta, el negocio asegurador en Ecuador es uno de nicho y, por tanto, se ve que pocos actores compitan en ramos específicos. Al analizar cada ramo de manera independiente, se evidencia que las primas emitidas en cada uno de ellos se distribuyen entre pocos actores. Dentro de los cinco ramos más representativos se identifican como líderes los siguientes actores:

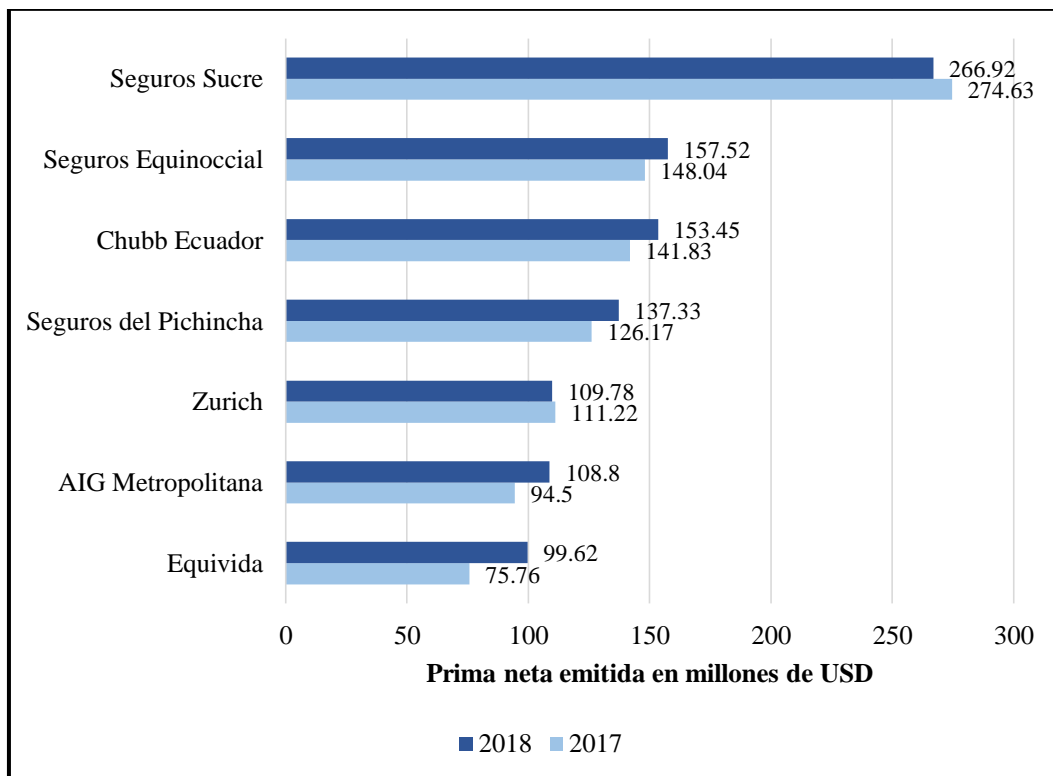
Tabla 2. Compañías Aseguradoras Líderes de los Cinco Principales Ramos de Seguros en 2018

Aseguradora	Ramo
Equinoccial	Vehículos
Seguros del Pichincha	Vida Colectivos
Seguros Sucre	Incendios y Líneas aliadas
Chubb Ecuador	Accidentes personales
Pan-American Life Ecuador	Asistencia Médica

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019)

Elaboración: La autora

Gráfico 3. Prima neta emitida en millones de USD por las principales aseguradoras del país en 2017 y 2018.



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019).

Elaboración: La autora



Costos de siniestros y Siniestralidad

El costo de los siniestros en el 2018 representó el 26,45% del total de la prima emitida, se observa que el ramo con mayor costo de siniestros fue el de lucro cesante a consecuencia de incendio y líneas aliadas que representa el 109% de la prima emitida en dicho ramo. En la Tabla 3 se observa el costo de siniestros según cada ramo de seguros:

Tabla 3. Costo de siniestros por ramo con respecto a prima emitida a diciembre del año 2018

Nº	SEGURO	PRIMA EMITIDA	COSTO DE SINIESTROS	PORCENTAJE
1	Vida individual	\$ 84.110.629	\$ 6.071.581	7%
2	Vida colectiva	\$ 1.043.488.284	\$ 323.271.786	31%
3	Asistencia médica	\$ 216.205.879	\$ 119.132.595	55%
4	Accidentes personales	\$ 244.934.815	\$ 51.144.602	21%
5	Incendio y líneas aliadas	\$ 526.572.432	\$ 22.175.072	4%
6	Lucro cesante a consecuencia de incendio y líneas aliadas	\$ 15.161.509	\$ 16.539.870	109%
7	Vehículos	\$ 1.258.443.971	\$ 463.253.345	37%
8	Transporte	\$ 161.508.042	\$ 21.162.420	13%
9	Marítimo	\$ 67.885.018	\$ 4.543.973	7%
10	Aviación	\$ 57.537.898	\$ 891.520	2%
11	Robo	\$ 43.381.700	\$ 10.263.436	24%
12	Dinero y Valores	\$ 8.067.958	\$ 1.088.770	13%
13	Agropecuario	\$ 69.662.585	\$ 12.429.584	18%
14	Todo riesgo para contratistas	\$ 54.345.426	\$ 4.650.754	9%
15	Montaje de maquinaria	\$ 7.296.124	\$ 882.632	12%
16	Rotura de maquinaria	\$ 78.618.332	\$ 5.096.938	6%
17	Perdida de beneficio por rotura de maquinaria	\$ 4.385.731	\$ 4.561.210	104%
18	Equipo y maquinaria de contratistas	\$ 52.863.582	\$ 6.733.586	13%
19	Obras civiles terminadas	\$ 867.857	\$ -950	0%
20	Equipo electrónico	\$ 117.516.940	\$ 14.124.182	12%
TOTAL		\$ 4.112.854.712	\$ 1.088.016.904	26%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019)

Elaboración: La autora



La siniestralidad total en el 2018 resultó ser del 41%, como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4. Prima Neta Retenida Devengada y Costos de Siniestros

N.	Compañía Aseguradora	Prima retenida neta devengada	Costos de siniestros	Siniestralidad
1	Aig Metropolitana	\$ 74.850.198	\$ 33.415.754	45%
2	Ama América S.A. Empresa de seguros	\$ 858.258	\$ 249.164	29%
3	Aseguradora del sur	\$ 39.168.128	\$ 12.974.946	33%
4	BMI	\$ 28.186.819	\$ 14.636.811	52%
5	Bupa Ecuador S.A. Compañía de Seguros	\$ 24.713.573	\$ 15.094.400	61%
6	Chubb Seguros S.A.	\$ 124.854.036	\$ 30.261.879	24%
7	Coface S.A.	\$ 2.631.802	\$ 148.857	6%
8	Colón	\$ 178.601	\$ 26.015	15%
9	Cóndor	\$ 7.253.698	\$ 2.677.987	37%
10	Constitución C.A. Compañía de Seguros	\$ 6.876.555	\$ 2.885.549	42%
11	Ecuatoriano Suiza	\$ 20.284.220	\$ 6.202.380	31%
12	Equinoccial	\$ 86.407.388	\$ 34.712.378	40%
13	Equivida Compañía de Seguros S.A.	\$ 90.797.487	\$ 28.150.641	31%
14	Generali	\$ 27.951.059	\$ 16.061.011	57%
15	Hispana	\$ 19.843.641	\$ 9.880.552	50%
16	Interoceánica C.A. de Seguros.	\$ 5.807.674	\$ 1.604.914	28%
17	La Unión	\$ 2.142.239	\$ 1.219.730	57%
18	Latina Seguros C.A.	\$ 34.007.992	\$ 16.585.044	49%
19	Liberty Seguros S.A.	\$ 49.419.498	\$ 20.533.028	42%
20	Mapfre Atlas	\$ 30.889.042	\$ 11.884.056	38%
21	Oriente Seguros S.A.	\$ 11.758.322	\$ 2.680.130	23%
22	Pan American Life de Ecuador Compañía de Seguros S.A.	\$ 44.075.069	\$ 24.012.560	54%
23	Pichincha	\$ 133.333.741	\$ 40.586.185	30%
24	Seguros Alianza S.A.	\$ 11.668.253	\$ 5.504.592	47%
25	Seguros Confianza S.A.	\$ 8.576.985	\$ 2.105.910	25%
26	Seguros Sucre S.A.	\$ 116.618.242	\$ 68.026.559	58%
27	Sweaden Compañía de Seguros S.A.	\$ 25.745.106	\$ 12.196.119	47%
28	Unidos	\$ 30.152.741	\$ 19.015.984	63%
29	Vazseguros S.A. Compañía de seguros	\$ 11.919.001	\$ 5.553.243	47%



30	Zurich Seguros Ecuador S.A.	\$	103.200.610	\$	47.779.481	46%
31	Reaseguradora del Ecuador	\$	25.594.424	\$	8.690.851	34%
TOTAL		\$	1.199.764.403	\$	495.356.708	41%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019)

Elaboración: La autora

MARCO REFERENCIAL

Cultura

El concepto de cultura puede abarcar diferentes elementos, según Eagleton (2001): “la cultura se puede entender, aproximadamente, como el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico” (pág. 58). Así también, Tylor (1871) indica que la cultura “abarca el conocimiento, las creencias, el arte, las leyes, las costumbres, y cualesquiera otras capacidades y hábitos que el hombre haya adquirido como miembro de la sociedad” (Eagleton, 2001, pág. 58).

Cultura aseguradora

La cultura aseguradora está determinada por los conocimientos y actitudes de la población frente a los temas relacionados con los seguros, se 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 (FUNDACIÓN MAPFRE, 2015, pág. 14).

El mismo autor distingue cuatro dimensiones de la cultura aseguradora como son:

Conocimiento: (Comprensión del seguro o relacionados). Esta dimensión aborda el conocimiento “teórico o conceptual” que tienen las personas de los seguros. Por lo tanto, su contenido tiene que ver con los conceptos y la terminología.



Uso: (Toma de decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda). Esta dimensión hace referencia, de forma complementaria a la anterior, a los conocimientos “sobre la práctica” de las personas en el ámbito del seguro: a quién tienen que consultar, qué tienen que hacer o dónde pueden acudir.

Educación: (Información, enseñanza y/o asesoramiento). Esta dimensión alude a los medios que se utilizan por parte de la población para adquirir conocimientos sobre el seguro y las posibles formas de mejorarlos.

Previsión: (Realización de acciones para mejorar su bienestar y seguridad): Esta última dimensión de la cultura aseguradora, tiene que ver con las acciones que las personas realizan para protegerse a sí mismas, a sus familias y/o sus bienes; y la importancia que le dan al seguro (FUNDACIÓN MAPFRE, 2015, págs. 28-29).

Cálculo de una prima

Pinos (2019), indica que, la prima que pagará el asegurado se determina mediante la fórmula:

$$\text{Tasa comercial} = \text{tasa de riesgo} (1 + \text{margen de seguridad}) / 1 - g$$

Dónde:

Tasa de riesgo = (costo promedio de siniestros) * (la probabilidad del siniestro)

Margen de seguridad = considera las desviaciones

g = Comisiones + Gastos administrativos + Utilidad

Una vez que el usuario tiene información de la prima que debe pagar se enfrenta a la toma de decisiones. Por lo que es necesario el uso de la teoría de la utilidad.

Teoría de la utilidad y aseguramiento

Rossetti (1979) indica que: mientras los deseos materiales del hombre parecen insaciables, los recursos para atenderlos siguen siendo escasos, por lo tanto, su empleo debe ser racional y las sociedades enfrentan el problema de administrarlos bien para lograr su plena utilización y mejor combinación.



Pinos (2019), afirma que: la teoría de la utilidad surge debido a que “no podemos prever las consecuencias de nuestras decisiones, sino que a lo más, podemos ordenar nuestras decisiones con relación a la incertidumbre asociada a nuestras expectativas futuras” (pág. 47). Para afrontar dicha incertidumbre el autor indica que:

Esta teoría define criterios que permiten tener en cuenta el riesgo-rendimiento con el objetivo de maximizar la utilidad esperada de los recursos (pues se supone que los decisores deben tomar decisiones racionales entre un gran número de alternativas), para lo cual se tiene en cuenta la esperanza matemática de los recursos y los riesgos asumidos para la obtención de ella, y usarlo como criterio de elección en futuros aleatorios, y determinar la función de utilidad que permita ordenar eventualidades (Pinos, 2019).

Entonces los decisores tratarán de maximizar la esperanza matemática de la utilidad de sus recursos:

Representamos $U(r)$ a la función de utilidad de un ente, como función de sus recursos (r).

$$\max E[U(r)] = \sum_i U(r_i) * p_i$$

De la función de utilidad se puede determinar el nivel de aversión al riesgo de los decisores entre los cuales están:

1. Cuando la función de utilidad crece menos que proporcionalmente es **cóncava**, la utilidad marginal con respecto a los recursos es decreciente $U''(r) < 0$, el decisor es adverso al riesgo. Bajo este contexto, un decisor estará dispuesto a pagar una prima de seguros para no asumir dicho riesgo, porque la utilidad que le proporciona el asegurarse es mayor que la Utilidad esperada de no asegurarse.
2. Cuando la función de utilidad crece más que proporcionalmente es **convexa**, la utilidad marginal respecto a los recursos es creciente $U''(r) > 0$, es propenso al riesgo. Bajo este contexto, un decisor no estará dispuesto a pagar una prima de seguros y transferir el riesgo, porque la utilidad que le proporciona el asegurarse es menor que la Utilidad esperada de no asegurarse.



3. En caso que la función de utilidad creciera en forma constante, se trataría de una **recta**, la utilidad crece de manera proporcional. $U''(r) = 0$, indiferente. Es indiferente respecto al riesgo, es decir, la Utilidad que le proporciona asumir el Riesgo y no pagar una prima **ES IGUAL** a la Utilidad que le proporciona el aseguramiento. (Pinos, 2019)

Decisión de Aseguramiento

Una vez identificados los riesgos y posibles consecuencias desfavorables como pérdidas o a las que están expuestas la salud, vida y patrimonio de las personas. Se espera que estas busquen (en caso de ser adversos al riesgo) contratar una póliza que les brinde la seguridad de que su familia y sus bienes estarán protegidos ante la ocurrencia de un siniestro.

La teoría económica de la utilidad esperada plantea que las personas, cuando son adversas al riesgo, estarán dispuestas a comprar seguros para cubrir grandes pérdidas que puedan tener ante la ocurrencia futura de eventos inciertos. Bajo este enfoque, los asegurados prefieren asumir una pequeña pérdida con certidumbre en el presente (prima de seguro) para evitar asumir una pérdida futura mayor, aunque incierta (Mayorga, 2015, pág. 32).

Economía Conductual en el estudio de la demanda de seguros

“El mensaje principal de este grupo de teorías es que las personas no toman decisiones económicas en la forma en que los modelos económicos, basados en los axiomas de racionalidad económica, lo predecirían” Kuhnreuter et al (2003) citado por Mayorga (2015).

Kirova y Steinmann (2013) aseguran que:

El uso de la economía conductual permite a las compañías aseguradoras mejorar su enfoque gracias a que les ayuda a entender las razones que tienen los consumidores para no contratar un seguro, pues aun cuando son conscientes de que si lo hicieran mejorarían su bienestar. Su utilidad también se dirige hacia el diseño del producto y la búsqueda de mejorar la experiencia de compra de los consumidores ayudándolos a superar sesgos psicológicos existentes, estos autores también indican que entre las razones, por las que



los clientes no compran seguros de vida están el precio, asequibilidad, rentabilidad, falta de necesidad percibida, complejidad, conocimiento limitado del producto y falta de confianza en el sector asegurador (pág. 36).

Ley general de seguros

“Art. 1.- La Ley General de Seguros regula la constitución, organización, actividades, funcionamiento y extinción de las personas naturales y jurídicas que integran el sistema de seguro privado” (SCVS, 2014). “A partir del 12 de septiembre de 2015 la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, asume el control y parte de la regulación del sector de seguros privados” (SCVS, 2015).

Definición de elementos relacionados con seguros

Definiciones y elementos del contrato de seguro establecidos en el Decreto Supremo 1147 (1963): Legislación sobre el contrato de seguro.

- **Seguro**

Art. 1.- El seguro es un contrato mediante el cual una de las partes, el asegurador, se obliga, a cambio del pago de una prima, a indemnizar a la otra parte, dentro de los límites convenidos, de una pérdida o un daño producido por un acontecimiento incierto; o a pagar un capital o una renta, si ocurre la eventualidad prevista en el contrato.

- **Elementos esenciales**

Art. 2.- Son elementos esenciales del contrato de seguro: 1. El asegurador; 2. El solicitante; 3. El interés asegurable; 4. El riesgo asegurable; 5. El monto asegurado o el límite de responsabilidad del asegurador, según el caso; 6. La prima o precio del seguro; y, 7. La obligación del asegurador, de efectuar el pago del seguro en todo o en parte, según la extensión del siniestro. A falta de uno o más de estos elementos el contrato de seguro es absolutamente nulo.

- **Asegurador**

Art. 3.- (...) se considera asegurador a la persona jurídica legalmente autorizada para operar en el Ecuador, que asume los riesgos especificados en el contrato de seguro; solicitante a la persona



natural o jurídica que contrata el seguro, sea por cuenta propia o por la de un tercero determinado o determinable que traslada los riesgos al asegurador; asegurado es la interesada en la traslación de los riesgos; y, beneficiario, es la que ha de percibir, en caso de siniestro, el producto del seguro. Una sola persona puede reunir las calidades de solicitante, asegurado y beneficiario.

- **Riesgo**

Art. 4.- Denominase riesgo al suceso incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del solicitante, asegurado o beneficiario, ni de la del asegurador y cuyo acaecimiento hace exigible la obligación del asegurador. Los hechos ciertos, salvo la muerte, y los físicamente imposibles no constituyen riesgo y son, por tanto, extraños al contrato de seguro.

- **Póliza**

Art. 6.- El contrato de seguro se perfecciona y prueba por medio de documento privado que se extenderá por duplicado y en el que se harán constar los elementos esenciales. Dicho documento se llama Póliza; ésta debe redactarse en castellano y ser firmada por los contratantes.

- **Objeto del seguro**

Art. 27.- Puede ser objeto de contrato de seguro contra daños, todo interés económico en que una persona tenga en que no se produzca un siniestro (SCVS, 1963, págs. 2-6).

Sin embargo, se debe tener en cuenta que: “El contrato de seguro no asegura "cualquier" riesgo, sino que éste debe estar definido y delimitado, figurando el alcance del seguro, sus exclusiones, la cuantía y el plazo durante el cual está cubierto el riesgo por el seguro” (Pérez Torres, 2011).

El glosario de términos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015) define los términos:

- **Siniestralidad**



Conjunto de siniestros producidos durante un periodo de tiempo determinado en una póliza o grupo de ellas. También, se puede entender este concepto como la proporción entre los costos de siniestros sobre la prima retenida neta devengada.

- **Siniestro**

Es la ocurrencia del suceso o acontecimiento, comenzando las obligaciones a cargo de la compañía de seguro; las mismas que pueden ser el pago de una cantidad de dinero, una prestación de servicios, asistencia jurídica, reparación de un daño, etc. (SCVS, 2015, págs. 17-18).

- **Prima**

Es el importe que determina la aseguradora, como contraprestación o pago, por la protección que otorga en los términos del contrato de seguros o póliza. A continuación, se detalla diferentes tipos de primas que se pueden manejar en una póliza de seguro.

Tabla 5. Descripción de los Tipos de Primas

Tipo de prima	Descripción
Prima Neta Comercial	Es el costo neto de una póliza.
Prima Devengada	Parte de la prima que corresponde al periodo de la póliza que ha transcurrido.
Prima Devuelta	Valor que se reintegra al asegurado por cancelación, anulación, reducción de los riesgos.
Prima Neta	Primas emitidas por la aseguradora en la que no están incluidos los impuestos.
Prima Bruta	Prima emitida por la aseguradora incluyendo los impuestos.
Prima Pagada	Valor de la prima cobrada, de la prima neta.

Fuente: Glosario de términos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS, 2015, pág. 15)

Elaboración: La autora

- **Exclusión**

Decisión, que generalmente corresponde a la entidad aseguradora, en virtud de la cual no quedan incluidos en las garantías de la póliza determinados riesgos o, quedando incluidos éstos, las



garantías del contrato no surtirán efecto cuando concurren respecto a ellos determinadas circunstancias o condiciones preestablecidas (Fundación MAPFRE, s.f.).

- **Franquicia (deducible)**

Cantidad por la que el asegurado es propio asegurador de sus riesgos y en virtud de la cual, en caso de siniestro, soportará con su patrimonio la parte de los daños que le corresponda. El régimen de franquicias se establece generalmente a iniciativa de la entidad aseguradora para que, al existir una repercusión económica del siniestro en el propio asegurado, procure este con mayor motivo evitar su ocurrencia o reducir sus efectos (Fundación MAPFRE, s.f.).

ESTADO DEL ARTE

En distintas investigaciones la cultura aseguradora es medida de manera cuantitativa tomando en cuenta la demanda y los niveles de penetración de mercado, si bien estos artículos estudian distintos factores entre sí, entre los resultados que estos obtuvieron se observa como factor común la falta de cultura aseguradora como impedimento para la evolución satisfactoria del mercado.

El informe denominado “El mercado asegurador latinoamericano en 2017”:

(...) se enfoca en las principales magnitudes y tendencias de los mercados aseguradores latinoamericanos, revisa aspectos tales como el crecimiento de las primas, los principales rubros del balance agregado a nivel sectorial, las inversiones, las provisiones técnicas, el desempeño técnico, y los resultados y rentabilidad del sector asegurador, incluyendo una revisión de las principales tendencias estructurales, analizando la evolución de los indicadores de penetración, densidad y profundización del seguro (Fundación MAPFRE, 2018).

Dicho informe determinó que en el Ecuador se da menor prioridad a los seguros de vida tal como muestran los resultados que muestra Fundación MAPFRE (2018):



El volumen de primas del mercado asegurador ecuatoriano mostró un ligero incremento en 2017 del 0,8% en términos nominales y del 0,4% en términos reales, hasta situarse en 1.631 millones de dólares, modificando la tendencia decreciente de los dos años anteriores. Las primas del segmento No Vida, que acumulan una cuota del 77% del mercado, tuvieron una caída del 0,8%. El seguro de Vida tuvo un incremento del 6,6%, ambas modalidades, individual y colectivo, tuvieron subidas, y el seguro colectivo representa el 92% del negocio de Vida. En lo que se refiere a las líneas de negocio de No Vida, el crecimiento de Incendio, robo y líneas aliadas (0,3%), Accidentes personales (5,8%), Salud (17,7%) y Responsabilidad civil (6,9%) no compensó el descenso de las otras líneas, principalmente del seguro de Automóviles (-1,2%) y Transportes (-11%).

La federación de Aseguradores Colombianos (Fasecolda) elaboró en 2015 un estudio de demanda de seguros de vida para Colombia, tomando como población el decil de mayor ingreso del país, para analizar las razones de compra y de no compra de este tipo de seguro en los jefes de hogar. Este permitió:

Analizar los factores económicos que determinan la compra de seguros de vida por parte de los hogares y la enumeración de algunas hipótesis, basadas en el comportamiento de los consumidores de productos financieros, que podrían explicar las razones por la cuales los hogares no adquieren seguros de vida. Dicho estudio consideró relevante presentar las características socioeconómicas de los asegurados, para contrastarlas con el grupo de hogares que han decidido no estar cubiertos ante la ocurrencia de eventos de fallecimiento, enfermedad o incapacidad permanente que afecten el patrimonio familiar. Obteniendo como resultado, que ...si bien, la demanda por seguros de vida depende del nivel educativo, el nivel de ingresos y otras variables socioeconómicas, también existen variables que generan retos importantes para las compañías de seguros, tales como la tenencia de activos a largo plazo o la tenencia de fondos de ahorro (Mayorga, 2015, pág. 8).

Entre las razones de contratación o no contratación de un seguro Mayorga (2015) determinó que: "...la búsqueda de protección para la familia es la razón más importante para la elección de cobertura de seguros de vida". Por otro lado:



Determinó que las razones con mayor influencia para la no contratación son: “caros para el beneficio que ofrecen” (54%), “tiene otros mecanismos para garantizar el bienestar económico familiar por si Ud. llegará a faltar” (53%), “No confía en las compañías de seguros” (51%) o “No los necesita” (48%). Estas razones están influenciadas, de manera importante, por creencias o por deficiencias en la información que los no asegurados pueden llegar a tener sobre el funcionamiento, cobertura y costo de un seguro de vida. Este resultado podría indicar, al menos como hipótesis, que la posibilidad de mayor acceso a información relevante sobre seguros de vida, podría influir en la decisión de no comprar seguros de vida (pág. 8).

El estudio denominado “Las regulaciones de los seguros y su efecto en el ámbito privado del Ecuador” realizado por Apolinario et al. (2017): “Busca analizar la regulación de los seguros en el Ecuador mediante un estudio descriptivo, en términos económicos, sociales y legales para determinar el impacto de las compañías de seguros y sus diversas reformas a las leyes...”. Como resultado en dicho estudio concluyó que:

No existe la cultura de aseguramiento en los ecuatorianos, puesto que, carecen de confianza debido a problemáticas como: el desconocimiento, diversos acontecimientos ocurridos en el país, existencia de casos donde se han aprovechado de la confianza de los clientes, incumplimiento de contratos de seguros faltando al principio de buena fe de lado y lado. Las partes deben estar conscientes que lo que se acuerda se debe cumplir y sobre los riesgos a los cuales se está expuestos, generando confianza en la contratación y la protección que brinda este servicio. La cultura ecuatoriana en materia de seguro debe y necesita cambiar, las leyes actuales presentan productos a la talla que el asegurado requiere y que solo tocaría contratar las pólizas adecuadas. La situación actual del sistema de seguros ha mejorado, existiendo compañías dedicadas a diferentes ramos de seguros y el control por parte de las entidades gubernamentales (Apolinario, Caicedo, & Baque, 2017).

Rodríguez (2018), en su trabajo: “La cultura aseguradora y la rentabilidad de las compañías de seguros en el Ecuador” analiza las características sociales, demográficas, geográficas, así como las preferencias de las familias y de las empresas del país, encontrando patrones de



comportamiento que permitan desarrollar las estrategias necesarias para generar una cultura aseguradora en nuestro país, y determinó que:

No es de interés de la población ecuatoriana mantener un seguro privado, aunque la mayoría de los encuestados lo catalogan como una inversión que transfiere tranquilidad al reducir el riesgo al que el ser humano se encuentra expuesto, no lo adquiere aun sabiendo de los beneficios que puede conseguir cuando más lo necesita. Identificó también varias posibles causales para que una persona no adquiriera un seguro siendo estas: por falta de concientización, costos elevados, desconocimiento de beneficios, entre otros, sin embargo, cuando se tiene que hacer uso de los mismos y no se mantiene uno se plantea la interrogante por qué no adquirir sabiendo que el riesgo en las actividades que realizamos es alto, y significando un ahorro al momento de ser usados.

Existen quienes mantienen un seguro vigente ya sea por conciencia o por obligatoriedad pero representa un porcentaje mínimo frente al total de la población. En la mayoría de los casos de quienes si poseen un seguro es por estar atado a las condiciones crediticias, ya sea una vivienda con hipoteca o vehículos con deudas, determinándose que el uso de seguro para resguardar sus activos en la mayoría de casos viene incluido como condición obligatoriamente en la adquisición de un bien más no como un beneficio futuro que pueda tener el propietario, esto indica que existe un mercado potencial para ser explotado de quienes no poseen un seguro.

En el estudio denominado “Diagnóstico sobre el Mercado Argentino de Seguros” los autores García Rapp & Collich, (2011) indican que:

Existe una baja penetración de la industria y en el caso específico de los seguros de personas mantienen una escasa proporción del mercado en general debido a factores como: la ausencia de cultura aseguradora en amplios sectores de la sociedad y la insatisfecha demanda de instrumentos financieros de protección y ahorro. Además de la presencia de obstáculos para la evolución del mercado a mediano plazo entre los que están: la elevada siniestralidad sistémica, la carencia de educación vial, la ausencia de cultura aseguradora en amplios segmentos de la población, una estructura de gastos poco eficiente en una gran cantidad de entidades, y la persistente litigiosidad. En casos como el



de los seguros de automóviles, proponen mejorar la educación vial y mayor inversión en mejoramiento y mantenimiento de carpetas asfálticas en rutas u autopistas con el objetivo de disminuir los accidentes de tránsito, para incrementar los niveles de contratación en cuanto a seguros de personas, aseguran que es imprescindible generar incentivos impositivos, y restablecer condiciones generales de confianza esto mediante el fortalecimiento de la gestión de regulación y supervisión del sector de conformidad con las mejores prácticas internacionales en la materia, asegurando así la estabilidad y eficiencia financiera del mercado.

Albarrán (2000) en su estudio “Análisis Económico y Estadístico de los factores determinantes de la demanda de los seguros privados en España” pretende revelar la estructura, pautas de comportamiento y preferencia de los clientes, ofreciendo información relevante a la hora de aunar o acercar intereses entre consumidores y “productores” de seguros. El estudio se basa en la Teoría de la Demanda del Consumidor (elección en ámbito de incertidumbre) para llegar a conocer los factores determinantes de la misma. Analiza factores que teóricamente determinan y condicionan la demanda de seguros privados como son: demográficos, económicos, socioculturales, políticos, legales y tecnológicos; el autor concluye que:

En el seguro de vida, la contratación es proporcional al nivel de estudios, mientras que, en el caso de seguros de automóviles ocurre lo contrario. Como razones de no suscripción de seguros se encuentran falta de tradición aseguradora, escasa educación entre productos ofrecidos y necesidades actuales de los clientes, errores de codificación, de medida y otros debidos a falta de información (Albarrán, 2000).

MATERIALES Y MÉTODOS

Identificación de la población

El objeto de estudio comprende a la población considerada como jefes de hogar (o los cónyuges) en edades comprendidas desde los 30 años en adelante que sean del país (no se incluyó a extranjeros, puesto que vienen de culturas diferentes), la evaluación calificó a la población en cuatro dimensiones que son pilares fundamentales en el análisis de la cultura



aseguradora, al ser los potenciales clientes de las compañías aseguradoras, la población de niveles socioeconómicos medio y altos

Debido a que el INEC (2019), indica que no cuentan con un monto exacto de ingresos para definir el estrato socioeconómico de la población, se buscó información que permitiera discernir quienes se encontraban en estos estratos, por lo cual se intentó utilizar la encuesta de nivel socioeconómico del INEC, pero se descartó debido a que requería demasiado tiempo del encuestado, por esta razón se utilizó como método más rápido, un filtro que depende del nivel de ingreso, el cual se basa en los dos quintiles de ingresos más altos, cuyo monto más bajo de ingresos en conjunto con los demás miembros del hogar es de aproximadamente 800 USD, tomado de la Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo de diciembre del 2018 (ENEMDU), bajo el supuesto de que con dicho monto se podría cubrir el costo de la canasta básica familiar de 709 USD y cuya diferencia pudiera ser destinada para adquirir un seguro.

Según las proyecciones del INEC se estima que en el año 2019 el cantón Cuenca tiene aproximadamente 625.775 habitantes. De este número aproximadamente 453.499 (72,47%) se encuentran en edad de trabajar y el 63% de ellos tienen edades de 30 años en adelante.

La encuesta mencionada anteriormente indica que para el 2019 en el cantón Cuenca existen 113.490 jefes de hogar de los cuales 55.359 se encuentran en los quintiles 4 y 5 con los ingresos más altos. De estas personas aproximadamente 36.537 (66%) pertenecen al área urbana del cantón de las cuales 23.018 (el 63%) cuenta con edades de entre 30 años y más, siendo estos son quienes conforman la población a estudiar (N).

Tabla 6. Ingreso per cápita de jefes de hogar en el Cantón Cuenca

Percentiles	Media	N° Personas	Mínimo	Máximo
1	107,34	18411	20	148
2	176,64	19101	149	207
3	254,87	20619	210	298
4	367,28	24974	298	466
5	952,66	30385	467	6450
Total	429,32	113490	20	6450

Fuente y Elaboración: Encuesta ENEMDU INEC (2019)

Cálculo de la muestra



$$n = \frac{z^2 * (p)(q)(N)}{[e^2 * (N-1)] + [z^2 * (p)(q)]}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Límite aceptable de error muestral.

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de Fracaso

Desarrollo de la fórmula

n = Número de encuestas

N = 23.018 jefes de hogar

z = 1,96

e = 0.05 correspondiente al 5% de error muestral.

p= 0.5

q= 0.5

$$n = \frac{1,96^2 * (0,5)(0,5)(23.018)}{[0,05^2 * (23.018-1)] + [1,96^2 * (0,5)(0,5)]} = 377,86 = 378$$

Una vez obtenida la muestra, para la aplicación de las encuestas se procedió a utilizar un muestreo aleatorio estratificado, tomando como estratos a las distintas parroquias urbanas de la ciudad de Cuenca las cuales cuentan con un número específico de zonas en cada una de ellas.

Tabla 7. Distribución de la población por parroquias en el área urbana

N°	ESTRATO (PARROQUIA)	N° Zonas	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	N° ENCUESTAS A REALIZAR
1	YANUNCAY	13	16%	61
2	SAN SEBASTIÁN	10	12%	46
3	EL VECINO	8	10%	38
4	MACHANGARA	7	9%	34
5	BELLAVISTA	6	7%	26
6	EL BATÁN	6	7%	26
7	HUAYNACAPAC	5	6%	23



8	MONAY	5	6%	23
9	TOTORACOCHA	5	6%	23
10	HERMANO MIGUEL	4	5%	19
11	SUCRE	4	5%	19
12	CAÑARIBAMBA	3	4%	16
13	EL SAGRARIO	2	2%	8
14	GIL RAMÍREZ DÁVALOS	2	2%	8
15	SAN BLAS	2	2%	8
TOTAL		82	100%	378

Fuente: INEC (2019)

Elaboración: La autora

La información necesaria para el diagnóstico de la cultura de los seguros de la población se recolectó mediante encuestas tanto físicas como electrónicas. Con las 378 encuestadas se busca recolectar datos diferenciados por edades y género tomando como referencia los porcentajes de población en los distintos rangos de edad según el INEC (2010) que permitan hacer comparaciones entre los mismos, por lo que la muestra fue distribuida de la siguiente manera:

Tabla 8. Distribución del Número de Encuestas Según Edad y Género.

EDAD	Total	Hombres	Porcentaje	Mujeres	Porcentaje
30 -44	174	84	46%	90	46%
45 -64	136	65	36%	71	36%
65 y mas	68	33	18%	35	18%
Total	378	182	100%	196	100%

Elaboración: La autora

Método de cálculo del Índice de Cultura Aseguradora

1.1. Construcción del Índice de Cultura Aseguradora

Para la recolección de información que permita diagnosticar la cultura de los seguros en la ciudad de Cuenca, se procede a replicar la encuesta definida por De Cabo, Alcalá & Rodríguez (2015) en el trabajo denominado *Definición y medición de la cultura aseguradora: Aplicación al caso español*, en la misma, los autores han definido los factores importantes que les permitió “aproximarse a la realidad de la cultura aseguradora”, dichos factores permitieron definir una encuesta segmentada en cuatro dimensiones que trabajan con indicadores específicos de modo



que permiten realizar una medición de forma cuantitativa. Debido a ciertas diferencias en el sector asegurador entre España y Ecuador, se requiere modificar mínimamente ciertas preguntas para adaptarlas al entorno de nuestro país.

Las autoras De Cabo, Alcalá & Rodríguez (2015) expresan que:

Las premisas que se tienen en cuenta para elegir la herramienta técnica empleada para medir el fenómeno son las siguientes:

1. Que ofrezca información fiable, simplificada y fácil de interpretar sobre una realidad compleja y multidimensional, como es el nivel de cultura aseguradora de una sociedad o un grupo de población.

2. Que tenga en cuenta todas las dimensiones y ámbitos del fenómeno a medir, ofreciendo una imagen completa del mismo, al tiempo que proporcione información sobre cada una de esas dimensiones de forma independiente.

3. Que permita ser replicada y realizar comparaciones en el tiempo y entre regiones o países.

4. Que dé cabida a un análisis parcial de la cultura aseguradora entre la población de distinto sexo y edad, entendiendo éstas como variables determinantes de diferencias en la aproximación de las personas al mundo del seguro en cuanto a conocimiento, comprensión y uso.

Para esto la herramienta de medición idónea es un indicador sintético, que en el presente contexto se ha denominado Índice de cultura Aseguradora (ICA). La construcción de un indicador sintético resulta especialmente adecuada en este sentido, ya que constituye una herramienta cuantitativa tan potente y flexible que aúna la posibilidad de definir un fenómeno complejo en todas sus dimensiones, medirlo y proponer mejoras para potenciarlo y mejorarlo. De hecho, son muchos los estudios que han empleado indicadores de este tipo con objeto de medir distintos tipos de realidades. A nivel internacional, la OCDE dispone de varios manuales metodológicos en este sentido, uno de ellos elaborado en agosto de 2005 (Nardo, Michela; Saisana, Michaela; et all. [Web] 2005), y unos más reciente de 2008 (OECD [web] 2008), que constituye una de las más avanzadas revisiones y compendios sobre este tipo de herramientas.



Una de las técnicas más empleadas en la actualidad para calcular indicadores sintéticos es el análisis en componentes principales, desarrollado por Pearson en 1920 (Chatfield y Collins, 1980; Morrison, 1967). Se trata de uno de los procedimientos de estadística descriptiva y análisis multivariante que más se utiliza para sintetizar un número elevado de indicadores sobre diferentes factores determinantes de realidades complejas y multidimensionales, como el nivel de desarrollo, la calidad de vida o el bienestar. Cabe destacar, asimismo, el análisis de distancia p_2 (Pena, 1978), que propone un indicador sintético basado en el concepto de distancia y constituye una modificación de la distancia I de Ivanovic. En tercer lugar, también está extendido el uso de la ponderación de distancias L_1 y L_∞ (Díaz-Balteiro y Romero, 2004), que es un problema de programación por metas cuya función de logro trata de maximizar la suma ponderada de las distancias L_1 y L_∞ .

Y entrando en la construcción de indicadores sintéticos de fenómenos concretos, por su similitud metodológica y conceptual, cabe referirse al indicador sintético de Medio Ambiente, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2008 con objeto de “sintetizar de modo más manejable la información multidimensional recogida en la Encuesta de Hogares y Medio Ambiente 2008” (Teijeiro, Carmen; Angulo, Carlos [web] 2008).

Con todo ello de referencia, el ICA se ha enfocado como un indicador sintético que permite resumir en una sola cifra una realidad compleja como el nivel de cultura aseguradora de la sociedad, sintetizando toda la información relacionada de forma que sea más manejable y facilite la interpretación y la realización de comparaciones. (págs. 53-55)

De dicha encuesta se obtiene el Índice de Cultura Aseguradora (ICA) que se basa en cuatro dimensiones como son Conocimiento, Uso, Educación y Previsión, cada una de estas cuentan con tres indicadores base, el valor de estos indicadores surgen del cálculo del promedio ponderado del producto entre el porcentaje de la población que eligió una respuesta por el peso establecido para dicha respuesta (ver Anexo 2). Una vez obtenidos los indicadores base, se procedió a realizar una agregación mediante la aplicación de la media geométrica, lo que permite obtener los índices correspondientes a cada dimensión (Anexo 3), usando este mismo procedimiento se calcula el Índice General de Cultura Aseguradora (ICA).



Según los autores De Cabo, Alcalá & Rodríguez (2015), el índice general calculado tiende a tomar valores de entre 0 y 100 dentro de los cuales se pueden identificar tres niveles de cultura aseguradora como son bajo, medio y alto, cuyos rangos se definen a continuación:

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

Diseño de la encuesta

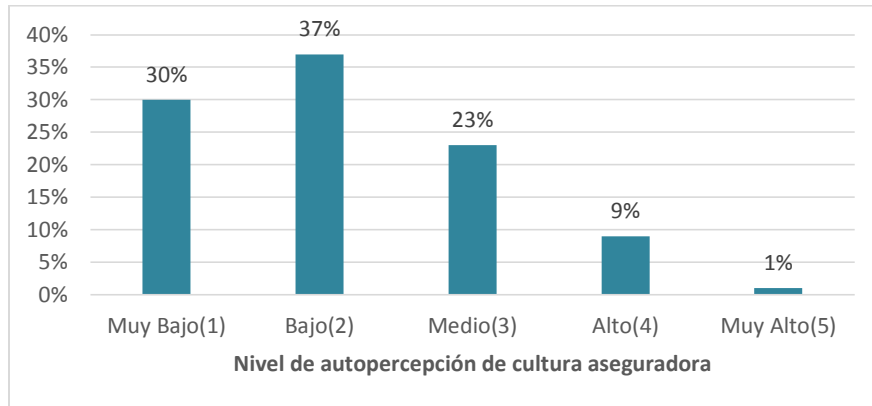
Además de las preguntas que permiten calcular el ICA mencionadas anteriormente, se incluyeron también, preguntas relacionadas a variables socioeconómicas como nivel de ingresos, nivel de educación, variables de percepción acerca de cultura de los seguros y variables de publicidad que permiten conocer opiniones e información adicional de los encuestados.

RESULTADOS

Autovaloración de la Cultura Aseguradora

Los datos obtenidos en el apartado de autopercepción del nivel de cultura aseguradora, muestran que la población Cuencana considera que su nivel de cultura aseguradora. El 23% de la población lo califica como medio y el 37% considera que tiene un nivel bajo. El 30% de la población considera que su nivel es muy bajo, mientras que el 9% lo considera alto y solo el 1% lo califica de muy alto.

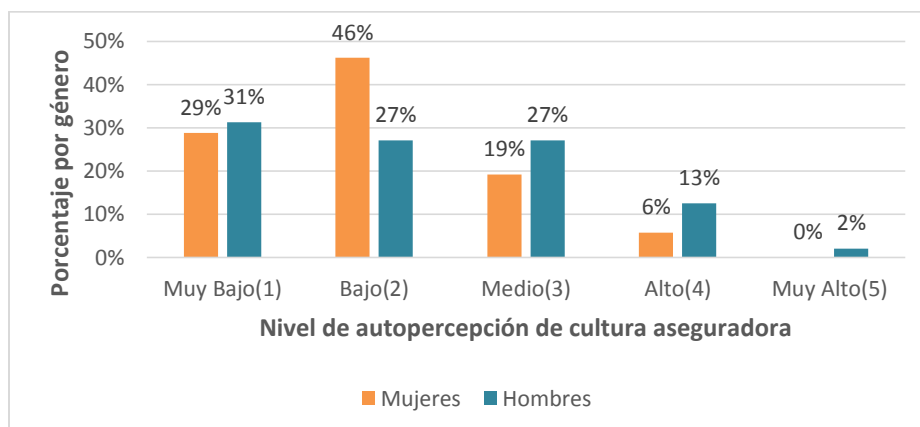
Gráfico 4. Nivel de cultura aseguradora general, según su autopercepción.



Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Se observa que el nivel de cultura aseguradora que consideran tener los hombres en el caso de las opciones “alta” y “muy alta” es mayor que el de las mujeres con un porcentaje de 13% que lo consideran alto y 2% como muy alto, en cambio el porcentaje de mujeres es del 6% y 0% respectivamente. También, es importante notar que hay un porcentaje más alto de hombres que de mujeres, que consideran que su nivel de cultura aseguradora es muy bajo, siendo este el 31% de hombres frente al 29% de las mujeres. Un 46% de mujeres puntúa su nivel de cultura aseguradora como bajo frente a un 27% de los hombres, mientras que el 19% de mujeres consideran que es medio frente al 27% de hombres.

Gráfico 5. Nivel de cultura aseguradora por género, según su autopercepción.



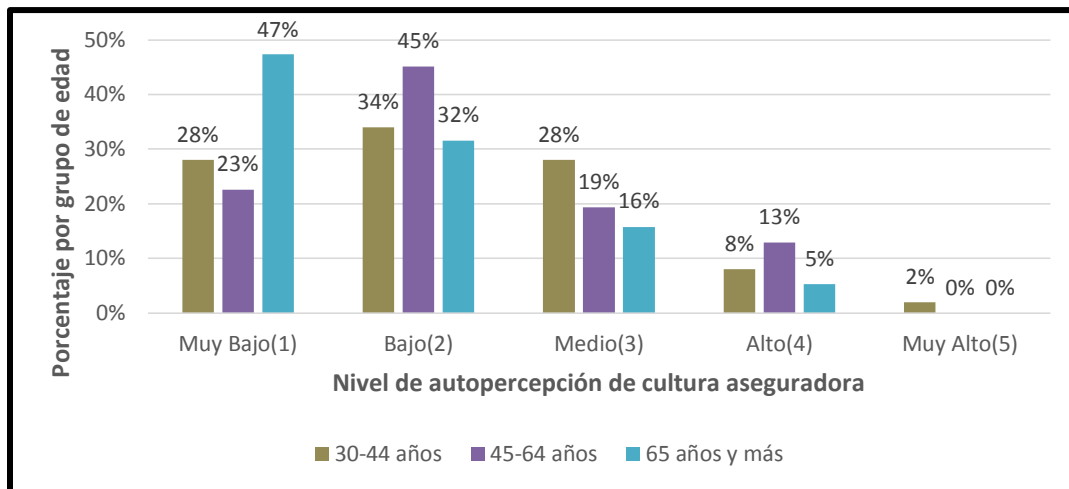
Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora



La autopercepción con respecto a los rangos de edad estudiados permite observar que en general la mayor parte de la población entre los 30 a 44 años, consideran que su nivel de cultura aseguradora es bajo con un 34% de ellos que lo puntúa así, un 45% de la población de 45 a 64 años los considera como bajo y un 47% de la población de 65 años o más considera que su nivel es muy bajo. Según los resultados, en la escala del 1 al 5 la población de 30 a 44 años y la de 45 a 64 años considera que su nivel de cultura aseguradora es de medio-bajo con una media ponderada de 2,22 puntos y 2,23 puntos respectivamente, mientras que esta media toma un valor de 1,79 puntos para la población de 65 años o más lo que significa que este grupo considera que tienen una cultura aseguradora entre baja y muy baja.

El 8% de la población entre 30 a 44 años considera tener un nivel de cultura aseguradora alto, frente al 13% de la población de 45 a 64 años y el 5% de los mayores de 65 años. Se observa que solo la población más joven, un 2%, lo puntúa como muy alto.

Gráfico 6. Nivel de cultura aseguradora por rango de edad, según su autopercepción.



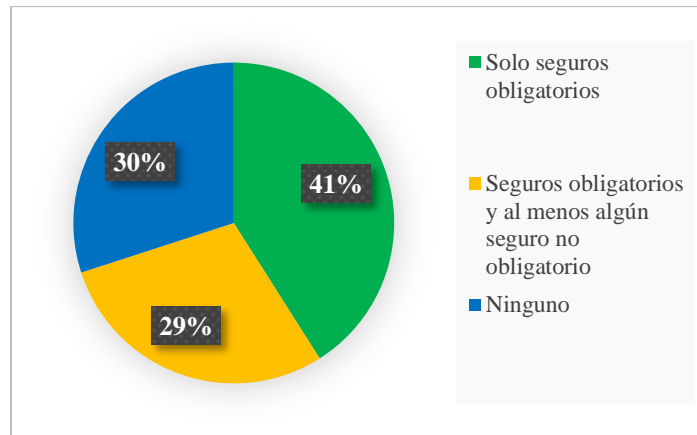
Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Distribución por tipos de seguros contratados y ramos

Se puede observar que del 100% de personas encuestadas un 30% no cuenta con ningún tipo de seguro, ya sea público o privado. El 41% cuenta solo con seguros obligatorios y el 29% restante

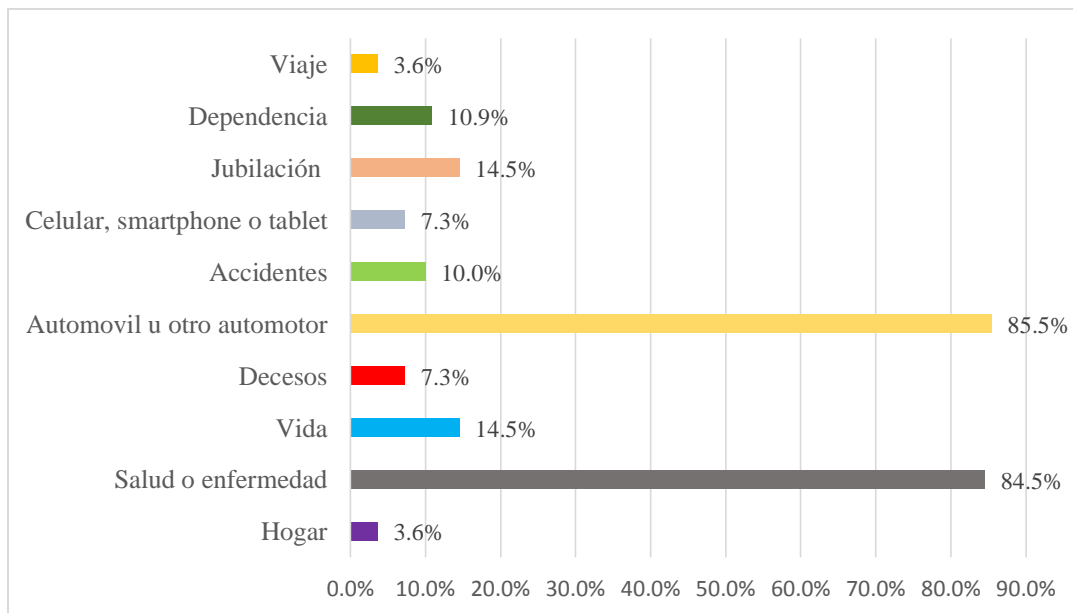
cuenta con seguros obligatorios (IESS o de automóvil) y al menos un seguro no obligatorio (seguros privados).

Gráfico 7. Tipo de seguro que tiene contratado

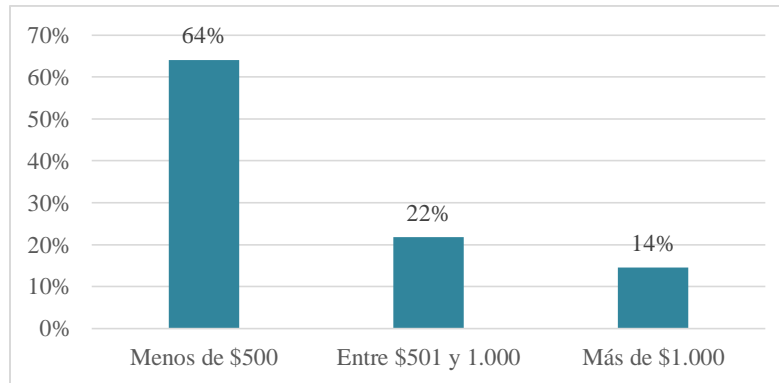


Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Gráfico 8.- Ramo de seguros contratados



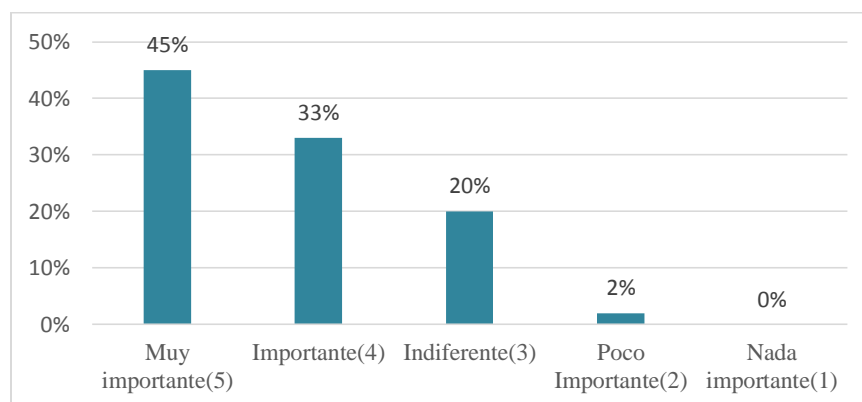
Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Gráfico 9. Monto de los seguros contratados

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Importancia de contratar un seguro

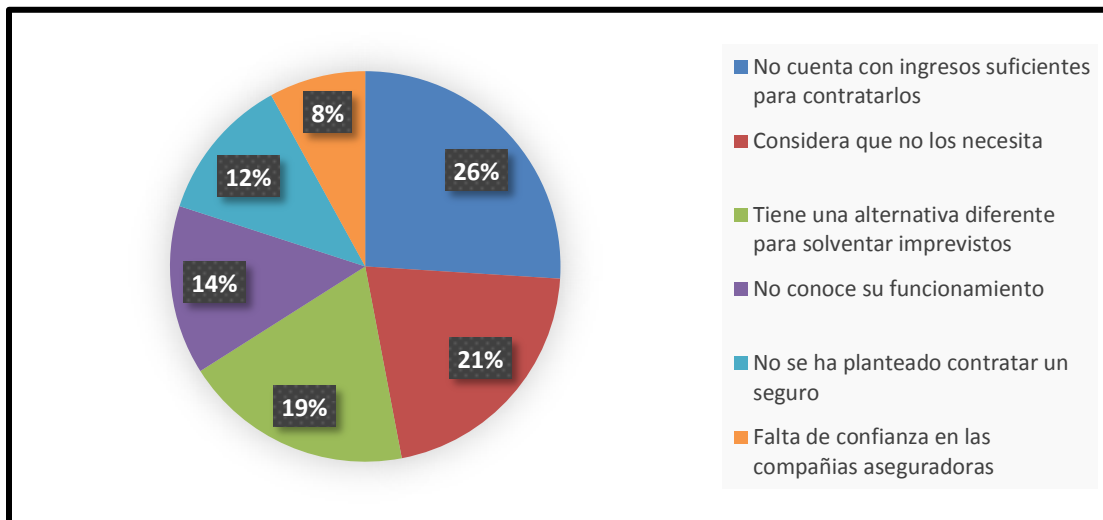
La población estudiada en su mayoría reconoce que la contratación de un seguro es “importante” o “muy importante” con un porcentaje de 33% y 45% respectivamente, mientras que, un 20% se encuentra indiferente ante la contratación de seguros y un 2% considera que es poco importante.

Gráfico 10. Importancia que se le da a la contratación de un seguro

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Entre la población que no cuenta con un seguro privado o voluntario, la principal razón para no contratarlo está relacionado con el factor ingresos económicos, pues el 26% afirma que no cuentan con los recursos necesarios para contratar un seguro. Entre las demás razones están que el 21% considera que no lo necesita, el 19% afirma tener una alternativa diferente para hacer frente a sus imprevistos, el 14% no conoce cómo funcionan los seguros, mientras que el 12% de la población indica que no se ha planteado contratar un seguro y por último, un 8% afirma que es debido a la falta de confianza en las compañías aseguradoras.

Gráfico 11. Razones de no contratación de un seguro



Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.

Elaboración: La autora

El Índice de Cultura Aseguradora (ICA) general

Una vez calculado el valor total del ICA, para el total de población estudiada, el índice toma un valor de 33,07 puntos que se interpreta como un nivel de cultura aseguradora medio-bajo (según la interpretación de ICA de 1 a 33 puntos el nivel es bajo y de 34 a 66 es medio), dicho resultado se contrasta con el nivel de autopercepción de la población que en su mayoría considera que efectivamente su nivel de cultura aseguradora es medio o bajo.

En cuanto a los resultados por dimensiones, se observa que la que mejor puntaje obtuvo es la dimensión “Uso” con 53,35 puntos, lo que indica un nivel de cultura aseguradora medio,



con respecto a conocimiento de temas relacionados a dónde acudir a contratar un seguro, a quién perjudica el fraude y dónde acudir en caso de reclamos. En segundo lugar, se encuentra la dimensión “**Conocimiento**” con un valor de 49,49 puntos y también, con un nivel de cultura aseguradora medio con respecto al “dominio teórico de conceptos relacionados con los seguros”. En la dimensión Previsión el valor es de 22,88 puntos, lo cual revela un nivel de cultura aseguradora bajo con respecto a las “acciones que realiza la población para garantizar la estabilidad y bienestar de su familia y patrimonio”. Por último, la dimensión “**Educación**” es la que ha obtenido el puntaje más bajo con un valor de 19,80 puntos, evidenciando una cultura aseguradora baja en cuanto al “interés en la adquisición de conocimientos en materia de seguros”. El detalle del valor obtenido por cada dimensión se muestra en la siguiente tabla:

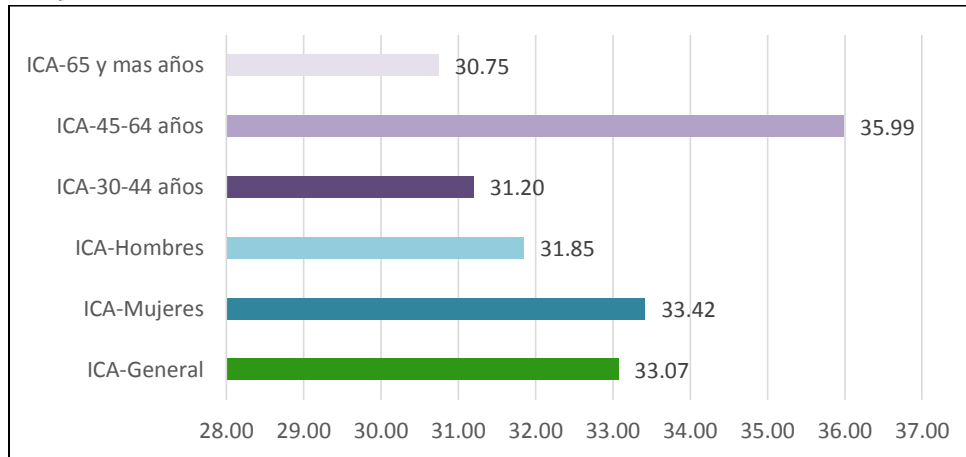
Tabla 9. Índice General por Dimensiones y Total

Dimensión	Valores
Conocimiento	49,49
Uso	53,35
Educación	19,8
Previsión	22,88
ICA General Total	33,07

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

A continuación, se puede observar y comparar los valores del ICA general con el ICA respecto a variables como género y rango de edad.

Gráfico 12. Comparación de los resultados de los ICA general, por edades y sexo.



Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Indicadores base

Para cada dimensión se calcularon tres indicadores básicos, cuyos valores dependen de las respuestas que dio la población a cada una de las preguntas. En el caso de la dimensión Conocimiento las respuestas a cada pregunta evidenciaron que:

Pregunta 1. ¿Para qué sirve un seguro? El 54% de la población eligió la respuesta “para proteger los bienes y/o su familia de sucesos inciertos” y el 26% respondió “para la cobertura de todos mis riesgos”.

Pregunta 2. ¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio? El 100% de la población conoce que el seguro para vehículos es obligatorio, pero solo el 43% sabe que sirve para contratar hipotecas y solo un 28% para realizar estudios en el extranjero.

Pregunta 3. ¿Conoce el significado de los términos relacionados con los seguros? En esta pregunta se tomaron en cuenta cinco términos de los cuales, para el término “Tomador” el 46% de la población conoce su significado, el 34% conoce el significado de “Póliza”, 59% sabe que es la “Prima”, el 17% conoce a que hace referencia “Franquicia (deducible)” y el 75% conoce el significado del término “exclusiones”.

En la dimensión Uso se obtuvieron las siguientes respuestas:



Pregunta 4. ¿Quién puede vender un seguro? El 100% de la población conoce que puede contratar un seguro en una Aseguradora, pero solo un 18% sabe que también se puede contratar en una correduría.

Pregunta 5. ¿A quién perjudica el fraude cuando se simula un siniestro? La respuesta “A la compañías de seguros y a los asegurados” que fue elegida por el 31% de la población, mientras que las respuestas “Al defraudador” y “A la compañía aseguradora” fueron elegidas por el 17% y el 41% de la población respectivamente.

Pregunta 6. ¿Dónde acudiría si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros? La respuesta “A la propia compañía de seguros” que fue elegida por el 71% de la población.

Para la dimensión Conocimiento las respuestas fueron las siguientes:

Pregunta 7. ¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros? La población ha respondido que sus conocimientos en seguros los han adquirido en un 26% gracias a la experiencia personal, un 7% por su profesión, debido a sus estudios superiores un 13% y mediante sus estudios secundarios el 3%; mientras que, el 51% restante indica que no sabe de seguros o sabe muy poco.

Pregunta 8. ¿Qué método es más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros? El 30% de la población considera que es mejor asistir a cursos especializados, mientras que el 36% dice que, por cuestiones de tiempo, lo mejor es consultar materiales diversos como libros, internet u otros. Un pequeño porcentaje del 8% prefiere preguntar a sus amigos o familiares y el 6% dice que buscaría otras alternativas. Así también, se observó que el 20% de la población no está interesado en mejorar sus conocimientos sobre seguros.

Pregunta 9. ¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros de la población? El 22% de la población consideró que es responsabilidad de los propios usuarios el mejorar su educación en temas de seguros, mientras que un 30% consideró que deben encargarse las asociaciones o colegios profesionales y/o compañías aseguradoras, el 15% indicó que deben ser los organismos reguladores del sector seguros, el 5% creen que deben ser las



asociaciones de usuarios de seguros y el 28% considera que el sistema educativo tiene el deber de mejorar la educación de la población en materia de seguros.

Y, por último, en la dimensión Uso, se obtuvieron las siguientes respuestas:

Pregunta 10. ¿Qué haría para protegerse y proteger a su familia y patrimonio de un posible riesgo? El 61% de la población considera que para protegerse de un posible riesgo, es mejor contratar un seguro, mientras que el 15% eligió la respuesta “tratar de evitar al máximo cualquier situación de riesgo”, el 19% seleccionó “ahorrar para subsanar los posibles daños futuros”, el 3% “instalar una alarma en casa” y por último está el 2% que eligió la opción “no hacer nada y va a asumir las consecuencias”.

Pregunta 11. ¿Cuál es su gasto anual en seguros? De la población que cuenta con seguros (públicos o privados) el 14% gasta más de USD 1.000 en seguros al año, el 22% gasta entre USD 501 y 1.000 y el 64% gasta menos de USD 500.

Pregunta 12. ¿Qué está haciendo (o ha hecho) para preparar su jubilación? El 15% de la población indicó que está combinando el aporte a la seguridad social con un producto privado, el 40% señaló que solo está aportando al seguro social para cobrar pensión, un 16% indica que se encuentra ahorrando y el 26% no se lo ha planteado todavía.

Resultados del ICA por género

Además del ICA general, se calculó también el índice para variables respecto a sexo y edad, puesto que “las características sociodemográficas de la población, y en particular su sexo y su edad, inciden en su nivel de cultura aseguradora” (FUNDACIÓN MAPFRE, 2015).

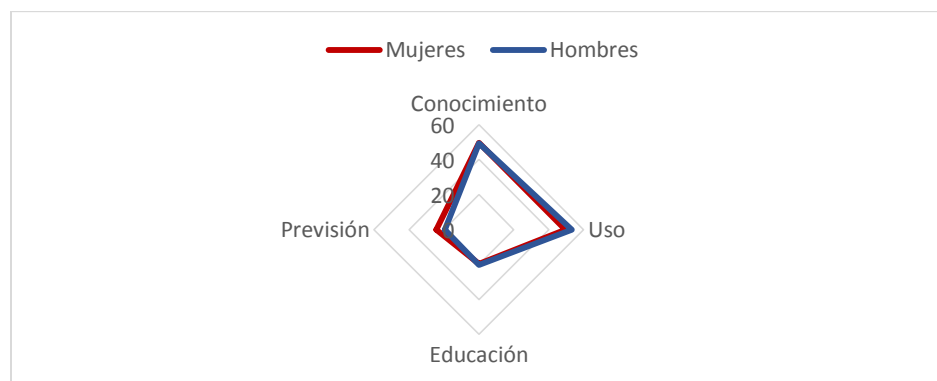
El ICA para la población femenina alcanza los 33,42 puntos por los que se considera que tiene un nivel de cultura aseguradora medio-bajo, el cual es mayor al de la población masculina, cuyo valor es de 31,85 puntos.

Los valores correspondientes a las dimensiones Conocimiento y Uso son muy parecidos entre la población femenina y masculina, con 49,44 puntos en mujeres y 49,33 puntos para el caso de los hombres en la dimensión conocimiento; mientras que en la dimensión Uso los valores son de 53,50 puntos de las mujeres y 53,19 puntos en los hombres. En la dimensión



Educación, se observa que el índice es mayor para los hombres con 20,16 puntos frente a los 19,50 puntos de las mujeres. Sin embargo, en la dimensión Previsión, las mujeres tienen mayor puntaje que los hombres con 24,18 y 19,47 puntos respectivamente. Lo que indica que la población femenina pone mayor énfasis en realizar acciones preventivas ante los riesgos.

Gráfico 13. Dimensiones del Índice de Cultura Aseguradora por género



Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.

Elaboración: La autora.

A continuación, se detallan los datos desagregados de los indicadores base por dimensión y por género.

Tabla 10. Índice de Cultura Aseguradora (ICA) por género

Dimensiones	Mujeres		Hombres	
	Indicador	Dimensión	Indicador	Dimensión
Conocimiento	39,23		46,67	
	63,08	49,44	59,38	49,33
	48,85		43,33	
Uso	71,06		71,54	
	30,29	53,50	29,69	53,19
	71,15		70,83	
Educación	12,84		14,50	
	28,75	19,50	28,23	20,16
	20,10		20,00	
Previsión	36,35		35,88	
	16,86	24,18	10,12	19,47
	23,08		20,31	
TOTAL	ICA- Femenino	33,42	ICA- Masculino	31,85



Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Resultado del ICA por edad

En cuanto a grupos de edad, el valor del ICA para la población de entre 30 y 44 años es de 31,20 puntos, lo que significa un nivel de cultura aseguradora bajo, el ICA tiende a ser medio para la población de entre 45 y 64 años con un valor de 35,99 puntos, pero se evidencia que para la población de 65 años en adelante el nivel vuelve a ser bajo con 30,75 puntos.

En la Dimensión Conocimiento el indicador presenta valores de 46,65 puntos para la población de 30 a 44 años, sube a 52,22 puntos para el rango de 45 a 64 años y vuelve a bajar para la población mayor de 65 años con un valor de 50,63 que si bien es menor al valor de la población de mediana edad, muestra ser mayor al de la población de 30 a 44 años. Estos puntajes indican que sin importar el rango de edad la población tiene un nivel de cultura aseguradora medio con respecto a conocimientos sobre el tema seguros.

En la Dimensión Uso se tiene la misma tendencia que en la dimensión anterior, siendo los valores 51,61 puntos para la población de 30 a 44 años, 59,01 puntos para los de 45 a 64 años y 48,03 puntos en el caso de los de 65 años o más. Todos estos valores indican un nivel de cultura aseguradora medio “en lo que se refiere a aspectos prácticos relacionados con la toma de decisiones informadas o saber dónde acudir para pedir ayuda” (FUNDACIÓN MAPFRE, 2015) .

Para la Dimensión Educación los valores indican un nivel de cultura aseguradora bajo, pues toma un valor de 21,30 puntos para la población de 30 a 44 años, 19,66 puntos para los de 45 a 64 y 14,84 puntos en el caso de los de 65 años o más. Esta información muestra que aun cuando estos valores son bajos, la población más joven es la que mayor Educación en seguros posee, esto puede explicarse debido a la gran cantidad de información a la pueden tener acceso gracias a sus habilidades en el manejo de medios electrónicos.

Y, por último, para la Dimensión Previsión el ICA alcanza su mayor valor de 27,70 puntos para la población de 45 a 64 años, pero se observa que tiene valores más bajos para la



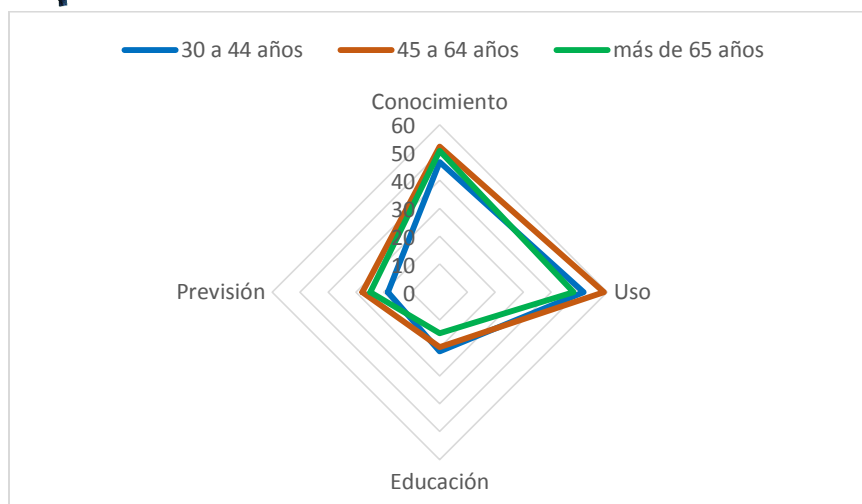
población más joven de 30 a 44 años con 18,48 puntos frente a los 24,77 puntos que alcanza la población mayor de 65 años. Estos puntajes indican que para todos los rangos de edad el nivel de cultura aseguradora es bajo en cuanto a acciones de previsión se trata.

En general dentro de los tres rangos de edad se observa que las mayores debilidades se encuentran en las dimensiones Educación y Previsión, cuyos valores se encuentran entre 27,70 puntos como máximo y 14,84 puntos como mínimo. Las Dimensiones Conocimiento y Uso tienen valores más favorables con un máximo de 59,01 puntos y 46,65 puntos como mínimo.

Se observa que el ICA de la población más joven y el de la población de 65 años o más, tienen un nivel de cultura aseguradora muy parecido de 31,20 y 30,75 puntos respectivamente, con valores muy cercanos en el caso de las dimensiones de Conocimiento y Uso, pero en cuanto a las Variables Educación y Previsión, los valores son muy diferentes puesto que los más jóvenes tienen un mejor puntaje en la dimensión educación, esto debido a la ventaja que supone el mayor acceso a información como mencionaba anteriormente, mientras que los mayores de 65 años muestran mayor fortaleza en la dimensión previsión lo que se explica mediante la experiencia personal obtenida gracias a todos sus años vividos.

Estos datos demuestran también que la población de mediana edad es la que tiene mayor nivel de cultura aseguradora esto podría explicarse debido a que ellos tienen mayores responsabilidades familiares, como la de velar por la seguridad de los miembros de su familia, contrario a la población más joven que pueden estar apenas empezando su vida familiar o en el caso de los mayores de 65 años quienes están ya jubilados y no tienen que hacerse cargo más que de sí mismos y su pareja en algunos casos.

Gráfico 14. Comparación entre Dimensiones del Índice de Cultura Aseguradora por rangos de edad



Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

A continuación, se detallan los valores desagregados por cada rango de edad.

Tabla 11. Índice de Cultura Aseguradora (ICA) por grupos de edad

Dimensiones	Personas 30 a 44 años		Personas 45 a 64 años		Personas de +65 años	
	Indicador	Dimensión	Indicador	Dimensión	Indicador	Dimensión
Conocimiento	41,20		42,58		47,37	
	61,00	46,65	63,23	52,22	58,95	50,63
	40,40		52,90		46,47	
Uso	65,20		77,89		76,56	
	31	51,61	31,45	59,01	25	48,03
	68		83,87		57,89	
Educación	13,74		13,49		13,62	
	34,00	21,30	29,84	19,66	11,84	14,84
	20,70		18,87		20,26	
Previsión	37,91		37,03		29,95	
	12,81	18,48	19,24	27,70	16,07	24,77
	13,00		29,84		31,58	
	ICA- Personas de 30 a 44 años	31,20	ICA- Personas de 45 a 64 años	35,99	ICA- Personas de +65 años	30,75

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

En este estudio se evidenció que el nivel de educación de la población está relacionado con el nivel de cultura aseguradora puesto que, quienes tienen mayor nivel de cultura aseguradora



casualmente cuentan con mayor nivel de educación, este resultado se obtuvo al realizar un filtro por nivel de educación y sacar un promedio de la calificación de las respuestas dadas por la población (cálculo en *Anexo 4*) eventualmente se obtuvieron los siguientes valores para cada nivel de educación. Además, entre la población que afirmó tener contratado al menos un seguro privado, se evidenció que en su mayoría; es decir, el 86% cuentan con un nivel de educación de tercer o cuarto nivel mientras que, el 14% restante tiene un nivel de educación de bachillerato o menor.

Tabla 12. Cultura Aseguradora según Nivel de Educación

Nivel de Educación	Puntaje obtenido
Estudios primarios hasta 10º grado	0,31
Bachillerato	0,32
Formación profesional técnica o tecnológica	0,37
Formación profesional de grado superior	0,41
Titulación universitaria de postgrado	0,42

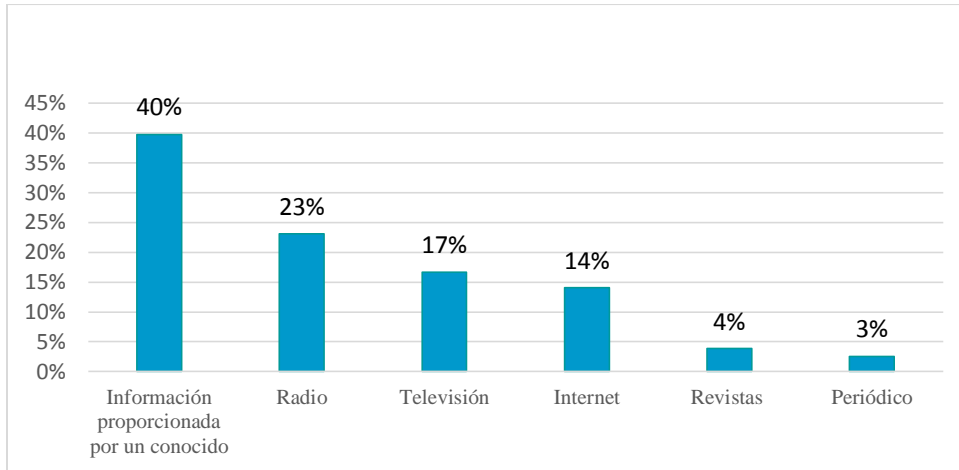
Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.

Elaboración: La autora

Canales de publicidad sobre aseguradoras.

En cuanto a variables de publicidad el 78% de la población ha indicado que conoce o al menos ha escuchado sobre una compañía aseguradora, mientras que el 22% restante no conoce ninguna aseguradora.

Dentro de la población que conoce o ha escuchado de una aseguradora se identificaron 6 principales canales, mediante los cuales la población puede conocer a las compañías aseguradoras, el 40% indica que es gracias a información proporcionada por un conocido, el 23% por medio de la radio, 17% por televisión, 14% por internet, 4% por revistas y 3% por medio de periódicos. Se observa que la publicidad denominada de boca en boca es la que predomina en la población cuencana, así también se observa el predominio de la radio sobre la televisión. Sin embargo, aunque la popularidad del internet ha incrementado en los últimos años, se observa que no se está haciendo uso adecuado del mismo para conocer y mejorar los conocimientos en materia de seguros, los usuarios no aprovechan sus beneficios, pues con respecto a otros medios, este cuenta con mayor cantidad de información y la capacidad de interacción con el usuario mediante las páginas y cuentas de las aseguradoras en internet y redes sociales.

Gráfico 15. Canales de publicidad

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

Matriz de correlaciones

La variable SE3 muestra una correlación mayor al 50%; es decir, una correlación positiva moderada con las variables SE5, C3, U1, P2, P3 lo que indica que el nivel de ingresos en el hogar (SE3) repercute en las variables de seguros que tienen contratados anterior o actualmente (SE5); de conocimiento sobre términos relacionados con los seguros (C3); de conocimiento acerca de qué entidad está habilitada para vender seguros (U1); el nivel de gasto anual en seguros (P2) y las acciones que realizan las personas para asegurar su jubilación (P3).

La variable SE5 muestra también una correlación moderada con respecto a las variables C3, P2 y P3; es decir, que la variable “tiene algún seguro contratado” incide en las variables de “conocimiento de los términos relacionados con seguros”, “gasto anual en seguros” y “acciones realizadas para garantizar su jubilación”.

La variable C3 de “conocimiento de los términos está relacionado” muestra también correlación moderada con la variables P2 “gasto anual en seguros” y “acciones realizadas para garantizar su jubilación” P3. La correlación es la misma para la U1 de “conocimiento de los términos está relacionado” con P2 su “gasto anual en seguros” y P3 “acciones realizadas para



garantizar su jubilación”. Y finalmente entre P2 “gasto anual en seguros” y P3 “acciones realizadas para garantizar su jubilación”.

Se esperaba encontrar una correlación al menos moderada entre el nivel de estudios y el nivel educación en tema de seguros, esto no se da por lo que se puede inferir que:

Gráfico 16. Matriz de correlaciones

Matriz de Correlaciones																	
	SE1	SE2	SE3	SE4	SE5	C1	C2	C3	U1	U2	U3	E1	E2	E3	P1	P2	P3
SE1	1,000																
SE2	0,170	1,000															
SE3	0,058	0,300	1,000														
SE4	-0,194	-0,385	0,293	1,000													
SE5	-0,064	0,255	0,600	0,306	1,000												
C1	-0,127	0,118	0,278	0,202	0,135	1,000											
C2	-0,033	0,249	0,457	0,291	0,399	0,292	1,000										
C3	0,079	0,087	0,569	0,277	0,568	0,189	0,404	1,000									
U1	0,137	0,344	0,537	0,110	0,477	0,260	0,384	0,486	1,000								
U2	-0,045	-0,147	0,114	0,339	-0,014	0,120	0,188	0,126	0,155	1,000							
U3	0,167	-0,015	0,033	0,154	0,027	0,004	0,145	0,304	0,239	0,068	1,000						
E1	-0,018	-0,048	0,267	0,231	0,244	0,045	0,260	0,381	0,443	0,231	0,191	1,000					
E2	0,118	-0,329	-0,183	0,236	-0,033	-0,149	0,109	0,077	0,118	0,090	0,253	0,151	1,000				
E3	0,096	-0,014	-0,107	-0,021	-0,102	0,083	-0,054	0,002	0,021	0,017	-0,095	-0,099	-0,034	1,000			
P1	-0,119	-0,141	0,218	0,309	0,162	0,233	0,154	0,178	0,232	0,250	0,225	0,238	0,282	0,155	1,000		
P2	-0,018	0,073	0,713	0,421	0,697	0,248	0,469	0,651	0,487	0,189	0,197	0,340	0,032	-0,129	0,344	1,000	
P3	0,020	0,388	0,682	0,156	0,567	0,228	0,443	0,553	0,598	0,111	0,087	0,354	-0,101	0,019	0,252	0,594	1,000

Fuente: elaborado a partir de los datos obtenidos de la Encuesta De Cultura Aseguradora 2019.
Elaboración: La autora

En el análisis de correlación podemos determinar la existencia de un grado de correspondencia lineal entre las variables. La variable ingresos por hogar (SE3) presenta una relación con los seguros contratados (SE5) 60%, con el conocimiento tanto de los términos (C3) 57%, así como de las empresas aseguradoras (U1) 54%, la apreciación principal del seguro está considerada como un medio para garantizar la jubilación (P6) 68%, además se puede considerar que los hogares con mayores ingresos destinan mayor porcentaje para el gasto anual por seguros (P2) 71%, estableciendo una correlación positiva moderada. (Lind, Marchal, & Wathen, 2012).

Por otro lado, las personas que han contratado seguros (SE5) están más instruidos en relación al conocimiento de los términos de los seguros (C3) con una correlación del 57%, igualmente la correlación es positiva con respecto al gasto anual que representa un seguro (P2)



70%. La variable de conocimiento de los términos relacionados con seguros (C3) muestra correlación positiva moderada con las variables gasto anual en seguros (P2) 65% y la variable acciones para asegurar su jubilación (P3) 55%. La variable (U1) quién puede vender un seguro, se relaciona con la variable acciones que toma para asegurar su jubilación (P3) 60%. Así también, se observa que el gasto anual en seguros (P2), muestra una relación con la variable como asegurar su jubilación (P3) 59%.

Coefficiente de Determinación

Lind, Marchal y Wathen (2012) mencionan que: A mayor variación de la variable dependiente explicada por la variable independiente más alto será el coeficiente de determinación. En este estudio se observa que entre las variables analizadas entre un 28% y 51% de la variación de las variables dependientes están determinadas por la variación de sus variables independientes.

En cuanto a los resultados que arroja el cálculo del coeficiente de determinación r cuadrado (*Anexo 5*), se observa que la variación del nivel de ingresos influye en un 36% en la cantidad de seguros contratados, 33% en el conocimiento de los términos relacionados con seguros, 29% en el conocimiento de dónde y con quién adquirir un seguro, 51% en gasto anual en seguros y 46% en las actividades que realizan para garantizar la jubilación.

También, se observa que la variable SE5 de seguros contratados por la población influye en la variación de otras variables en un 32% en conocimiento de términos, 48% gasto anual en seguros y un 32% en jubilación. La variable C3 conocimiento de los términos relacionados con seguros influye 42% gasto anual 30% jubilación. Así también, la variación de las acciones para garantizar la jubilación se explica en un 26% por la variación del conocimiento de quien puede vender un seguro, un 35% por el gasto anual en seguros.

Prueba de hipótesis

El promedio geométrico de los índices de las dimensiones conocimiento y educación es de 31,30 puntos, lo que indica de manera preliminar que el conocimiento y asesoramiento (educación) de la población cuencana es bajo y poco apropiado. Al realizarse el análisis estadístico



correspondiente de la prueba de hipótesis de una sola cola con un nivel de significancia del 5%, se obtiene un valor $p= 0,0968$ (*Anexo 6*) por lo que no se rechaza la hipótesis nula, la cual asegura que no existe conocimiento o asesoramiento apropiados que les permita a las población ser conscientes de administrar de forma eficiente los riesgos que conllevan sus actividades.

DISCUSIÓN

Un análisis realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (2018) sostiene que la cultura latinoamericana tiene poco conocimiento en tema de economía y gestión de recursos del hogar y en temas financieros. Así también, diversos estudios tanto a nivel regional, como del país evidencian que actualmente en el Ecuador existe un nivel muy bajo de cultura de los seguros y según el presente estudio específicamente en el caso de Cuenca el panorama no es muy alentador, pues se determinó que dicha cultura se encuentra en un nivel bajo. La mayor parte de la población afirma que no sabe o sabe muy poco acerca de seguros, lo que limita su posibilidad de obtener beneficios al no tener en cuenta la importancia de los seguros, como un mecanismo de protección y estabilidad que les permita conservar la integridad de su patrimonio y su calidad de vida ante la ocurrencia de un siniestro. Si bien las empresas aseguradoras ayudan a mantener la estabilidad de los individuos y negocios también influyen en el crecimiento económico y estabilidad del país pues, "...desempeñan un rol clave en el funcionamiento de una economía. Ante la incertidumbre y riesgos a los que un agente económico se puede exponer, a través de su intervención se puede mantener el ahorro y la inversión en el tiempo." (Zavala, 2019)

Existe un porcentaje significativo de la población que afirma conocer sobre seguros gracias a la experiencia personal (un 26%), pero es necesario recalcar que no se puede asegurar que estos conocimientos sean correctos o actuales. En el estudio se muestra que para mitigar un riesgo si bien la mayor parte de la población (61%) indica que lo mejor es contratar un seguro, el porcentaje de quienes han contratado un seguro privado (no obligatorio) es bajo (29%), mientras que un 41% cuenta con seguros debido a que son de carácter obligatorio.

En lo referente a su jubilación, gran parte de la población (40%) asegura que su única acción es cotizar al seguro social para cobrar su pensión en el futuro, Sosa (2019) afirma que: "hasta septiembre del año pasado, apenas el 30% de los empleados estaban afiliados al IESS,



mientras que un 57% no tenía ninguna afiliación, es decir, no tendrá una pensión en el futuro” (párr. 4). En el caso de la población más joven se observa un bajo nivel de cultura aseguradora que los hace más vulnerables puesto que muchos de ellos no consideran aun las acciones que deben tomar en cuenta, para asegurar su jubilación pues, aunque parte de ellos cuentan con la seguridad social como respuesta, ésta no debe tomarse como única alternativa, pues son ellos quienes tienen un mayor riesgo a futuro debido a problemas en la sostenibilidad financiera de esta entidad a causa de posibles situaciones como por ejemplo:

En la actualidad el IESS cuenta con problemas de baja cobertura y sostenibilidad, y que este año (2019) el IESS usará por quinto año consecutivo sus ahorros para pagar pensiones, lo cual lo hace insostenible. Así también, para el año 2050 se suman factores como el envejecimiento progresivo de la población, disminución del número de hijos por mujer y el incremento de nueve años en la esperanza de vida de la población, dando como resultado un mayor número de pensionistas y menor número de aportantes (Sosa, 2019).

Se identifica también que tanto el nivel de ingresos, así como el nivel de educación son factores que influyen significativamente dentro de la cultura aseguradora de la población cuencana, aun cuando las aseguradoras ofrecen distintos productos que pueden acomodarse a su presupuesto. Herrera (2017) sostiene que: “El manejo de los seguros en Ecuador está matizado por una sociedad que está aprendiendo de los beneficios del seguro y a la vez se resiste a contratarlos por desconocimiento y por precio”(s/p). La población indica que la principal razón para no contratar un seguro es el factor ingresos. En el estudio se observa que, a mayor educación y nivel de ingresos, mayor es el nivel de cultura aseguradora y en el caso de quienes cuentan con seguros privados contratados son en su mayoría personas que cuentan con estudios de tercer o cuarto nivel con un nivel de ingreso que ronda los \$ 1.201 mensuales del hogar.

En este estudio se demuestra que la población de mediana edad son quienes tienen mayor nivel de cultura aseguradora; sin embargo, esta tiende a ser una cultura media baja según el índice calculado, pero siendo más alto que el de la población más joven a pesar de ser estos quienes tienen mayores habilidades y conocimientos en cuanto al uso de medios electrónicos y acceso a información.



En el caso de la población femenina se observa mayor nivel de cultura aseguradora con respecto a la población masculina, lo cual puede significar una gran oportunidad para las compañías aseguradoras, pues según Swiss Re Institute (2019): la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible hace referencias explícitamente a la igualdad de género y al empoderamiento económico de las mujeres, y su contribución a la reducción de la pobreza, el crecimiento económico sostenible y los beneficios resultantes para las sociedades y la humanidad en general.

Con respecto al tema de la autopercepción, la población es consciente que posee un bajo nivel de cultura aseguradora. La dimensión educación, obtiene el puntaje más bajo entre las dimensiones analizadas, por lo que se identifica la necesidad imperante de que tanto las empresas aseguradoras, el estado (mediante políticas públicas y/o el sistema educativo) y la misma población, pongan mayor énfasis en la enseñanza y aprendizaje de los conceptos fundamentales, para que puedan aprovechar los beneficios que traen los seguros en la economía de las familias y los negocios.

Por último, es importante tomar en cuenta que la educación en tema de seguros no es una alternativa única para mantener la estabilidad de los hogares, sino que debe ir de la mano del aprendizaje del manejo en general de las finanzas personales, entre unos de los temas que también deben tomarse en cuenta está el ahorro, pues se estima que si bien casi el 60% de los hogares ecuatorianos están en capacidad de ahorrar durante el año 2018, solo un 34% lo hizo, también se indica que solo el 11% de la población mayor a 15 años ahorra para la vejez. (Gestión, 2019)

Esto implica que si bien la población no opta por los seguros como herramienta de previsión ante posibles riesgos tampoco está tomando el ahorro como método alternativo de ahí la importancia de mejorar el acceso de la población a la educación financiera pues como afirma el Banco Mundial (2017): “una mayor educación económica y financiera servirá para facilitar la reducción de la pobreza y la desigualdad del país”.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El diagnóstico de la cultura de los seguros o cultura aseguradora, contribuye a hacer evidentes los aspectos que limitan y fortalecen el conocimiento de las personas con respecto a seguros y permite conocer cuáles son los aspectos que se deben fortalecer, dependiendo de cada agente que participa entre los cuales no solo se encuentran la compañía aseguradora y el asegurado (o potencial asegurado) sino también las entidades reguladoras de este mercado y el estado.

El objetivo del seguro es garantizar la estabilidad económica de los usuarios ante la ocurrencia de un siniestro que cause perjuicios en el patrimonio, salud o vida de una persona o grupo de personas; sin embargo, existe un porcentaje considerable de la población (53%) que indica que sabe muy poco o nada acerca de seguros, por lo que no está consciente de los beneficios que le brinda una póliza de seguro, lo que causa que las tasas de aseguramiento sean bajas y con bajo impacto en PIB del país, y menor a diferencia de otros países en la región.

Según Liberty Seguros (2018) se destaca que “los ecuatorianos no identifican la importancia de contratar un seguro hasta que es necesario, es decir luego de que ya ocurrió un desastre natural, un accidente o algo impredecible”, sin embargo, aun cuando conocen los beneficios de los seguros y hasta han sufrido las consecuencias de la ocurrencia de un siniestro, no optan por contratar un seguro, esta conducta discrepa con la teoría económica tradicional, pues esta indica que la población debería dirigir sus recursos hacia inversiones que mayores beneficios le brinden, por lo que según Kirova y Steinmann (2013) es necesario el uso de la economía conductual, para analizar la razones de la conducta de la población y generar estrategias que vayan de acuerdo al comportamiento de los mismos.

En estos dos últimos años, el mercado asegurador ha evidenciado un crecimiento, después de la contracción a la que se tuvo que atener en años anteriores, pero se observa que son los seguros de vehículos los que tienen una mayor acogida por parte de los usuarios, frente a los seguros de vida, pues como se indicó anteriormente, la población confía o espera a que el sistema de seguridad social se haga cargo de sus asuntos relacionados con salud y jubilación, este último es un tema de preocupación pues el estudio demuestra que gran parte de la población estudiada (40%) tiene como única alternativa el cobrar una pensión para subsistir una vez terminada su etapa productiva.



Si bien se observa que la población cuenta con un ICA mayor en dimensiones como Conocimiento y Uso, se debe resaltar que dicha información un 17% proviene de información obtenida mediante la experiencia personal, gracias a conversaciones con amigos y familiares o de noticias en diferentes medios de comunicación y 23% mediante el sistema educativo.

El caso de la dimensión Educación un 53% de la población afirma no tener conocimiento o tener muy poco conocimiento sobre seguros, lo cual contrasta con el resultado de ICA de esta dimensión que es el más bajo con relación a las otras dimensiones. Es necesario reconocer que esta dimensión es de suma importancia, pues de cierta forma constituye una base para las demás, debido a que en el momento en que esta se fortalezca las otras tres tomarán el mismo rumbo. La debilidad de los encuestados también se encuentra en la dimensión Previsión, pues de éstos un 27% aún no se han planteado una acción específica para hacer frente a las consecuencias de un siniestro y mantener su estilo de vida una vez ocurrido el siniestro.

Los cuencanos son conscientes de su bajo nivel de cultura aseguradora; sin embargo, en el caso de aquellas personas con menores ingresos no tienen la predisposición a buscar información para mejorar sus conocimientos, lo que deja mucho que desear en aspectos como autoeducación y desarrollo personal.

En el estudio se observa que si bien es la población más joven la que está expuesta a mayor incertidumbre de lo que puede pasar a futuro, son ellos quienes tienen un porcentaje de ahorradores mayor al de los otros grupos estudiados 18% y 16% respectivamente y 11% de los grupos de mayor edad, aun así este nivel sigue siendo bastante bajo, es decir que tiene un bajo nivel de previsión lo que los pone en una situación vulnerable ante los riesgos futuros.

El ICA general arroja un bajo nivel de cultura aseguradora el cual debe ser corregido no solo por los clientes potenciales y las compañías aseguradoras, sino que debe ser parte de un programa más amplio en el que el estado genere políticas públicas, para mejorar la educación financiera de la población, tal como lo están haciendo otros países como el vecino Colombia.

Si bien este trabajo se enfoca en la cultura de los seguros es necesario recalcar que el conocimiento de los mismos pertenece a un tejido mucho más amplio que es la educación financiera. CAF Banco de Desarrollo de América Latina (2017) afirma que “el nivel de



educación financiera del Ecuador está por debajo de Chile, Bolivia y Colombia en lo que se refiere a conocimiento, actitudes y comportamiento financiero”, según el Banco Mundial (2018) “La inclusión financiera significa, para personas físicas y empresas, tener acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades (transacciones, pagos, ahorros, crédito y seguro) prestados de manera responsable y sostenible”(párr.1).

El ser titular de una cuenta abre las puertas al uso de otros servicios financieros que facilitan la vida cotidiana y mejorar la calidad de vida en general de la personas ayudándolos a planificar sus objetivos a largo plazo así como emergencias imprevistas, esto mediante el acceso a créditos y seguros que le permitan hacer frente crisis financieras, gestionar riesgos, invertir en su negocio o en salud y educación (Banco Mundial, 2018).

En general, el crecimiento de la cultura aseguradora trae beneficios tanto para los asegurados, el mercado asegurador y en su conjunto a la economía del país.

Al momento de realizarse este documento, se encuentra presente tanto en el país como a nivel global el riesgo de contagio masivo del nuevo coronavirus COVID-19, el cual a finales de enero de 2020 fue declarada por la OMS como emergencia de salud pública de preocupación internacional y a partir del 11 de marzo la misma entidad lo declaró pandemia global. Si bien en algunos contratos de seguros existen exclusiones para brindar cobertura de daños causados como consecuencia directa de epidemias o pandemias, aseguradoras como Pan-American Life (2020) indican que “el tratamiento médico para COVID-19 estará cubierto de acuerdo con el Acuerdo Ministerial No. 00126 de 2020 emitido por el Ministerio de Salud Pública de Ecuador” mismo que, entre sus disposiciones generales indica: “CUARTA: Se prohíbe expresamente a todas las empresas de seguros de salud privada y a empresas de medicina prepagada que limiten la cobertura para la adecuada evaluación, atención y tratamiento al usuario-paciente afectado por el COVID-19.” (ACUERDO N° 00126, 2020)

Recomendaciones



Los usuarios de las aseguradoras y quienes aún no lo son deben ser conscientes de aprender cómo funcionan los seguros para entender cuáles son los beneficios que estos ofrecen. Así también, los clientes deben evitar cometer fraudes que pueden llevar a desestabilizar económicamente a la compañía aseguradora lo que tiene como una de sus consecuencias la disminución de la confianza de la población en el mercado asegurador. Por lo tanto, es necesario que el principio de buena fe sea cumplido a cabalidad por las dos partes.

Es necesario resaltar que la población especialmente la más joven debe inmiscuirse más en temas de educación financiera, pues son ellos quienes actualmente están expuestos a mayor incertidumbre futura por los cambios que pueden darse en diferentes factores como los sociales, económicos, naturales, entre otros.

La población que tiene mejores oportunidades como acceso a mayor escolaridad, mayor nivel de ingresos y acceso a información por diferentes medios debe aprovechar mejor estos recursos para conocer cómo funcionan las herramientas financieras que les sirven para proteger su patrimonio y su familia en este caso los seguros. Sin embargo, la población que percibe un menor nivel de ingresos debe también preocuparse por los mismos temas y no esperar que el sistema de seguridad social se encargue de mitigar las consecuencias de ciertos riesgos a los que estos están expuestos. Si bien es obligación del estado el garantizar el acceso a una seguridad social de calidad, la población debe ser consciente y responsable de sus riesgos, tomando acciones preventivas que les permitan mantener su nivel de vida en un futuro lleno de incertidumbre.

Según Oriente seguros (2018), las compañías aseguradoras deben brindar información clara y fácil de entender sin excederse al punto en que el consumidor se sienta abrumado. Esta información debe servir para mitigar factores que no permiten un desarrollo más amplio del mercado asegurador, tales como la desinformación, la falta de cultura de prevención, la falta de confianza en el mercado asegurador, etc. Y que además permitan cambiar la percepción de la población que ve al seguro como gasto y no como inversión.

El estado debe garantizar la estabilidad del de instituciones como el IESS, pues mientras la población pueda tener acceso a salud de calidad podrá contar con ingresos disponibles que le permitan adquirir otro tipo de seguro (para vehículos, casas, negocios, etc.) lo que le ayuda a



garantizar la sostenibilidad de su familia y su patrimonio en el futuro. Además, como afirma Posso (2005):

También, es necesario el trabajo conjunto del mercado asegurador con el estado de modo que generen programas o políticas que permitan educar a la población en todas sus edades y estratos económicos en temas de educación e inclusión financiera para que sean capaces de minimizar el impacto de distintos riesgos, fomentar el ahorro y hacer un uso óptimo de sus recursos.

La población indica que el principal inconveniente para no contratar un seguro es el factor ingresos, pero es necesario que ellos entiendan que no todos los contratos de seguros tendrán siempre las mismas primas pues cada individuo o familia está expuesta a diferentes riesgos y en diferentes medidas.

En el caso de la población más pobre es necesario que sean las empresas aseguradoras quienes se encargan de capacitar o educar a dicha población. Mientras que la población de los estratos más altos son quienes al contar con mejores oportunidades como mayor escolaridad y acceso a información por diferentes medios deben aprovechar mejor esas facilidades para conocer el funcionamiento y los beneficios que les brindan dichas herramientas financieras.

Para futuras investigaciones se recomienda realizar un análisis que permita indagar a profundidad en las razones que influyen en el comportamiento reactivo de los clientes ante la contratación de los seguros, esto en conjunto con una entidad aseguradora la cual pueda exponer sus principales problemas y ayudarla en el desarrollo de estrategias específicas que permitan ofrecer productos acorde a las necesidades y preferencias de los clientes, para llegar a más clientes y lograr la conclusión del proceso de la compra de un seguro. Además, también puede incluirse el análisis de las demás alternativas con la que cuentan los clientes (como ahorros o inversiones) con el objeto para desarrollar productos con mejores beneficios.



ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para determinar la cultura aseguradora en la ciudad de Cuenca.

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS	
ENCUESTA PARA DETERMINAR LA CULTURA ASEGURADORA EN LA CIUDAD DE CUENCA	
Buenos días/tardes/ noches la presente encuesta está dirigida a recolectar información para el cálculo del Índice de Cultura Aseguradora, se le solicita al encuestado llenar las casillas con información verídica.	
1. CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS Y SOCIOECONOMICAS	
<p>¿Es usted la persona que toma las decisiones económicas dentro del hogar, como gestionar las cuentas bancarias, decir grandes gastos o contratar seguros?</p> <p>Si <input type="text"/> No <input type="text"/></p>	<p>Edad <input type="text"/></p> <p>Género F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/></p>
<p>3. Nivel de estudios</p> <p>1. Estudios primarios incompletos <input type="text"/></p> <p>2. Estudios primarios o equivalentes <input type="text"/></p> <p>3. Educación Básica (10° grado) <input type="text"/></p> <p>4. Bachillerato <input type="text"/></p> <p>5. Formación profesional técnica o tecnológica <input type="text"/></p> <p>6. Formación profesional de grado superior <input type="text"/></p> <p>7. Titulación universitaria de postgrado <input type="text"/></p>	<p>5. ¿A qué se dedica en la actualidad?</p> <p>Está trabajando <input type="text"/></p> <p>Está buscando empleo <input type="text"/></p> <p>Está incapacitado/a para trabajar <input type="text"/></p> <p>Estudiante <input type="text"/></p> <p>Labores del hogar <input type="text"/></p> <p>Voluntario <input type="text"/></p> <p>Prejubilado/a <input type="text"/></p> <p>Jubilado/a <input type="text"/></p>
<p>4. ¿Cuántos miembros conforman su hogar?</p> <p><input type="text"/></p>	
<p>6. ¿En qué tramo se encuentra el total de ingresos netos de su hogar?</p> <p>1. Hasta 750 y 1200 dólares <input type="text"/></p> <p>2. Entre 1201 y 1500 dólares <input type="text"/></p> <p>3. Entre 1501 y 2000 dólares <input type="text"/></p> <p>4. Entre 2001 y 2500 dólares <input type="text"/></p> <p>5. Entre 2501 y 3000 dólares <input type="text"/></p> <p>6. Más de 3000 <input type="text"/></p>	<p>7. ¿Tiene contratado algún seguro usted o su hogar (con la personas con las que convive)?</p> <p>1. Solo seguros obligatorios <input type="text"/></p> <p>2. Seguros obligatorios y al menos algún seguro no obligatorio <input type="text"/></p> <p>3. Ninguno (continúe a la pregunta 9) <input type="text"/></p>
<p>8. Del siguiente listado de seguros, indique los que tiene contratados o que ha contratado en alguna ocasión usted o su hogar.</p>	
<p>1. Seguro del hogar <input type="text"/></p> <p>2. Seguro de salud o enfermedad <input type="text"/></p> <p>3. Seguro de vida <input type="text"/></p> <p>4. Seguro de decesos <input type="text"/></p> <p>5. Seguro de automóvil (u otros vehículos a motor) <input type="text"/></p>	<p>6. Seguro de accidentes <input type="text"/></p> <p>7. Seguro de celular, Smartphone o Tablet <input type="text"/></p> <p>8. Seguro de ahorro, jubilación o plan de pensiones <input type="text"/></p> <p>9. Seguro de dependencia <input type="text"/></p> <p>10. Seguro de viajes <input type="text"/></p>
<p>9. ¿Cuán importante considera el contratar un seguro?</p> <p>Muy Importante <input type="text"/></p> <p>Importante <input type="text"/></p> <p>Indiferente <input type="text"/></p> <p>Poco Importante <input type="text"/></p> <p>Nada importante <input type="text"/></p>	<p>10. Señale la principal razón por la que no desea contratar un seguro</p> <p>No se ha planteado contratar un seguro <input type="text"/></p> <p>Considera que no los necesita <input type="text"/></p> <p>Falta de confianza en las aseguradoras <input type="text"/></p> <p>No cuenta con ingresos suficientes para contratarlos <input type="text"/></p> <p>Tiene una alternativa diferente para solventar imprevistos <input type="text"/></p> <p>No conoce su funcionamiento <input type="text"/></p>



I. CONOCIMIENTO													
1. ¿Para qué sirve un seguro?													
1. Para evitar posibles situaciones de riesgo	<input type="text"/>												
2. Para la cobertura de todos mis riesgos	<input type="text"/>												
3. Para penalizar a los causantes de un siniestro	<input type="text"/>												
4. Para mantener "como nuevos" los bienes	<input type="text"/>												
5. Para proteger los bienes y/o su familia ante sucesos inciertos	<input type="text"/>												
2. ¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?													
	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="padding: 2px 5px;">SI</th> <th style="padding: 2px 5px;">NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td style="height: 15px;"></td><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td><td style="height: 15px;"></td></tr> <tr><td style="height: 15px;"></td><td style="height: 15px;"></td></tr> </tbody> </table>	SI	NO										
SI	NO												
1. Contratar una hipoteca													
2. Conducir un vehículo													
3. Viajar en transporte público													
4. Comprarse un celular													
5. Estudiar en el extranjero													
3. ¿Conoce el significado de los términos relacionados con seguros?													
a. Tomador													
1. El profesional que asesora sobre seguros	<input type="text"/>												
2. La persona que contrata el seguro	<input type="text"/>												
3. La persona que vende el seguro	<input type="text"/>												
4. La persona que vende seguros de otro por comisión	<input type="text"/>												
5. La entidad aseguradora	<input type="text"/>												
b. Póliza													
1. El perjuicio producido por una persona a otra u otras	<input type="text"/>												
2. El conjunto de bienes asegurados	<input type="text"/>												
3. La cantidad que recibe el asegurado cuando se produce el siniestro	<input type="text"/>												
4. El contrato de seguro	<input type="text"/>												
5. La cantidad que recibe la aseguradora del asegurado	<input type="text"/>												
c. Prima													
1. La aportación económica que realiza el asegurado a la compañía de seguros	<input type="text"/>												
2. El nivel de protección de los bienes	<input type="text"/>												
3. La cantidad máxima que va a pagar la aseguradora en caso de siniestro	<input type="text"/>												
4. El valor del bien que ha sufrido el siniestro el periodo de tiempo inicial durante el cual no tienen efecto las coberturas	<input type="text"/>												
5. El valor de tiempo inicial durante el cual no tienen efecto las coberturas	<input type="text"/>												
d. Franquicia (deducible)													
1. El organismo de inspección y supervisión de la actividad aseguradora	<input type="text"/>												
2. Una cantidad por la cual el asegurado es su propio asegurador	<input type="text"/>												
3. El valor del bien asegurado	<input type="text"/>												
4. La entidad autorizada para el ejercicio de la actividad aseguradora	<input type="text"/>												
5. La entidad aseguradora	<input type="text"/>												
e. Exclusiones													
1. Los riesgos a los que un hogar está expuesto	<input type="text"/>												
2. Los trabajos previos a la realización de un contrato de seguros	<input type="text"/>												
3. Los riesgos que no están incluidos en las coberturas de la póliza	<input type="text"/>												



4. Las condiciones particulares del contrato de seguro		
5. El conjunto de bienes no asegurados		

II. USO

4. ¿Quién puede vender un seguro?

	SI	NO
1. Una notaría		
2. Una correduría		
3. Una compañía de seguros		
4. Un comparador de seguros por internet		
5. Una asociación de consumidores		

5. ¿A quién perjudica más el fraude en el seguro, por ejemplo cuando se simula un siniestro?

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

6. ¿A dónde acudiría en primer lugar si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros?

1. Al Banco Central	
2. A la propia compañía d seguros	
3. A la asociación de consumidores y usuarios de seguros	
4. A la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros	
5. A una comisaría de Policía	

III. EDUCACION

7. ¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros?

1. No sabe de seguros o sabe muy poco	
2. Con la experiencia personal	
3. A través de su profesión	
4. En la escuela/ instituto	
5. A través de estudios superiores	

8. ¿Qué método considera más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros?

1. No le interesa mejorarlos	
2. Asistir a cursos especializados	
3. Preguntar a familiares o amistades	
4. Consultar materiales diversos (internet, libros u otros)	
5. Otras opciones	

9. ¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros de la población?

1. Los usuarios de seguros	
2. Asociaciones, colegios profesionales y/o compañías aseguradoras	
3. Los organismos reguladores del sector seguro	
4. Asociaciones de usuarios de seguros	
5. El sistema educativo (en los planes de estudios)	

IV. PREVISION



10. ¿qué haría para protegerse y proteger a su familia y patrimonio de un posible riesgo?

1. Evitar al máximo cualquier situación de riesgo	
2. Ahorrar para subsanar los posibles daños futuros	
3. Contratar un seguro	
4. Instalar una alarma en casa	
5. No hacer nada y asumir las consecuencias	

11. ¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?

1. Nada	
2. Menos de 500 dólares	
3. Entre 501 y 1000 dólares	
4. Más de 1000 dólares	
5. El estrictamente necesario para seguros obligatorios	

12. ¿Qué está haciendo (o ha hecho) para asegurar su jubilación?

1. Está cotizando a la Seguridad Social para cobrar pensión	
2. Está ahorrando	
3. Está comprando bienes(joyas, cuadros, vivienda u otros)	
4. Esta combinando la cotización a la seguridad social y un producto privado	
5. No se lo ha planteado todavía	

3. PARTE FINAL DE LA ENCUESTA

13. ¿Conoce el nombre o ha escuchado acerca de alguna aseguradora en Cuenca?

- a. Si conoce o a escuchado algo acerca de una aseguradora
- b. No conoce ninguna aseguradora

14. ¿Mediante qué medio de comunicación se enteró acerca de la compañía de seguros que usted recuerde?

Televisión	<input type="text"/>	Periódico	<input type="text"/>
Radio	<input type="text"/>	Internet	<input type="text"/>
Revistas	<input type="text"/>	Por información que le proporcionó un conocido	<input type="text"/>

15. Y por último, ¿Podría indicar que nivel de cultura aseguradora tiene?

- 1. Muy bajo
- 2. Bajo
- 3. Medio
- 4. Alto
- 5. Muy alto

GRACIAS POR SU COLABORACION!

Anexo 2.- Criterio de estandarización para cada indicador



INDICADOR	CRITERIO DE ESTANDARIZACIÓN	CALIFICACIÓN
Utilidad del seguro	Para proteger los bienes y/o su familia ante sucesos inciertos	2
	Para la cobertura de todos mis riesgos	1
Necesidad de un seguro obligatorio	Contratar una hipoteca	1
	Conducir un vehículo	1
	Estudiar en el extranjero	1
Significado de los términos de seguros	La persona que contrata el seguro	1
	El contrato de seguro	1
	La aportación económica que realiza el asegurado a la compañía de seguros	1
	Una cantidad por la cual el asegurado es su propio asegurador	1
	Los riesgos que no están incluidos en las coberturas de la póliza	1
Vendedor del seguro	Una correduría	1
	Una compañía de seguros	1
A quién perjudica el fraude	A la compañía aseguradora	1
	Al defraudador	1
	A la compañía de seguro y a los asegurados	2
	A la propia compañía de seguros	1
Conocimientos adquiridos	Con la experiencia personal	2
	A través de su profesión	1
	En la escuela/ instituto	2
	A través de estudios superiores	1
Mejorar conocimientos	Asistir a cursos especializados	3
	Preguntar a familiares o amistades	2
	Consultar materiales diversos (internet, libros u otros)	2
Educar sobre seguros	Los usuarios de seguros	2
	El sistema educativo (en los planes de estudios)	2
	Asociaciones, colegios profesionales y/o compañías aseguradoras	1
	Los organismos reguladores del sector seguro	1
Acciones frente al riesgo	Evitar al máximo cualquier situación de riesgo	1
	Instalar una alarma en casa	2
	Ahorrar para subsanar los posibles daños futuros	3
	Contratar un seguro	4
Gasto anual en seguros	El estrictamente necesario para seguros obligatorios	1
	Menos de 500 dólares	2
	Entre 501 y 1000 dólares	3
	Más de 1000 dólares	4



Acciones para asegurar la jubilación	Está cotizando a la Seguridad Social para cobrar pensión	1
	Está ahorrando	2
	Esta combinando la cotización a la seguridad social y un producto privado	3

Fuente: encuesta de cultura aseguradora 2019.

Elaboración: La autora

Anexo 3. Resultados de los Indicadores base, por dimensiones y general.

Índice de Cultura Aseguradora (ICA)			
Dimensiones	Indicadores	ÍNDICES (0-100)	
		Indicador Base	Dimensión
Conocimiento	P.1. ¿Para qué sirve un seguro?	42,80	49,49
	P.2. ¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?	61,30	
	P.3. ¿Conoce el significado de los términos relacionados con seguros?	46,20	
Uso	P.4. ¿Quién puede vender un seguro?	71,29	53,35
	P.5. ¿A quién perjudica más el fraude en el seguro, por ejemplo cuando se simula un siniestro?	30	
	P.6. ¿A dónde acudiría en primer lugar si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros?	71	
Educación	P.7. ¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros?	13,64	19,80
	P.8. ¿Qué método considera más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros?	28,50	
	P.9. ¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros de la población?	19,98	



	P.10. ¿Qué haría para protegerse y proteger a su familia y patrimonio de un posible riesgo?	36,12	
Previsión	P.11. ¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?	15,43	22,88
	P.12. ¿Qué está haciendo (o ha hecho) para asegurar su jubilación?	21,50	
ICA General		33,07	

Fuente: encuesta de cultura aseguradora 2019.

Elaboración: La autora

Anexo 4.- Formula para el cálculo de calificación de cultura aseguradora por nivel de educación

$$\text{Calificación} = \frac{\sum \text{Valores de cada respuesta}}{\text{N}^\circ \text{ de personas por nivel de educación} \times 12}$$

Anexo 5.- Cálculo del coeficiente de determinación R²

SE3 Y SE5

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,60256715
Coefficiente de determinación R ²	0,36308717
R ² ajustado	0,36139326
Error típico	0,61948515
Observaciones	378

SE3 Y C3

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,57033762
Coefficiente de determinación R ²	0,325285
R ² ajustado	0,32349055
Error típico	0,22306512
Observaciones	378

SE3 Y U1

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,54080431
Coefficiente de determinación R ²	0,2924693
R ² ajustado	0,29058757
Error típico	0,12583276
Observaciones	378

SE3 Y P2

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,71465648
Coefficiente de determinación R ²	0,51073389
R ² ajustado	0,50943265
Error típico	0,10756052
Observaciones	378

SE3 Y P3

SE5 Y C3



<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,68181493
Coefficiente de determinación R ²	0,46487159
R ² ajustado	0,46344838
Error típico	0,12921336
Observaciones	378

SE5 Y P2

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,69562569
Coefficiente de determinación R ²	0,4838951
R ² ajustado	0,48252248
Error típico	0,11047126
Observaciones	378

C3 Y P2

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,65045407
Coefficiente de determinación R ²	0,4230905
R ² ajustado	0,42155616
Error típico	0,11679767
Observaciones	378

U1 Y P3

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,60149952
Coefficiente de determinación R ²	0,36180168
R ² ajustado	0,36010434
Error típico	0,1411095
Observaciones	378

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,56746967
Coefficiente de determinación R ²	0,32202183
R ² ajustado	0,3202187
Error típico	0,22360388
Observaciones	378

SE5 Y P3

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,56876291
Coefficiente de determinación R ²	0,32349125
R ² ajustado	0,32169203
Error típico	0,14528311
Observaciones	378

C3 Y P3

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,55369228
Coefficiente de determinación R ²	0,30657514
R ² ajustado	0,30473092
Error típico	0,1470883
Observaciones	378

P2 Y P3

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,59487042
Coefficiente de determinación R ²	0,35387082
R ² ajustado	0,35215239
Error típico	0,14198357
Observaciones	378

Fuente: Elaborado a partir de los datos de la encuesta de cultura aseguradora 2019.

Anexo 6: Prueba de Hipótesis

Cálculo del valor z:

Se estableció una prueba de una sola cola a la derecha con un nivel de significancia de 0,05 cuyo valor $z = 1,64$, por lo no se rechazará la hipótesis nula si el valor del z calculado es menor a 1,64.

A continuación, se expone la fórmula del estadístico de prueba y el cálculo del mismo:



$$z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

Donde:

$\bar{X} = 2,03$; $\mu = 1,98$; $\sigma = 0,67$; $n = 378$. Una vez resuelta esta ecuación se obtuvo un valor calculado de $z = 1,31$ el cual es menor al valor crítico por lo que se puede afirmar que la hipótesis nula no se rechaza.

Además se procede a calcular la probabilidad o valor p para determinar si la hipótesis nula es verdadera.

Calculo del valor p:

$$P = 0,500 - 0,4032 = 0,0968$$

El valor $p = 0,0968$ es mayor al nivel de significancia de 0,05 establecido en el estudio, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula.



BIBLIOGRAFÍA

ACUERDO N° 00126. (12 de marzo de 2020). Registro Oficial. Quito.

Albarrán, I. (2000). *Análisis económico y estadístico de los factores determinantes de la demanda de los seguros privados en España*. FUNDACIÓN MAPFRE ESTUDIOS.

Apolinario, R., Caicedo, M., & Baque, J. (julio de 2017). Las regulaciones de los seguros y su efecto en el ámbito privado del Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 11. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/regulacion-seguros-ecuador.html>

Apolinario, R., Rodríguez, M., & Caicedo, M. (Julio de 2017). ANÁLISIS DE LOS FRAUDES EN EL SISTEMA ASEGURADOR EN EL ECUADOR. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 3-5-6. Ecuador. Obtenido de Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/fraudes-aseguradoras-ecuador.html>

Banco Mundial. (26 de julio de 2017). *Una estrategia de educación financiera para las distintas etapas de la vida*. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2017/07/26/una-estrategia-de-educacion-financiera-para-las-distintas-etapas-de-la-vida>

Banco Mundial. (20 de Abril de 2018). *Inclusión financiera*. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview#1>

Belyaev, D. (6 de octubre de 2017). *¿Pueden los desastres naturales ser prevenidos?* Obtenido de Metro: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/10/06/pueden-los-desastres-naturales-prevenidos.html>

CAF Banco de Desarrollo de América Latina. (2017). *La inclusión y educación financiera en América Latina: oportunidades y desafíos*. Obtenido de CAF Banco de Desarrollo de América Latina: <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2017/08/la-inclusion-y-educacion-financiera-en-america-latina-oportunidades-y-desafios/>

Dirección Nacional de Investigación y Estudios. (julio de 2019). *Estudio Sectorial: panorama del Mercado de Seguros en Ecuador: 2015-2018*. Recuperado el 2 de agosto de 2019, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: <https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/index.php/estudios-sectoriales/>

Eagleton, T. (2001). *La Idea de la Cultura*. (R. J. Castillo, Trad.) Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Ekos. (17 de julio de 2016). *La cultura de seguros en Ecuador, un proceso en construcción*. Recuperado el 11 de septiembre de 2019, de Ekos: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/la-cultura-de-seguros-en-ecuador-un-proceso-en-construccion>

FUNDACIÓN MAPFRE. (2015). *Definición y medición de la cultura aseguradora. Aplicación al caso español*. Recuperado el 20 de Febrero de 2019, de FUNDACIÓN MAPFRE: https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?pa th=1084542

Fundación MAPFRE. (2018). *El mercado asegurador en América Latina en 2017*. Recuperado el 10 de Enero de 2019, de Fundación MAPFRE:



https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1097450

- Fundación MAPFRE. (s.f.). *Diccionario del seguro*. Obtenido de https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/publicaciones/diccionario-mapfre-seguros/f/franquicia.jsp
- García Rapp, J., & Collich, G. J. (Junio de 2011). *Publicaciones*. Recuperado el 10 de Febrero de 2020, de Banco Interamericano de Desarrollo: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Diagn%C3%B3stico-sobre-el-mercado-argentino-de-seguros.pdf>
- García, N., Grifoni, A., & López Di, J. C. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe Situación Actual y Perspectivas*. CAF-Banco de Desarrollo de America Latina.
- Gestión, R. (31 de octubre de 2019). *¿Ahorran los hogares ecuatorianos?* Recuperado el 10 de enero de 2020, de Gestión Digital: <https://revistagestion.ec/cifras/ahorran-los-hogares-ecuatorianos>
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D. F.: McGraw Hill Education.
- Herrera, D. (2017). Las Aseguradoras en el Ecuador y su desarrollo en una cultura anti seguros. *CienciAmérica*, 6(3), 29-34. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163712>
- INEC. (2014). *Proyección provincias, Sexos y Áreas 2010-2020*. Recuperado el 10 de Abril de 2019, de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/PROYECCION_PR_OVINCIAS_SEXOS_Y_AREAS_2010_2020.xlsx
- Kirova, M., & Steinmann, L. (2013). Seguro de vida: enfoque hacia el consumidor. *Sigma*(6), 36. (S. R. Ltd, Ed.) Recuperado el 2019, de Swiss Re: <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2013-06.html>
- Kosciuczyk, V. (2012). El aporte de la Economía Conductual o Behavioural Economics a las Políticas Públicas: una aproximación al caso del Consumidor real. (7), 24-40. Obtenido de Palermo Business Review: https://www.palermo.edu/economicas/PDF_2012/PBR7/PBR_02VeraKosciuczyk.pdf
- Latino Insurance. (2020). *Analisis del Mercado Asegurador Ecuador*.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (15 ed.). McGraw-Hill.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). México: Pearson Educación.
- Mayorga, W. (2015). *La demanda de seguros de vida en Colombia: una visión integral*. Bogotá. Recuperado el 8 de Febrero de 2019, de www.fasecolda.com/files/5214/3265/2138/DemandaSegurosdevidaColombia.pdf
- Oriente Seguros. (29 de Agosto de 2017). *Evolución de las Compañías de Seguros en Ecuador*. Obtenido de Oriente Seguros: <https://negocios.orienteseguros.com/las-companias-seguros-en-ecuador/>



- Oriente Seguros. (2018). *Principio del Seguro*. Recuperado el 29 de Julio de 2019, de Oriente Seguros: <https://www.orienteseguros.com/principios-del-seguro/>
- Pinos, L. (2019). *Matemática Actuarial*. 47. Cuenca.
- Pinos, L. (15 de abril de 2019). *Matemáticas Actariales*. (C. Vintimilla, Entrevistador) Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Rodríguez, A. (2018). *LA CULTURA ASEGURADORA Y LA RENTABILIDAD DE LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS EN EL ECUADOR. (Tesis de Maestría)*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Rossetti, J. P. (1979). *Introducción a la Economía Enfoque Latinoamericano*. México: Atlas S.A. Recuperado el 15 de noviembre de 2019
- SCVS. (29 de 11 de 1963). *Legislación sobre el contrato del seguro*. Recuperado el 6 de febrero de 2019, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/f18f480c-bb62-4cf3-a0ff-6b55b2d42bd7/decreto_supremo_1147.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=f18f480c-bb62-4cf3-a0ff-6b55b2d42bd7
- SCVS. (12 de septiembre de 2014). *Ley de Seguros*. Recuperado el 7 de 2 de 2019, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/b4dee6b7-4cc8-4df8-bf43-595cdacda6b7/Ley_general_seguros_12_sept_14.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=b4dee6b7-4cc8-4df8-bf43-595cdacda6b7
- SCVS. (13 de noviembre de 2015). *Glosario de Términos*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/glo_ter/GLOSARIO_TERMINOS.pdf
- SCVS. (2015). *Historia y Funciones*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>
- SCVS. (2019). *Estado Técnico Financiero*. Recuperado el 25 de octubre de 2019, de Superintendencia de Compañías Valores y Seguros: http://appscvs.supercias.gob.ec/reportesSeguroExtranet/consulta_rep_estado_tecnico.zul
- Servicio de Estudios de MAPFRE. (2019). *El mercado asegurador latinoamericano en 2018. Fundación MAPFRE*. Madrid. Recuperado el 20 de Septiembre de 2019, de <https://www.mapfreglobalrisks.com/gerencia-riesgos-seguros/wp-content/uploads/2019/10/El-mercado-asegurador-latinoamericano-en-2018.pdf>
- Sosa, C. A. (14 de Enero de 2019). *Jubilación para todos*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/opinion/jubilacion-ecuador-economia-opinion.html>
- Superintendencia de Seguros de la Nación. (mayo de 2012). *Plan Nacional Estratégico del Seguro 2012-2020. PlaNes*. Argentina. Recuperado el 21 de enero de 2020, de <http://cdi.mecon.gov.ar/bases/docelec/ac1094.pdf>



- Swiss Re Institute. (Agosto de 2019). *Why gender equality matters for insurance*. Obtenido de Swiss Re: <https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/society-and-politics/gender-equality-matters-for-insurance.html>
- Zavala, V. (Julio de 2019). Ranking de Seguros. *Ekos*(303), 47. Obtenido de <http://revista.ekosnegocios.com/publication/ce3eafb5/mobile/>
- CMV. (5 de 3 de 2018). Liberty Seguros presentó estudio sobre la cultura de seguros en Ecuador. *El Mercurio*. Recuperado el 3 de 2 de 2019, de <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/03/05/liberty-seguros-presento-estudio-la-cultura-seguros-ecuador/>
- Diario El Comercio. (28 de 1 de 2012). ¿Ha pensado en ahorrar a largo plazo? *El Comercio*. Recuperado el 2019 de 2 de 3, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/pensado-ahorrar-a-plazo.html>
- Diario El Mercurio. (5 de 3 de 2018). Liberty Seguros presentó estudios sobre la cultura de los seguros en Ecuador. *El Mercurio*. Recuperado el 02 de 01 de 2019, de <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/03/05/liberty-seguros-presento-estudio-la-cultura-seguros-ecuador/>
- Diario El Universo. (21 de 8 de 2018). ¿Cómo se garantiza el pago de seguros contratados en Ecuador? Recuperado el 29 de Enero de 2019, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/08/20/nota/6915239/como-se-garantiza-pago-seguros-contratados-ecuador>



Universidad de Cuenca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Administración de Empresas

“Diagnóstico de la cultura de los seguros en el área urbana de la ciudad de Cuenca, año 2019”

**Protocolo del artículo académico previo a la obtención del
Título de Ingeniera Comercial**

Autora:

Claudia Jacqueline Vintimilla Saquicela

Tutor:

Econ. Luis Gabriel Pinos Luzuriaga

Cuenca – Ecuador

2019



1. Resumen de la propuesta

En la actualidad toda actividad que es desarrollada diariamente tiene un riesgo, ya sea alto o bajo y por tanto, las personas deben contar con una alternativa a la cual recurrir en caso de que un riesgo llegue a hacerse efectivo. La presente investigación va encaminada a realizar un análisis que permita diagnosticar cual es la cultura de los seguros en la población de la zona urbana de la Ciudad de Cuenca, mediante un estudio exploratorio de trabajos realizados en nuestro país e internacionalmente sobre los factores determinantes de la cultura de los seguros y un estudio concluyente descriptivo que mediante el levantamiento de datos cualitativos y cuantitativos de carácter transversal simple, permitan identificar los factores determinantes que influyen en la decisión de contratar o no un seguro y cuál es la percepción que tienen los consumidores reales y potenciales sobre el negocio de los seguros de cualquiera que sea el ramo al que pertenezcan. Así pues, se considera importante conocer el nivel de información con la que cuenta la población del área urbana de la ciudad de Cuenca, sobre el funcionamiento, los beneficios y el papel que juegan los seguros en la economía familiar. Además de identificar como actúan las personas ante la materialización del riesgo, si existe o no una cultura de prevención, cual es la forma en que las personas actúan al ser víctimas de la ocurrencia de un siniestro y si su postura es la misma sobre la contratación de un seguro.

2. Razón de ser del trabajo académico

Identificación

Ante la ocurrencia de un siniestro, surgen obligaciones que deben ser cubiertas por los individuos, por lo que en ocasiones se hace presente el riesgo de liquidez, lo que quiere decir que el individuo no cuente con el dinero necesario para hacer frente a un gasto imprevisto en el corto plazo.

Por tal razón, para obtener la liquidez para cubrir dichos gastos los individuos deben recurrir a alternativas como: pagarlos con dinero que en primera instancia estaba destinado hacia otros fines, liquidar inversiones, vender activos o en otros casos lo hacen con dinero de préstamos, ya sea de instituciones financieras o de personas cercanas. En Ecuador, es poca la población que ahorra para la vejez, pues sus ahorros son de corto plazo y destinados al consumo (Diario El Comercio, 2012).



El seguro es usado como un mecanismo de transferencia de riesgos, el cual permite al asegurado recibir beneficios a cambio de una prima; sin embargo, la población no tiene interés en conocerlos pues consideran un tema complejo (Diario El Universo, 2018), por lo que muchos ecuatorianos no tienen claro cuál es la función y la importancia de tener un seguro. En el caso de quienes cuentan con información básica de lo que es un seguro, tienden a verlo como un gasto y no como una inversión. Tampoco existe interés en indagar sobre la importancia de la previsión ante un riesgo al que se pueda estar expuesto en el día a día y a largo plazo.

Justificación

En Ecuador, los problemas en educación financiera afectan a la sociedad en general, en el caso específico del manejo de las finanzas personales, “existe una ignorancia generalizada en la población con respecto a conceptos financieros básicos” (García, Grifoni, & López Di, 2013, pág. 21). En su mayoría en los ecuatorianos existe falta de previsión del ahorro que permita garantizar la estabilidad de los hogares y las condiciones de vida óptimas a largo plazo. Pues según la opinión de Carlos Moras en Lideres (2013): “El ahorro prácticamente ha desaparecido en nuestro País. Son pocas las familias que lo hacen para su vejez. El ahorro que existe es para la compra de bienes, pero es de corto plazo”(s/p).

Cuando se identifica un riesgo, las personas pueden elegir tres alternativas para su tratamiento como señala Pinos (2019):

- **Asumir el riesgo:** (No aseguramiento), las personas o empresas muchas veces asumen directamente sus riesgos, en este punto las personas o empresas destinan un fondo para hacer frente a posibles pérdidas que se pueda dar en el futuro. Esta actitud no es un auto seguro.
- **Transferir el riesgo:** La persona o empresa paga a una aseguradora para que asuma los riesgos que el cedente desea liberarse, y este lo acepta a cambio de una prima. Se supone que el tomador de ese riesgo primero conoce la probabilidad de pérdida y por lo tanto gestiona de mejor manera que el cedente de dicho riesgo, y segundo, tiene la capacidad financiera para hacer frente a las posibles pérdidas. La combinación de los objetos o



sujetos expuestos al riesgo es un número suficientemente grande, de tal manera que permita la predicción de la pérdida.

- **Eliminación del riesgo:** Normalmente este punto se da con personas que tienen una gran aversión al riesgo, esta persona evita por completo la asunción de riesgos, y por lo tanto se esperaría que no tenga los mismos rendimientos que las personas que se manejan en los puntos anteriores. (págs. 46-47)

Dentro de la alternativa de transferir riesgos surgen los seguros como respuesta a dicha problemática, estos seguros están divididos en dos ramos como son vida y no vida (generales), y su función principal es ofrecer a los asegurados tranquilidad y garantía de que sus condiciones de vida y su patrimonio no se verán afectados, ya sea después de ocurrido un siniestro o una vez culminada su etapa productiva en el caso de planes o seguros de jubilación. Así que se considera necesario conocer la percepción que tienen los habitantes de la ciudad de Cuenca sobre la importancia, el funcionamiento y el papel que juegan los seguros en la economía familiar.

Además de identificar como actúan las personas ante la materialización del riesgo, si existe o no una cultura de prevención, o cual es la forma en que las personas actúan después de ocurrido un siniestro y cómo influye el mismo ante la elección de un seguro. También, es importante conocer cuál es su postura ante la importancia de transferir el riesgo y si prefieren tomar en cuenta la experiencia que otros tuvieron con un determinado seguro y compañía aseguradora.

Los beneficiarios de la investigación serán las entidades aseguradoras para brindarles información que les permita conocer la cultura de los clientes potenciales de seguros en la ciudad de Cuenca y la percepción que tiene la ciudadanía de las empresas aseguradoras en caso de conocer alguna de ellas. Dicha información puede ser útil como base para desarrollar productos más atractivos que satisfagan las necesidades de los asegurados.

3. Breve revisión de la literatura y el estado del arte.

En la actualidad no existen estudios de la cultura de los seguros a nivel de las ciudades del Ecuador, que permitan a las entidades aseguradoras definir estrategias para desarrollar productos



de acuerdo a las necesidades y preferencias de los clientes de cada ciudad. Existen organismos que han realizado investigaciones acerca de la cultura de los seguros en Ecuador.

Liberty Seguros, con el fin de conocer más a fondo al consumidor de seguros en Ecuador y entregar así propuestas comerciales más acordes a sus necesidades, se realizó a finales de 2017 e inicios del 2018, un estudio sobre la cultura de seguros en el país. La investigación revela que, en su mayoría, los ecuatorianos contratan seguros por obligatoriedad, más no porque exista consciencia sobre los beneficios que puede otorgar un seguro en cualquiera de sus variedades, pese a que el proceso para contratar un seguro es catalogado como fácil (Diario El Mercurio, 2018).

Existen estudios que muestran que en el Ecuador se da menor prioridad a los seguros de vida tal como muestran los estudios realizados por Fundación MAPFRE (2018):

El volumen de primas del mercado asegurador ecuatoriano mostró un ligero incremento en 2017 del 0,8% en términos nominales y del 0,4% en términos reales, hasta situarse en 1.631 millones de dólares, modificando de esta forma la tendencia decreciente de los dos años anteriores. Las primas del segmento No Vida, que acumulan una cuota del 77% del mercado, tuvieron una caída del 0,8%, mientras que el seguro de Vida tuvo un incremento del 6,6%. Ambas modalidades, individual y colectivo, tuvieron subidas, aunque la aportación al crecimiento del seguro colectivo es mayor al acumular el 92% del negocio de Vida.

En lo que se refiere a las líneas de negocio de No Vida, el crecimiento de Incendio, robo y líneas aliadas (0,3%), accidentes personales (5,8%), salud (17,7%) y responsabilidad civil (6,9%) no compensó el descenso de las otras líneas, principalmente del seguro de automóviles (-1,2%) y transportes (-11%) (pág. 207).

Con respecto al estudio de la cultura de los seguros en otros países, por ejemplo, en Colombia la federación de Aseguradores Colombianos (Fasecolda) elaboró en 2015, un estudio de demanda de seguros de vida tomando como población el decil de mayor ingreso del país. Este permitió:



Interpretar los factores económicos relacionados con la compra de seguros y elaborar hipótesis sobre el comportamiento de los consumidores de productos financieros en pos de identificar las razones que influyen en la decisión de no comprar un seguro. Como resultado se identificó que la demanda de seguros de vida depende de factores como nivel educativo, nivel de ingresos entre otras variables socioeconómicas, pero identifica también retos importantes como, la tenencia de activos a largo plazo o de fondos de ahorro (Mayorga, 2015).

En un estudio realizado por Apolinario, Caicedo, & Baque (2017) estos autores indican que:

Se exploró la información a través de papers digitales de varios autores, donde se identificó la cronología de del surgimiento del sistema regulatorio ecuatoriano de seguros, se evaluó la problemática actual demostrando la relevancia y el entendimiento de varios profesionales que están en el campo asegurable quienes exponen sus razones lógicas e interpretándolas con criterio subjetivos pasando de un modelo rústico y sin directrices a la nueva estructura del control de los ente aseguradores. Como resultado de dicho estudio se concluyó que:

No existe la cultura de aseguramiento en los ecuatorianos puesto que, carecen de confianza debido al desconocimiento, diversos acontecimientos ocurridos en el país, existencia de casos donde se han aprovechado de la confianza de los clientes, incumplimiento de contratos de seguros faltando al principio de buena fe de lado y lado. Los aseguradores y asegurados deben estar conscientes que lo que se acuerda se debe cumplir. Esta concientización debe estar presente sobre los riesgos a los cuales se está expuesto, generando confianza en la contratación y la protección que brinda este de servicio. La cultura ecuatoriana en materia de seguro debe y necesita cambiar, las leyes actuales presenta producto a la talla que el asegurado requiere y que solo tocaría contratar las pólizas adecuadas. La situación actual del sistema de seguros ha mejorado, existiendo compañías dedicadas a diferentes ramos de seguros y el control por parte de las entidades gubernamentales (Apolinario, Caicedo, & Baque, 2017, pág. 11).

Albarrán (2000) en su *estudio Análisis Económico y Estadístico de los factores determinantes de la demanda de los seguros privados en España* pretende revelar la estructura,



pautas de comportamiento y preferencia de los clientes, ofreciendo información relevante a la hora de aunar o acercar intereses entre consumidores y “productores” de seguros. El estudio se basa en la Teoría de la Demanda del Consumidor (elección en ámbito de incertidumbre) para llegar a conocer los factores determinantes de la misma, aplicándolo al seguro basándose en datos procedentes de la *Encuesta básica de presupuestos Familiares*.

La metodología utilizada en la primera parte es totalmente descriptiva y analiza la evolución y estructura de la demanda de seguros privados. Para llevar a cabo la investigación empírica se utiliza la información procedente de la Encuesta Básica de Presupuestos Familiares (EBPF) realizada en España por el INE en 1990. La utilización de este tipo de datos condiciona la metodología a utilizar. Realiza los análisis de demanda con datos de corte transversal. Estos trabajos han considerado la variable dependiente como una variable cualitativa (valor 0 cuando no se consume y 1 en caso contrario). No considera una única variable dependiente (la renta de la unidad familiar) sino que se introducen otras variables relacionadas con las características del sustentado principal de las unidades familiares (sexo, nivel de estudios, categoría profesional, etc.).

4. Contexto del problema y preguntas de investigación.

Problema central

En el mercado asegurador ecuatoriano los seguros que son mayormente contratados son los seguros de vehículos y seguros de vida colectivos con un porcentaje de 23% y 21%, respectivamente según datos de la SCVS. Existe una diferencia muy grande entre el nivel de contratación de éstos con respecto a otros seguros como son los de vida individual, asistencia médica, accidentes personales, robo, incendio entre otros tipos de seguros, cuyos porcentajes se encuentran entre un 3% y 8%. Así también, se conoce que la principal razón de que los seguros de vehículos sean los mayormente contratados, es debido al carácter obligatorio del mismo debido a las leyes del país, además:

Liberty Seguros infirió gracias a un estudio de cultura aseguradora, que los ecuatorianos no identifican la importancia de contratar un seguro hasta que es necesario; es decir; luego de que ya ocurrió un desastre natural, un accidente o algo impredecible. También



que un siniestro motiva y acelera la compra además de que viabiliza y justifica la renovación de un seguro previamente contratado (CMV, 2018).

Preguntas de investigación

- a) ¿Cómo influye el nivel de ingreso de la población del área urbana de Cuenca con su decisión de contratar o no un seguro?
- b) ¿Cuán importante considera la población del área urbana de Cuenca la contratación de seguros?
- c) ¿Cuáles son los seguros que priorizarían la población cuencana?
- d) ¿Está preparada la población cuencana para hacer frente a la materialización de un riesgo?

5. Marco Teórico

Antecedentes

Los seguros, como convenciones de amparo pertenecen a la necesidad de buscar protección contra hechos imprevistos que nos causan daño, o los que nos infieren voluntaria o involuntariamente las personas. Estas convenciones tienen antecedentes muy antiguos. La evocada figura del rey de Babilonia, Hammurabi, data de 18 siglos antes de cristo. Los romanos antiguos tenían asociaciones en forma de mutuas para costear los gastos de los funerales. En la edad media, se crearon las gildas y también reunían sus esfuerzos para ayudar a quienes perdían sus bienes como casas y graneros debido a rayos e incendios, así también para ayudar a los incapacitados y a quienes perdían su ganado (Peña Triviño, 1999).

Riesgo

En el artículo 4 de la Legislación sobre el contrato del seguro define al riesgo como: ... el suceso incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del solicitante, asegurado o beneficiario, ni de la del asegurador y cuyo acaecimiento hace exigible la obligación del asegurador. Los hechos ciertos, salvo la muerte, y los físicamente imposibles no constituyen riesgo y son, por tanto, extraños al contrato de seguro (SCVS, 1963).

Sistema de Seguro Privado



Según el Art. 2 del Reglamento a la Ley General de Seguros, el sistema de seguro privado en el Ecuador está integrado por:

a) Las empresas que realicen operaciones de seguros; b) Las compañías de reaseguros; c) Los intermediarios de reaseguros; d) Los peritos de seguros; y, e) Los asesores productores de seguros. (SCVS, 2014).

Empresas que realicen operaciones de seguros

De acuerdo al Art. 3 de la Ley General de Seguros: Son empresas que realicen operaciones de seguros, las compañías anónimas constituidas en el territorio nacional y las sucursales de empresas extranjeras, establecidas en el país, en concordancia con lo dispuesto en la presente Ley y cuyo objeto exclusivo es el negocio de asumir directa o indirectamente o aceptar y ceder riesgos en base a primas. Las empresas de seguros podrán desarrollar otras actividades afines o complementarias con el giro normal de sus negocios, excepto aquellas que tengan relación con los asesores productores de seguros, intermediarios de seguros y peritos de seguros con previa autorización de la Superintendencia de Bancos y Seguros (SCVS, 2014), dentro del mismo artículo se clasifica a estas empresas en dos ramas:

- **Las de seguros generales.-** Son aquellas que aseguren los riesgos causados por afecciones, pérdidas o daños de la salud, de los bienes o del patrimonio y los riesgos de fianza o garantías.
- **Las de seguros de vida.-** Son aquellas que cubren los riesgos de las personas o que garanticen a éstas dentro o al término de un plazo, un capital o una renta periódica para el asegurado y sus beneficiarios. Las empresas de seguros de vida, tendrán objeto exclusivo y deberán constituirse con capital, administración y contabilidad propias. Las empresas de seguros que operen conjuntamente en los ramos de seguros generales y en el ramo de seguros de vida, continuarán manteniendo contabilidades separadas. (pág. 2)

Definición de seguro

Como manifiesta Peña Triviño (1999), el seguro es un contrato mediante el cual una de las partes, el asegurador, se obliga, a cambio del pago de una prima, a indemnizar a la otra parte,



dentro de los límites convenidos, de una pérdida o daño producido por un acontecimiento incierto; o a pagar un capital o una renta, si ocurre la eventualidad prevista en el contrato.

El glosario de términos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (SCVS) brinda una serie de definiciones importantes que se deben considerar en la contratación de una póliza de seguro:

Contrato de Seguros

En general, es el documento o póliza suscrita con una entidad de seguros en el que se establecen las normas que han de regular la relación contractual de aseguramiento entre ambas partes (asegurador y asegurado), especificándose sus derechos y obligaciones respectivos. Desde un punto de vista legal, el contrato de seguro es aquel por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura, a indemnizar, dentro de los límites pactados, el daño producido al asegurado, o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas. Es aquél por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima, y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura a indemnizar, dentro de los límites pactados, el daño producido al (bien) asegurado o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas. Está compuesto por: la solicitud, las condiciones generales, las condiciones especiales y las condiciones particulares (pág. 7).

Así mismo SCVS (2015) , define las figuras que intervienen en los contratos de una póliza de seguros:

Tabla 1. Definición de las figuras que intervienen en un contrato de seguro

Figuras que intervienen	Definiciones
Asegurador	Son Compañías Anónimas constituidas en el territorio nacional, las cuales están legalmente autorizadas para asumir riesgos, y que, por el pago de una prima se comprometen a indemnizar al asegurado en caso de siniestros de acuerdo con las condiciones acordadas en la póliza.
Asegurado	“Es la persona que es titular del interés asegurable, o sea aquella cuyo



patrimonio o persona puedan resultar afectados, directa o indirectamente, por la realización de un siniestro”.

Asesor de seguros

Persona dedicada a la producción de seguros y al mantenimiento y administración de la cartera conseguida, realizando las gestiones comerciales y administrativas necesarias para obtener dicho objetivo. La Ley General de Seguros regula el control de la mediación en los contratos de seguros, estableciendo la separación de los mediadores de seguros en dos categorías nítidamente diferenciadas.

Agentes

Son personas naturales que a nombre de una empresa de seguros se dedican a gestionar y obtener contratos de seguros. Estos pueden ser:

a. Las agencias asesoras productoras de seguros.-

Personas jurídicas con organización propia, cuya única actividad es la de gestionar y obtener contratos de seguros, para una o varias empresas de seguros o de medicina prepagada autorizada a operar en el país. Las empresas de seguros serán solidariamente responsables por los actos ordenados o ejecutados por los agentes de seguros y las agencias asesoras productoras de seguros, dentro de las facultades contenidas en los respectivos contratos.

b. Intermediario de seguros: Es el agente de seguros que normalmente realiza las labores de promoción de los productos de las aseguradoras entre sus clientes. Asume también la responsabilidad de asesorarlos en la contratación de las coberturas, ponerlo al tanto de las alternativas del mercado, aclararle las limitaciones, exclusiones y costos del seguro, realizar los trámites para la contratación de la póliza y en muchos de los casos asesorarlo para la obtención de las indemnizaciones en caso de siniestro.

Contratante

Persona que suscribe un contrato, asumiendo los derechos y obligaciones en él establecidas.

Beneficiario

Es quien percibe la indemnización en caso de siniestro. El asegurado



puede ser distinto del beneficiario si, por ejemplo, cuando se trata de un seguro de vida en que se cubre la vida del asegurado, el beneficiario es la persona designada expresamente por el asegurado. En el caso de seguro de un vehículo que se encuentre prendado por una obligación financiera, el beneficiario será el acreedor de este préstamo y no el asegurado quien es el que paga la prima del seguro (págs. 1-12).

Fuente: Superintendencia de Compañías Valores y Seguros

Elaborado por: la autora

En el mismo glosario de términos de (SCVS, 2015) se encuentra definidos los elementos de un contrato de Seguros que son:

Elementos	Definición
Bienes asegurables	Definición usada en seguros marítimos; y por extensión en todo el seguro de transporte, para designar al objeto asegurado, ya sea, mercancía o cualquier otro bien, que esté expuesto a los riesgos de transporte.
Interés asegurable	Vínculo que existe entre el asegurado y el objeto asegurado, una persona tiene un interés asegurable cuando se beneficia de la conservación de un objeto y se perjudica si este sufre daño o pérdida. Este principio nos guía a asegurar solamente aquellos bienes que nos pertenecen o aquellos sobre los que tenemos responsabilidad. Para que exista un contrato de seguro debe estar presente el interés asegurable, en ausencia de este, no puede existir un contrato válido.
Riesgo Asegurable	Riesgo susceptible de ser cubierto por una póliza de seguros por cumplir los requisitos esenciales: ser incierto, posible concreto, lícito, fortuito, cuantificable y económico
Prima	Es el importe que determina la aseguradora, como contraprestación o pago, por la protección que otorga en los términos del contrato de seguros o póliza.



- **Prima Neta Comercial:** Es el costo neto de una póliza
- **Valor Asegurable:** Valor por el que se suscribe el seguro de un bien después de que éste ha sido evaluado objetivamente.

Fuente: Superintendencia de Compañías Valores y Seguros

Elaborado por: la autora

Teoría de la utilidad

Diariamente los consumidores deben tomar decisiones de consumo, las mismas que están sujetas a los precios y el ingreso disponible, además tienden a elegir bienes y servicios que valoran más, es decir, aquellos que les reportan mayor utilidad o satisfacción. (Mochón, 2010)

Teoría de la decisión

La teoría de la decisión se encarga de analizar como eligen las personas, las cuales buscan entre un conjunto de acciones posibles, aquellas que le conducen a la mayor utilidad respecto a sus preferencias. El paradigma canónico de esta teoría de la decisión se caracteriza por contar con un individuo que debe tomar una decisión cualquiera y de quien se asume ciertas preferencias; así la teoría de la decisión no considera precisamente el porqué de las preferencias de los individuos, ni porque tiendan a irse por artículos específicos; solo se encarga de que dichas preferencias satisfagan ciertos criterios básicos en su consistencia lógica (Duque, 2018).

6. Objetivos e hipótesis.

General

- Diagnosticar la cultura de los seguros de la población de la zona urbana de la ciudad de Cuenca.

Específicos

- Desarrollo del marco teórico que permita medir la cultura de los seguros.
- Analizar la situación actual del mercado asegurador para determinar las variables que influyen en la decisión de contratación o no contratación de los seguros.
- Plantear el modelo para determinar la cultura de los seguros.



Hipótesis

- **H₀**: No existe conocimiento y/o asesoramiento apropiados que le permita a la población cuencana ser consciente de administrar de forma eficiente los riesgos que conllevan sus actividades.
- **H_a**: Existe conocimiento y/o asesoramiento apropiados que le permita a la población cuencana ser consciente de administrar de forma eficiente los riesgos que conllevan sus actividades.

7. Variables y datos.

7.1.Variable dependiente

La cultura de los seguros es el variable dependiente, puesto que se ve afectada por diferentes variables independientes que la determinan.

7.2.Variables independientes

Entre las variables independientes que se deberían considerar estudiarse, se encuentran los distintos factores agrupados en tres grupos como son:

Variables	Factores
Características socioeconómicas	<ul style="list-style-type: none">• Edad del jefe de familia• Género• Nivel de estudios• Condición socioeconómica
Características sociales y demográficas del hogar	<ul style="list-style-type: none">• Número de miembros que conforman el hogar
Variables psicográficas	<ul style="list-style-type: none">• Grupos de referencia• Clase social• Cultura• Motivos de compra



VARIABLES MOTIVACIONALES

- Factores internos que influyen en el comportamiento de contratación de un seguro

VARIABLES DE PUBLICIDAD

- Canales por los cuales los clientes o potenciales clientes obtienen información acerca de los seguros

Elaboración: La autora

7.3. Datos

Con la finalidad de obtener los datos para la presente investigación se aplicará una encuesta a la población que comprende los estratos medio, medio-alto y alto de la población del área urbana de la ciudad de Cuenca.

8. Descripción de la metodología a utilizar.

8.1. Tipo y nivel de investigación

La investigación contará con una primera fase de carácter exploratorio de trabajos relacionados con el tema de estudio, que permita identificar y analizar la situación actual del mercado asegurador y los factores que determinan la cultura de los seguros. Y en segunda instancia se trató de una investigación de tipo concluyente descriptiva con datos de corte transversal simple, que permitan diagnosticar cual es la percepción, las necesidades y preferencias de los potenciales clientes de los seguros.

8.2. Descripción del ámbito de la investigación

En el presente trabajo de investigación, el ámbito de estudio es la población del área urbana de la ciudad de Cuenca, que cumple con un perfil de cliente potencial de la contratación de seguros.

8.3. Población y muestra

Población



Para la determinación de la población a estudiar, es necesario tener claro la definición del término, según Malhotra (2008) nos dice que: “Una población es la suma de todos los elementos que comparten algún conjunto común de características y que constituyen el universo para los propósitos del problema de la investigación de mercados” (pág. 335).

Es así que, la población tomada en cuenta para esta investigación, considera a los habitantes del área urbana de Cuenca que se encuentren dentro de los estratos socioeconómicos medio, medio-alto y alto.

Muestra

Por su parte “(...) la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Hernandez Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2014).

La población de estudio para el desarrollo de la presente investigación está conformada por las personas cuyo nivel de ingresos estén dentro de los quintiles 3,4 y 5, siendo este un universo finito, por lo que la muestra se determinara mediante la fórmula propuesta por Murray y Larry:

$$n = \frac{z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + z^2 \sigma^2}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N = es el tamaño de la población total.

σ = Representa la desviación estándar de la población. En caso de desconocer este dato es común utilizar un valor constate que equivale a 0.5

Z = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.



e = representa el límite aceptable de error muestral, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.5) el valor estándar usado en las investigaciones.

8.4. Métodos de recolección de datos

La información necesaria para el diagnóstico de la cultura de los seguros de la población se realizará mediante encuestas tanto físicas y electrónicas tomando como unidad de análisis a las personas adultas del área urbana, en edades comprendidas desde los 30 años en adelante que cuenten con ingresos aproximados a los dos quintiles con mayores ingresos según la encuesta ENEMDU 2018 del INEC.

8.5. Construcción del Índice de cultura aseguradora

Para la recolección de información que permita definir la cultura de los seguros en la ciudad de Cuenca se procede a replicar la encuesta definida en el trabajo denominado *Definición y medición de la cultura aseguradora: Aplicación al caso español*, en la misma los autores De Cabo, Alcalá & Rodríguez (2015) han definido los factores importantes que les permitió “aproximarse a la realidad de la cultura aseguradora”, dichos factores han sido agrupados adecuadamente en la encuesta que cuenta con cuatro dimensiones, las cuales trabajan con indicadores específicos que permiten realizar una medición cuantitativa de cada uno de estos factores; debido a ciertas diferencias existentes entre España y Ecuador, con respecto a cultura y específicamente en el sector asegurador se requiere modificar mínimamente ciertas preguntas para adaptarlas al entorno de nuestro país; sin embargo, esto no ha afectado en nada la metodología del cálculo del índice.

De dicha encuesta se obtiene el Índice de Cultura Aseguradora (ICA) que se basa en cuatro dimensiones como son: Conocimiento, Uso, Educación y previsión, los cuales cuentan con tres indicadores cada uno, dichos indicadores surgen del cálculo del promedio ponderado del producto entre el porcentaje de la población que eligió correctamente una respuesta por el peso que ha sido establecido para dicha respuesta. Una vez obtenidos los indicadores base, se procede a realizar una agregación mediante el uso de la media geométrica, lo que permite obtener los índices correspondientes a cada dimensión, usando este mismo procedimiento se calcula el



Índice General de Cultura Aseguradora. Dicho índice general tiende a tomar valores de entre 0 y 100 dentro de los cuales se pueden identificar tres niveles de cultura aseguradora como son bajo, medio y alto, cuyos rangos se definen a continuación:

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

8.6. Análisis de Correlación

El análisis de correlación brinda una medida cuantitativa de la fuerza de la relación entre dos variables, en primera instancia se utiliza un diagrama de dispersión para obtener una representación visual de la relación entre las variables (Lind, Marchal, & Wathen, 2012, pág. 465).

- **Coefficiente de correlación**

El coeficiente de correlación, creado por Karl Pearson alrededor de 1900, describe la fuerza de la relación entre dos conjuntos de variables en escala de intervalo o de razón. Se designa con la letra r , y con frecuencia se le conoce como r de Pearson y coeficiente de correlación productomomento. Puede adoptar cualquier valor de -1.00 a $+1.00$, inclusive.

Siendo su fórmula:

$$r = \frac{\sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{(n - 1)s_x s_y}$$

- **Características del coeficiente de correlación**

1. El coeficiente de correlación de la muestra se identifica con la letra minúscula r .
2. Muestra la dirección y fuerza de la relación lineal (recta) entre dos variables en escala de intervalo o en escala de razón.
3. Varía de -1 hasta $+1$, inclusive.



4. Un valor cercano a 0 indica que hay poca asociación entre las variables.
5. Un valor cercano a 1 indica una asociación directa o positiva entre las variables.
6. Un valor cercano a -1 indica una asociación inversa o negativa entre las variables.

8.7.Prueba de Significancia

Permite identificar si puede haber una correlación cero entre la población de la cual se seleccionó la muestra.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

8.8.Prueba de Hipótesis

“Procedimiento basado en evidencia de la muestra y la teoría de la probabilidad para determinar si la hipótesis es una afirmación razonable” (Lind, Marchal, & Wathen, 2012, pág. 334). Así también, establecen el procedimiento basado en cinco pasos que sistematiza la prueba de una hipótesis:

8.8.1. Se establecen la hipótesis nula (H0) y la hipótesis alternativa (H1).

Hipótesis Nula: Enunciado relativo al valor de un parámetro poblacional que se formula con el fin de probar evidencia numérica.

Hipótesis alternativa: Enunciado que se acepta si los datos de la muestra ofrecen suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula.

8.8.2. Se selecciona el nivel de significancia (α).

El nivel de significancia es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera.

Error tipo I: Rechazar la hipótesis nula, H0, cuando es verdadera.

Error tipo II Aceptar la hipótesis nula cuando es falsa.

8.8.3. Se selecciona un estadístico de prueba adecuado.



El estadístico de prueba es el valor determinado a partir de la información de la muestra, para determinar si se rechaza la hipótesis nula.

8.8.4. Se formula una regla de decisión

Una regla de decisión es un enunciado sobre las condiciones específicas en que se rechaza la hipótesis nula y aquellas en las que no se rechaza. La región o área de rechazo define la ubicación de todos esos valores que son tan grandes o tan pequeños que la probabilidad de que ocurran en una hipótesis nula verdadera es muy remota.

8.8.5. Se toma una decisión

Se calcula e interpreta el estadístico de la prueba, comparándola con el valor crítico, y tomar la decisión de rechazar o no la hipótesis nula.

8.9. Coeficiente de determinación R^2

Es un estadístico que ayuda a interpretar la proporción de la variación total de la variable dependiente Y que se explica, o contabiliza, por la variación de la variable dependiente X. (Lind, Marchal, & Wathen, 2012, pág. 487)

9. Explicación del contenido mínimo

I. Sección

Página de título.

Autores y título del artículo académico

Resumen

En español y palabras clave, Abstract and keywords

II. Introducción.

III. Marco teórico

IV. Metodología

Tipo de investigación, población, muestra, análisis de correlación.

V. Resultados y análisis de los datos



VI. Conclusiones

VII. Referencias

10. Bibliografía inicial

Bibliografía

- Albarrán, I. (2000). *Análisis económico y estadístico de los factores determinantes de la demanda de los seguros privados en España*. FUNDACIÓN MAPFRE ESTUDIOS.
- Apolinario Quintana, R., Caicedo, M., & Baque Mieles, J. (julio de 2017). Las regulaciones de los seguros y su efecto en el ámbito privado del Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 11. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/regulacion-seguros-ecuador.html>
- Duque, J. (16 de febrero de 2018). *Teoría de la decisión*. Recuperado el 6 de 2 de 2019, de ABCFinanzas.com: <https://www.abcfinaanzas.com/principios-de-economia/teoria-de-la-decision>
- Fundación MAPFRE. (2018). *El mercado asegurador en América Latina en 2017*. Recuperado el 10 de enero de 2019, de Fundación MAPFRE: https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1097450
- García, N., Grifoni, A., & López Di, J. C. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe Situación Actual y Perspectivas*. CAF-Banco de Desarrollo de America Latina.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D. F.: McGraw Hill Education.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (15 ed.). Mexico: McGraw-Hill.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). México: Pearson Educación.
- Mayorga, W. (2015). *La demanda de seguros de vida en Colombia: una visión integral*. Bogotá. Recuperado el 8 de febrero de 2019, de www.fasecolda.com/files/5214/3265/2138/DemandaSegurosdevidaColombia.pdf
- Mochón, F. (2010). *Principios de Economía* (4 ed.). Madrid: McGrawHill/Interamericana de España, S.L.
- Peña Triviño, E. (1999). *Manual de derecho de seguros*. Guayaquil: Edino.
- Pinos, L. (2019). *Matemática Actuarial*. Cuenca.



- Revista Líderes. (2013). Carlos Morlás: “La cultura del ahorro en el país prácticamente ha desaparecido”. *Líderes*. Recuperado el 6 de febrero de 2019, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/carlos-morlas-cultura-ahorro-pais.html>
- SCVS. (29 de 11 de 1963). *Legislación sobre el contrato del seguro*. Recuperado el 6 de febrero de 2019, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/f18f480c-bb62-4cf3-a0ff-6b55b2d42bd7/decreto_supremo_1147.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=f18f480c-bb62-4cf3-a0ff-6b55b2d42bd7
- SCVS. (12 de septiembre de 2014). *Ley de Seguros*. Recuperado el 7 de 2 de 2019, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/b4dee6b7-4cc8-4df8-bf43-595cdacda6b7/Ley_general_seguros_12_sept_14.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=b4dee6b7-4cc8-4df8-bf43-595cdacda6b7
- SCVS. (13 de 11 de 2015). *Glosario de Términos*. Obtenido de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/glo_ter/GLOSARIO_TERMINOS.pdf
- CMV. (5 de 3 de 2018). Liberty Seguros presentó estudio sobre la cultura de seguros en Ecuador. *El Mercurio*. Recuperado el 3 de febrero de 2019, de <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/03/05/liberty-seguros-presento-estudio-la-cultura-seguros-ecuador/>
- Diario El Comercio. (28 de enero de 2012). ¿Ha pensado en ahorrar a largo plazo? *El Comercio*. Recuperado el 2019 de 2 de 3, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/pensado-ahorrar-a-plazo.html>
- Diario El Mercurio. (5 de marzo de 2018). Liberty Seguros presentó estudios sobre la cultura de los seguros en Ecuador. *El Mercurio*. Recuperado el 02 de 01 de 2019, de <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/03/05/liberty-seguros-presento-estudio-la-cultura-seguros-ecuador/>
- Diario El Universo. (21 de agosto de 2018). ¿Cómo se garantiza el pago de seguros contratados en Ecuador? *El Universo*. Obtenido de ¿Cómo se garantiza el pago de seguros contratados en Ecuador?



11. Un cronograma de actividades con fechas coordinadas con el Asesor sobre reuniones, presentación de avances y el envío final del trabajo académico.

Actividad	Cronograma																				
	Mes	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	Semanas	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Desarrollo del marco teórico																					
Análisis de la situación actual del mercado asegurador																					
Diseño y validación de Cuestionario																					
Levantamiento de Información																					
Validación de Información																					
Análisis de la información primaria.																					
Redacción del cuerpo principal del informe																					
Revisión y ajustes al cuerpo principal del informe																					
Revisión general y ajustes al informe.																					
Correcciones y envío a la comisión general de titulación																					
Aprobación del proyecto de titulación																					
Impresión y anillado																					
Revisión del tribunal																					
Sustentación del Artículo Académico																					