

Área de Seguro y Previsión Social

# **Definición y medición de la cultura aseguradora. Aplicación al caso español**

Gema de Cabo Serrano (dirección)  
Carmen Alcalá López  
María Teresa Rodríguez Lupiañez

FUNDACIÓN **MAPFRE**

© FUNDACIÓN MAPFRE

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin el permiso escrito del autor o de FUNDACIÓN MAPFRE

FUNDACIÓN MAPFRE no se hace responsable del contenido de esta obra, ni el hecho de publicarla implica conformidad o identificación con la opinión del autor o autores.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista en la ley.

© 2015, FUNDACIÓN MAPFRE  
Paseo de Recoletos, 23  
28004 Madrid (España)

[www.fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org)  
[publicaciones.ics@fundacionmapfre.org](mailto:publicaciones.ics@fundacionmapfre.org)

ISBN: 978-84-9844-541-1  
Depósito Legal: M-28038-2015  
Maquetación y producción editorial: Cyan, Proyectos Editoriales, S.A.

## PRESENTACIÓN

Desde 1975 FUNDACIÓN MAPFRE desarrolla actividades de interés general para la sociedad en distintos ámbitos profesionales y culturales, así como acciones destinadas a la mejora de las condiciones económicas y sociales de las personas y de los sectores menos favorecidos de la sociedad.

Desde el Área de Seguro y Previsión Social trabajamos con el objetivo de promover y difundir el conocimiento y la cultura del seguro y la previsión social.

En cuanto a las actividades orientadas hacia la sociedad en general, creamos contenidos gratuitos y universales en materia de seguros que divulgamos a través de la página web Seguros y Pensiones para Todos. Organizamos actividades educativas y de sensibilización mediante cursos de formación para el profesorado, talleres para escolares y visitas gratuitas para grupos al Museo del Seguro. Asimismo publicamos guías divulgativas para dar a conocer aspectos básicos del seguro.

Además de esta labor divulgativa, apoyamos la investigación mediante la elaboración de informes sobre mercados aseguradores y otros temas de interés, la concesión de ayudas para la investigación en seguros y previsión social, la publicación de libros y cuadernos de temática aseguradora y la organización de jornadas y seminarios. Nuestro compromiso con el conocimiento se materializa en un Centro de Documentación especializado que da soporte a todas nuestras actividades y que está abierto al público en general.

Dentro de estas actividades se encuadra la concesión de una ayuda a la investigación Ignacio H. de Larramendi 2013 a Gema de Cabo Serrano, Carmen Alcalá Lopez y María Teresa Rodríguez Lupiañez para el desarrollo del proyecto *Definición y medición de la cultura aseguradora. Aplicación al caso español* que ha sido tutorizado por César Quevedo Seises, subdirector del Área de Seguro y Previsión Social y Begoña González García, directora del Centro de Estudios del Área de Seguro y Previsión Social de FUNDACIÓN MAPFRE.

Todas nuestras actividades se encuentran disponibles y accesibles en internet, para usuarios de todo el mundo, de una manera rápida y eficaz, a través de nuestra página web: [www.fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org)

Área de Seguro y Previsión Social  
FUNDACIÓN MAPFRE

**Gema de Cabo Serrano** es Doctora en Economía por la Universidad Complutense de Madrid y Master en Hacienda Pública: Gasto Público y Programación Económica por el Instituto de Estudios Fiscales. Ha desarrollado su carrera profesional entre el ámbito universitario, donde fue profesora de econometría durante una década en la Universidad Complutense de Madrid, y en el Centro de Estudios Económicos Tomillo (CEET) desde 1998, donde actualmente es Directora de Proyectos y Propuestas. Está especializada en el análisis económico, en sostenibilidad y territorio, en temas sociales sobre mujer, inmigración y personas con discapacidad y en la evaluación de impacto de políticas públicas y proyectos sociales. Como resultado de su actividad profesional, ha publicado más de veinte libros y una docena de artículos, ha participado en una treintena de jornadas y foros y ha dirigido y/o participado en un centenar de proyectos, estudios o asistencias técnicas.

**Carmen Alcalá López** es Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito de la economía, como analista económico y financiero durante más de una década y en la actualidad como Jefa de Proyectos de CEET desde 2009, en donde ha dirigido y/o participado en más de veinte proyectos y se ha especializado en el análisis macroeconómico y sectorial, más concretamente del mercado de trabajo y del sector de la eficiencia energética, en el análisis social en el ámbito de la inclusión social, en la evaluación de políticas públicas y, metodológicamente, en la estadística descriptiva con el manejo experto de técnicas estadísticas, así como el diseño de cuestionarios para el estudio de temas sociales y laborales.

**María Teresa Rodríguez Lupiañez** es Máster en Intervención Social en la Sociedad del Conocimiento por la Universidad Internacional de La Rioja y Licenciada en Economía por la Universidad de Granada. Como técnica y colaboradora de CEET desde el año 2009 ha trabajado en una treintena de proyectos, especializados en el análisis económico global y sectorial aplicado, en la evaluación de políticas sociales, especialmente las relacionadas con la pobreza y el género y en la aplicación de técnicas cuantitativas, modelización, explotación y análisis de bases de datos.

# ÍNDICE

<b>Resumen</b>	<b>13</b>
<b>1. Referencias, objetivos y contenido</b>	<b>19</b>
1.1. Contexto de referencia	19
1.2. Objetivos	21
1.3. Contenido	22
<b>2. La cultura aseguradora en España</b>	<b>25</b>
2.1. Autovaloración del nivel de cultura aseguradora	25
2.2. El concepto de cultura aseguradora y sus dimensiones	28
2.3. Los indicadores para medir la cultura aseguradora y sus dimensiones	29
2.4. El Índice de Cultura Aseguradora	30
2.4.1. El ICA general	30
2.4.2. El ICA por sexo y por edad	38
<b>Anexo I. Referencias bibliográficas</b>	<b>47</b>
<b>Anexo II. Metodología</b>	<b>51</b>
1. Conceptualización	51

2. Medición	53
2.1. Instrumentalización y diseño del cuestionario	55
2.2. Realización de la encuesta y explotación de los resultados	58
2.3. Cálculo del Índice de Cultura Aseguradora	60
<b>Anexo III. Cuestionario de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014</b>	<b>67</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Dimensiones de la cultura aseguradora	29
Ilustración 2. Indicadores base del Índice de Cultura Aseguradora, por dimensiones	30
Ilustración 3. ICA general y por dimensiones	31
Ilustración 4. Dimensión Conocimiento. ICA parcial e Indicadores Base (IB)	33
Ilustración 5. Dimensión Uso. ICA parcial e Indicadores Base (IB)	34
Ilustración 6. Dimensión Educación. ICA parcial e Indicadores Base (IB)	36
Ilustración 7. Dimensión Previsión. ICA parcial e Indicadores Base (IB)	37
Ilustración 8. Proceso de conceptualización de la Cultura Aseguradora y sus dimensiones	52
Ilustración 9. Proceso de instrumentalización en indicadores cuantificables del concepto y dimensiones de la cultura aseguradora	58
Ilustración 10. Proceso de síntesis desde los resultados de la encuesta a un indicador sintético global. Técnicas de agregación	60

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Índice y subíndices de Cultura Aseguradora por sexo	43
Tabla 2. Índice y subíndices de Cultura Aseguradora por grupo de edad	45
Tabla 3. Muestra de la Encuesta de Cultura Aseguradora en España 2014	59



Tabla 4. Proceso de agregación de los Indicadores Base del ICA, por dimensiones y del ICA global	63
--	----

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Nivel general de cultura aseguradora. Porcentaje sobre el total de personas	25
Gráfico 2. Nivel de cultura aseguradora por sexo. Porcentaje sobre el total de personas de cada sexo	26
Gráfico 3. Nivel de cultura aseguradora por grupo de edad. Porcentaje sobre el total de personas de cada grupo de edad	27
Gráfico 4. Índice de Cultura Aseguradora general, por sexo y por grupos de edad	39
Gráfico 5. ICA por dimensiones y sexo	40
Gráfico 6. ICA por dimensiones y edad	41

## RESUMEN

**FUNDACIÓN MAPFRE** tiene entre sus objetivos desarrollar actuaciones para mejorar la cultura aseguradora de la ciudadanía y su percepción del seguro, para lo cual lleva a cabo múltiples iniciativas en este sentido.

En primer lugar, y como punto de partida, en 2011 realizó un estudio sobre la percepción social del seguro en España (FUNDACIÓN MAPFRE [web] 2012)<sup>1</sup>. Tomando como base los resultados obtenidos y uniéndose a las medidas del Plan de Educación Financiera, en 2012 puso en marcha el proyecto denominado “Seguros para Todos<sup>2</sup>” con el objetivo de *mejorar la percepción social del seguro a través del conocimiento de la cultura aseguradora, sus principios y fundamentos*. Entre las actuaciones iniciadas en el marco de este proyecto, ocupa un papel fundamental el desarrollo de acciones formativas dirigidas tanto al público en general como a educadores. A esto hay que añadir la labor realizada a través de la plataforma web del proyecto que ofrece información básica sobre seguros y conceptos relacionados, incluye materiales pedagógicos, un amplio glosario en la materia y ofrece un servicio de consulta al experto, entre otras iniciativas. Y todo ello apoyado, complementariamente, con el uso de las redes sociales para fomentar la interacción con los usuarios y conocer su opinión en estos temas.

En este contexto, con la realización de la presente investigación, fruto de una ayuda a la investigación concedida por la FUNDACIÓN MAPFRE en 2013, se pretende dar un paso más en el conocimiento de la cultura aseguradora, gracias a la construcción de **un Índice de Cultura Aseguradora, en adelante ICA**, con el que, por vez primera en España, se identifica y mide el grado de conocimiento y comprensión de los seguros y sus aspectos relacionados, a partir de varias novedosas aportaciones.

---

<sup>1</sup> Este informe tuvo su continuación en 2014 manteniendo la misma metodología que el anterior.

<sup>2</sup> Desde 2014 “Seguros y Pensiones para todos”. [www.segurosypensioneparatodos.org](http://www.segurosypensioneparatodos.org)

## CONCEPTO DE CULTURA ASEGURADORA

**En este trabajo se acuña por primera vez el concepto de cultura aseguradora**, entendido como un concepto necesario y de plena actualidad para entender y analizar la cultura del seguro y su calado en nuestra sociedad, **y se identifican sus dimensiones**, tomando como referencia el concepto de educación financiera introducido por la OCDE hace una década (OCDE [web] 2005) en el que se enmarca, de alcance más amplio y avanzado en su extensión, análisis y medición.

En concreto, la cultura aseguradora 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.*

Además, sobre la base en esta definición y entendido como un fenómeno multidimensional y holístico, se identifican cuatro dimensiones de la cultura aseguradora: **conocimiento, uso, educación y previsión.**

## MEDICIÓN DE LA CULTURA ASEGURADORA

Partiendo de esta conceptualización y de los resultados de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014, realizada específicamente para esta investigación, **se aborda la medición del nivel de cultura aseguradora en España.** Esta Encuesta, realizada a medida a partir de un cuidadoso cuestionario diseñado a tal fin, se dirige a la población española y es representativa por sexo y grupos de edad; además, recaba información sobre el uso de los seguros entre la población española según diversas variables sociodemográficas y sobre su nivel de cultura aseguradora, indagando en los aspectos definitorios de sus cuatro dimensiones teóricas.

La estructuración de la cultura aseguradora en cuatro dimensiones sirve de fundamento y facilita la identificación de indicadores apropiados para medir sus diferentes

aspectos definitorios, cuyos datos se obtienen a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014. Para tal medición, se diseña y construye una herramienta específica, **el ICA**, que permite medir los diferentes aspectos que concurren en esta realidad compleja y polifacética y heterogénea.

El ICA, como todo índice sintético diseñado para medir un fenómeno difícil de definir, amplio en su alcance y de múltiples facetas, es **una herramienta cuantitativa de medición**, que tiene la virtud de evaluar en una sola cifra cada dimensión de la cultura aseguradora y el conjunto del fenómeno, con el fin de facilitar su interpretación y comprensión. Constituye, además, **una herramienta reproducible** en diferentes momentos del tiempo, facilitando de este modo el seguimiento de la evolución de la cultura aseguradora a lo largo del tiempo, y para diferentes grupos de población e incluso para distintas regiones o países, permitiendo la realización de comparaciones. Y, por último, puede interpretarse como una **herramienta de difusión**, para dar apoyo y servir como instrumento de divulgación de la importancia y avance de la cultura aseguradora en la sociedad.

Desde el punto de vista práctico, **el cálculo del ICA se realiza a nivel general**, considerando el conjunto de la población española, y a nivel específico, **por sexo y distinguiendo entre tres tramos de edad: entre 20 y 39 años, entre 40 y 64 años y de 65 y más años**.

## **AUTOPERCEPCIÓN DEL NIVEL DE CULTURA ASEGURADORA**

Los datos recabados en la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014 muestran que **la autopercepción de la población española es que su nivel de cultura aseguradora es medio-bajo**. Más concretamente, el 46,2% le da una puntuación media y el 36,8% una baja.

No obstante, dicha percepción es mayor entre los hombres que entre las mujeres (en una escala del 1 al 5, la puntuación media para ellos es de 2,68 frente a la femenina de 2,40) y desciende con la edad (la población de 20 a 39 años le da una media de 2,64 puntos, la de 40 a 64 años 2,58 y los de 65 y más años 2,40).

## EL ÍNDICE DE CULTURA ASEGURADORA (ICA)

En la misma línea, **los resultados obtenidos del cálculo del ICA indican que la población española tiene un nivel de cultura aseguradora medio-bajo**, con un valor estimado del índice de 35,1 (sobre 100). Por dimensiones, revelan que la población española sabe defenderse bastante bien en los aspectos prácticos relacionados con la contratación de seguros y su gestión (ICA dimensión USO: 57,7), y tiene un nivel de conocimientos medianamente adecuado sobre ellos y sus conceptos relacionados (ICA dimensión CONOCIMIENTO: 48,6). Sin embargo, ponen de manifiesto que, en la práctica, la población española apenas realiza actuaciones para prevenir riesgos y mejorar su seguridad (ICA dimensión PREVISIÓN: 27,4) y es muy poca la formación, información y asesoramiento sobre seguros que tiene de referencia (ICA dimensión EDUCACIÓN: 19,8).

**Los ICA por sexo** revelan que el nivel de cultura aseguradora masculino es, en términos generales, mayor que el femenino, esencialmente en lo que se refiere a conocimientos sobre seguros y conceptos relacionados (dimensión CONOCIMIENTO) y acciones emprendidas para prevenir riesgos (dimensión PREVENCIÓN) y no tanto en cuanto a cuestiones prácticas relacionadas con la contratación y gestión de seguros (dimensión USO) y a información, formación y asesoramiento en la materia (dimensión EDUCACIÓN).

**Los ICA por edades** muestran que el nivel de cultura aseguradora es mayor entre las personas más jóvenes y se reduce con la edad. Esta tendencia general se observa también para las dimensiones CONOCIMIENTO y EDUCACIÓN de la cultura aseguradora. Se pone de manifiesto, en consecuencia, que la formación que ha recibido la población más joven en materia de seguros y la información a la que tiene acceso, si bien sigue siendo escasa, es notablemente mayor que la que recibió la población que ahora tiene más de 40 años.

Por el contrario, para las dimensiones USO y PREVISIÓN, los ICA toman un valor más alto entre la población de mediana edad, que entre la más joven o la de más edad. Ello hace notar que es a partir de los 40 años cuando la población toma una mayor conciencia aseguradora, siendo más habitual la contratación de seguros como forma de prevención.

---

La principal conclusión del análisis realizado, por lo tanto, es que **la población española tiene un nivel de cultura aseguradora todavía situado en el tramo más bajo del nivel medio**. Detrás de estos resultados se encuentra el todavía débil desarrollo que actualmente se percibe en la sociedad de los aspectos relacionados con la formación, información y asesoramiento en materia de seguros y, en menor medida, a la escasa concienciación de la población, que apenas toma medidas prácticas de prevención con objeto de garantizar su bienestar ante situaciones de riesgo.

Se constata, de esta forma, que **es de gran importancia realizar actuaciones dirigidas a difundir el conocimiento y la práctica del seguro en la sociedad y concienciar a la población sobre sus posibilidades**.

---

# 1. REFERENCIAS, OBJETIVOS Y CONTENIDO

## 1.1. CONTEXTO DE REFERENCIA

### El concepto de educación financiera

La cultura aseguradora como tal apenas ha sido estudiada y no se encuentran referencias de la misma en la literatura. De hecho, ni siquiera existe un concepto convenientemente delimitado de este fenómeno. Dado que el seguro es un instrumento financiero, cabe tomar como referencia el concepto más amplio de educación financiera, que sí ha sido ampliamente estudiado y, por tanto, se encuentra más avanzado.

En particular, el concepto de educación financiera se aproximó por primera vez en 2005 por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entendiéndola como: “*el proceso mediante el cual los consumidores/inversionistas mejoran su comprensión sobre productos y conceptos financieros y, a través de información, instrucción y/o asesoría objetiva, desarrollan las habilidades y la confianza para volverse más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, para hacer elecciones informadas, para saber dónde buscar ayuda, y para tomar otras medidas efectivas para mejorar su bienestar financiero*” [OCDE [web] 2005].

Desde entonces, esta definición ha sido completada y versionada por distintos organismos y estudiosos. Cabe destacar la realizada por Remund en 2010 aunando los elementos comunes presentes en las distintas acepciones de educación financiera dadas hasta el momento: “*medida del grado en que uno entiende los principales conceptos financieros y posee la capacidad y la confianza para manejar sus finanzas personales a través de una correcta toma de decisiones de corto plazo y una sólida planeación financiera a largo plazo, estando consciente de los acontecimientos de la vida y las cambiantes condiciones económicas*” (L. Remund, David).

## **Actuaciones para fomentar la educación financiera y el conocimiento del seguro**

La información y conocimiento que tiene la población de los productos financieros y su funcionamiento, en términos generales, y de los seguros, en particular, es escasa. En opinión de los expertos, no existe una correspondencia entre el grado de conocimiento de estos productos en la sociedad y el uso real que se hace de ellos. Con ello, en los últimos años son numerosos los organismos públicos y privados que han mostrado interés y preocupación en este campo, instaurando distintos tipos de actuaciones para promover la educación financiera en la sociedad.

A nivel internacional, la **OCDE** presentó en 2005 el estudio **“Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies** [OCDE [web] 2005] en el que evaluaba el nivel de conocimientos de este tipo en 15 países. Poco después, y con base en los resultados de ese estudio, publicó una resolución [OCDE [web] julio de 2005] en la que instaba a los Estados miembro a promover la educación financiera de su población a través de diferentes actuaciones y políticas. Desde entonces, y de forma periódica, la OCDE ha realizado diferentes recomendaciones en este sentido, siendo las más recientes “Los Principios de Alto Nivel sobre Estrategias Nacionales de Educación Financiera” publicados por la Red Internacional de Educación Financiera de la OCDE en agosto de 2012.

También contribuyeron en este sentido, los esfuerzos de los ministros de finanzas de la Comisión Europea y del G-20, que en la cumbre que tuvo lugar en Los Cabos, México, en 2012, se declararon comprometidos con los mencionados Principios.

En España, por su parte, cabe destacar el **Plan de Educación Financiera 2008-2012** [CNMV y Banco de España [web] mayo de 2008] y su sucesor para el periodo 2013-2017 [CNMV y Banco de España [web] junio de 2013], elaborados por la Comisión Nacional del Mercado de Valores —CNMV— y el Banco de España, siguiendo las recomendaciones de la OCDE anteriormente señaladas. Estos planes han desarrollado una serie de medidas para divulgar la cultura financiera y formar a la población y han impulsado la creación de la plataforma web “Finanzas para todos”, concebida como un portal de educación financiera online.



A este plan se adhirieron con posterioridad otras instancias públicas; como la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y la Secretaría General del Tesoro y Política Financiera y organizaciones privadas como la propia FUNDACIÓN MAPFRE.

A su vez, la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (**ADICAE**) publicó en 2013 el informe **Nivel de educación financiera de la población española**, realizado en el marco del proyecto “Educando a los usuarios de servicios financieros: por un nuevo consumidor responsable, activo y crítico” y financiado por el Instituto Nacional de Consumo. En él se presentaban los resultados obtenidos de una encuesta a la población española en la que se indagaba en su nivel de educación financiera y se concluía que era insuficiente y necesitaba ser impulsada no solo desde el sector público sino también desde las entidades financieras privadas.

En el campo específico del seguro, cabe destacar el proyecto **Seguros y Pensiones para Todos** de FUNDACIÓN MAPFRE. Dicho proyecto concede mucha importancia a la interacción con los ciudadanos, para conocer sus necesidades y expectativas, por lo que se realizan actuaciones a través de redes sociales. Además, busca la universalidad de los contenidos, que se publican en la plataforma web [www.segurosypensionesparatodos.org](http://www.segurosypensionesparatodos.org).

## 1.2. OBJETIVOS

Con este marco de contexto, resulta de especial interés realizar una investigación como la que aquí se presenta, que, por un lado, **aborda la conceptualización de la cultura aseguradora como fenómeno global**, con vocación de universalidad, y en todas sus dimensiones, y, por otro, **emprende su medición a través de la construcción de un Índice Sintético de Cultura Aseguradora**, instrumento cuantitativo avanzado que permite dar un paso más en la medición de esta realidad en España y, de esta forma, facilita la identificación de los aspectos de interés que puedan servir de orientación para el diseño de nuevas medidas y políticas para mejorarla.

Por lo tanto, el presente estudio tiene como objetivo general **aproximar el concepto de cultura aseguradora y delimitar sus dimensiones, como punto de partida para**

**construir un Índice de Cultura Aseguradora que permita, por primera vez, identificar y medir el nivel de conocimiento y comprensión de los seguros y los aspectos relacionados** con los mismos en la población española. Se trata de indagar qué sabe la población sobre los seguros, cómo adquiere ese conocimiento y cómo actúa en el mundo del seguro, y resumirlo a través de una herramienta sencilla y fácil de entender y utilizar.

Para conseguir este objetivo global se plantean los siguientes objetivos específicos:

**Definir** adecuadamente el fenómeno que se pretende medir, esto es, la cultura aseguradora, e identificar y acotar sus dimensiones, desde una visión integral y holística.

**Medir**, a partir de indicadores cuantificables, las distintas dimensiones, además de la cultura aseguradora en su conjunto, de forma comparable y normalizada.

**Proporcionar** una herramienta para el **seguimiento** de la evolución de la cultura aseguradora en España y sus factores determinantes, que sea reproducible y permita realizar comparaciones en el tiempo y entre regiones y países, así como en función del perfil general de las personas usuarias de seguros, y en particular, de su sexo y edad.

**Identificar los puntos fuertes** o más desarrollados y aquellos más **débiles** o de menor avance en el nivel existente de cultura aseguradora, para orientar y/o apoyar medidas o actuaciones que los diferentes agentes intervinientes en materia de seguros puedan realizar para mejorar el nivel de cultura aseguradora de la población.

### 1.3. CONTENIDO

Tras contextualizar esta investigación y exponer los objetivos que se propone, en el Capítulo 2 se presentan los resultados alcanzados.

En un primer apartado, se aborda la autovaloración que tiene la población de su nivel de cultura aseguradora. En un segundo apartado se incorpora la conceptualización de cultura aseguradora realizada y se describen las dimensiones de la misma,

como primera gran aportación de esta investigación. Y a continuación, tras señalar someramente los indicadores utilizados para su medición, se presentan los resultados del ICA calculado. Se analiza no sólo el ICA general sino también los ICA parciales por dimensiones y los Indicadores Base –IB- a partir de los que se calculan. Además, el análisis se replica haciendo una distinción según el sexo y la edad de la población.

Se incluyen, además, tres **anexos**. En el primero se recogen las referencias bibliográficas más relevantes usadas como punto de partida para la investigación. En el segundo se describe la metodología empleada para llevar a cabo el estudio, en cada una de sus etapas. Finalmente, en el tercero de los anexos se adjunta el cuestionario de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014.

## 2. LA CULTURA ASEGURADORA EN ESPAÑA

En primer lugar, la autopercepción que tiene la población española sobre su nivel de cultura aseguradora ofrece una referencia básica y global para el análisis detallado y riguroso de este fenómeno, realizado a continuación, en el que se profundiza en el concepto y su medición a partir del Índice de Cultura Aseguradora.

### 2.1. AUTOVALORACIÓN DEL NIVEL DE CULTURA ASEGURADORA

Según los resultados de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014 **la población española piensa que su nivel de cultura aseguradora es medio-bajo**. Más concretamente, el 46,2% le da una puntuación media y el 36,8% una baja. Existe, además, un 9% de la población que considera su nivel de cultura aseguradora muy bajo, mientras que tan sólo el 6,9% le da una puntuación alta y el 1,1% lo califica de muy alto.

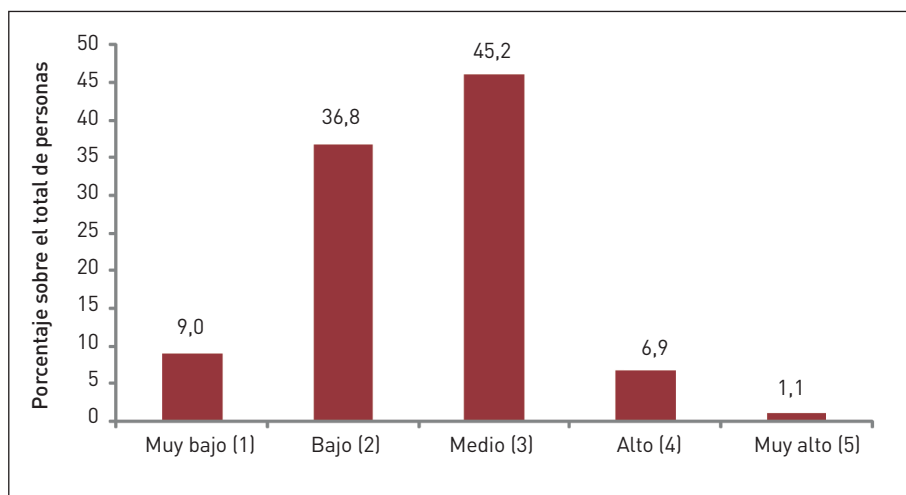


Gráfico 1. Nivel general de cultura aseguradora. Porcentaje sobre el total de personas.  
Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014.

Haciendo una distinción por sexos, **la autopercepción que tienen los hombres de su nivel de cultura aseguradora es mayor que la de las mujeres**. En una escala del 1 al 5, la puntuación media para ellos es de 2,68 frente a la femenina de 2,40. El mayor nivel de cultura aseguradora declarado por los hombres se explica porque son muchos más los que le dan una puntuación alta o muy alta respecto a las mujeres: el 22,4% consideran que es alta y el 12,7% que es muy alta, frente a sólo el 4,7% y el 0,5% de las mujeres.

En contraste, llama la atención que también es mayor la proporción de hombres que considera que su nivel de cultura aseguradora es muy bajo: el 19,2% frente al 10,5% de las mujeres. No obstante, esta diferencia se ve compensada por la elevada proporción de mujeres que dan una puntuación media o baja a su nivel de cultura aseguradora: el 40,0% y el 44,4%, respectivamente, frente al 17,5% y el 28,1% de los hombres.

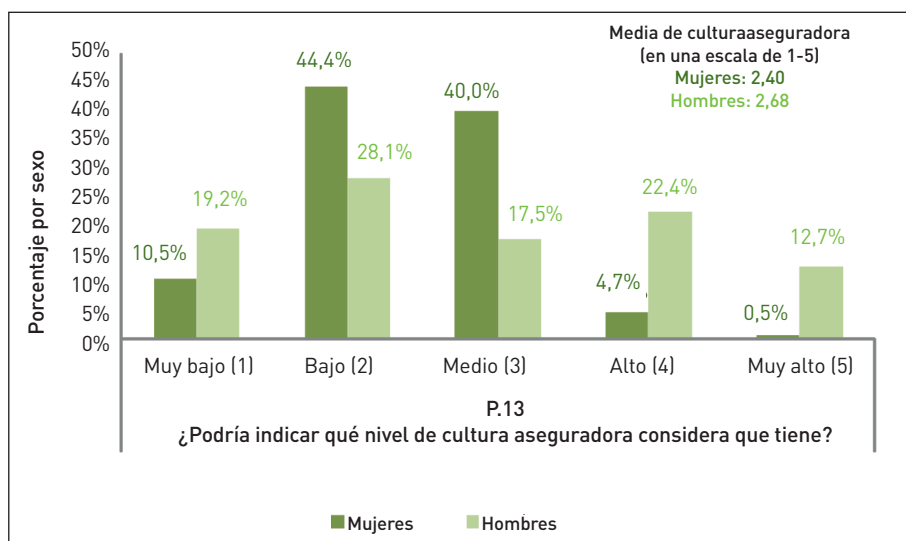


Gráfico 2. Nivel de cultura aseguradora por sexo. Porcentaje sobre el total de personas de cada sexo. Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014.

Por otro lado, se pone de manifiesto que **el nivel de cultura aseguradora autopercebido por la población española es mayor entre la población más joven y descende**

**con la edad.** Así, en una escala del 1 al 5 la población de 20 a 39 años le da una media de 2,64 puntos, cifra que desciende hasta 2,58 para la de 40 a 64 años y se reduce hasta 2,40 para los mayores de 64 años.

No obstante, independientemente de su edad, la gran mayoría de la población da una puntuación media o baja a su nivel de cultura aseguradora. Las diferencias señaladas radican fundamentalmente en que la proporción de población joven, de 20 a 39 años, que le da una puntuación alta o muy alta alcanza el 11,5% y el 2,2%, muy por encima de las personas de más edad. Por el contrario, el porcentaje de población de 65 y más años que considera que su nivel de cultura aseguradora es bajo o muy bajo es superior al de la población más joven, alcanzando el 39,4% y el 13,4% de forma respectiva.

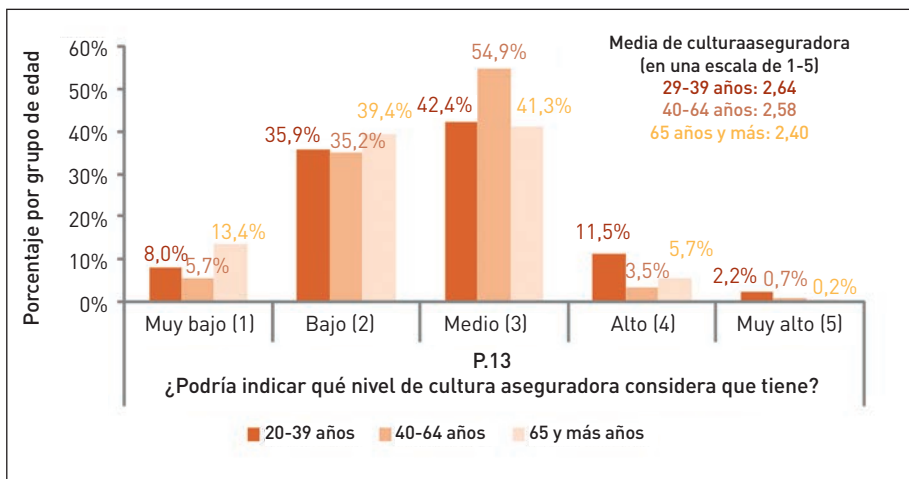


Gráfico 3. Nivel de cultura aseguradora por grupo de edad. Porcentaje sobre el total de personas de cada grupo de edad.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014.

La autopercepción de la población española se concreta en un **nivel de cultura aseguradora medio-bajo**: el 46,2% alcanza una puntuación media y el 36,8% una baja. No obstante:

- **Es mayor entre los hombres que entre las mujeres:** en una escala del 1 al 5, la puntuación media masculina es de 2,68 frente a la femenina de 2,40.
  - **Es mayor entre la población más joven y desciende con la edad:** la de 20 a 39 años le da una media de 2,64 puntos, la de 40 a 64 años 2,58 y las personas de 65 y más años 2,40.
- 

## 2.2. EL CONCEPTO DE CULTURA ASEGURADORA Y SUS DIMENSIONES

Para medir adecuadamente un fenómeno complejo y multidimensional, es fundamental partir de la definición del concepto que se pretende medir.

El término de cultura aseguradora no está acuñado con ninguna referencia internacional, como el término de educación financiera (por ejemplo, OCDE, Principios y buenas prácticas para la concienciación y educación financieras, 2005), del que existe una profusa literatura al respecto.

No obstante, tomando esta referencia y aplicándola al ámbito de los seguros, se puede decir que la cultura aseguradora es 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.*

Teniendo en cuenta esta definición, se pueden distinguir varias dimensiones en el marco del concepto de cultura aseguradora (entre paréntesis se concreta a qué parte de la definición alude cada dimensión):

1. **CONOCIMIENTO** (Comprensión del seguro y sus conceptos 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.

2. **USO** (Toma 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.
3. **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.
4. **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.

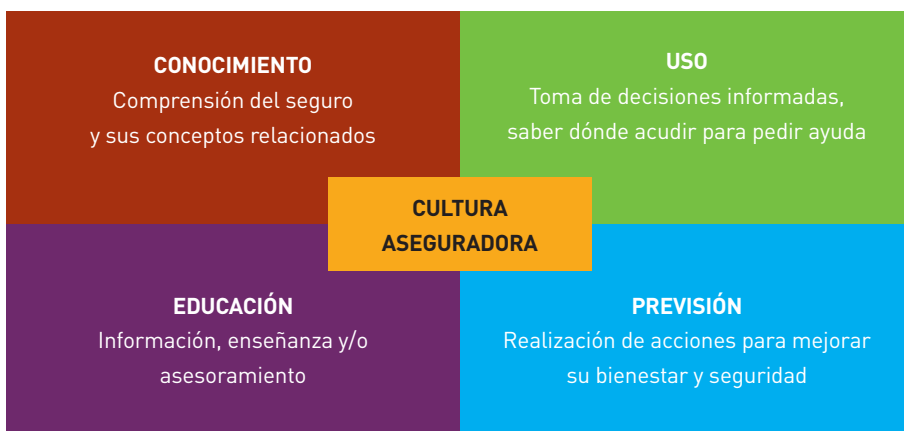


Ilustración 1. Dimensiones de la cultura aseguradora.  
Fuente: Elaboración propia.

### 2.3. LOS INDICADORES PARA MEDIR LA CULTURA ASEGURADORA Y SUS DIMENSIONES

Para medir cada una de las cuatro dimensiones de la cultura aseguradora identificadas conceptualmente, se han diseñado tres preguntas, contenidas en el cuestionario de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014, que constituyen los inputs para



la construcción de tres Indicadores Base cuantitativos de cada dimensión, según se ilustra a continuación:

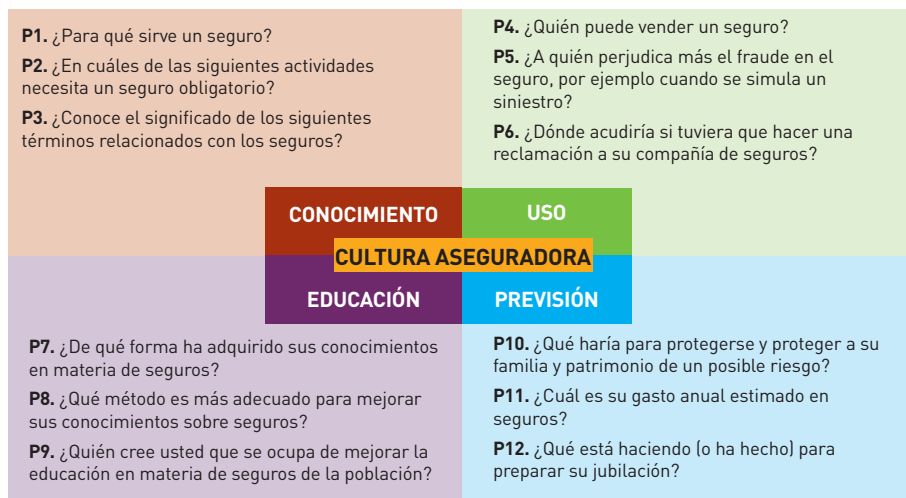


Ilustración 2. Indicadores base del Índice de Cultura Aseguradora, por dimensiones.

Fuente: elaboración propia.

## 2.4. EL ÍNDICE DE CULTURA ASEGURADORA

### 2.4.1. El ICA general

**El ICA<sup>3</sup> general es 35,1 puntos, lo que pone de manifiesto que el nivel de cultura aseguradora de la población española es medio-bajo.** Nótese que este resultado coincide con la autopercepción que las personas tienen de su cultura aseguradora (véase apartado 2.1.).

Los índices por dimensiones toman valores dispares, si bien todos ellos indican un nivel de cultura aseguradora medio o bajo. El valor más alto corresponde al ICA de

<sup>3</sup> Por construcción, el ICA toma valores entre 0 y 100, indicando los valores cercanos a 0 un nivel de cultura aseguradora nulo y los cercanos a 100 un amplio conocimiento en la materia, con una escala:

- 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

la dimensión USO, que se sitúa en 57,7, lo que indica que la población tiene un nivel de cultura aseguradora medio-alto en lo que se refiere a aspectos prácticos relacionados con la toma de decisiones informadas o saber dónde acudir para pedir ayuda.

**El ICA de la dimensión CONOCIMIENTO es el siguiente valor más elevado, de 48,6 puntos**, que pone de manifiesto un nivel de cultura aseguradora medio en lo que se refiere a la comprensión de los seguros y sus conceptos relacionados.

**Muy inferior es, en tercer lugar, el ICA de la dimensión PREVISIÓN, de 27,4 puntos**, que revela un nivel de cultura aseguradora bajo de la población española en cuanto a las acciones que realizan para mejorar su seguridad y bienestar.

**Finalmente, el ICA de la dimensión EDUCACIÓN es de tan solo 19,8 puntos** sobre 100, lo que revela el bajo nivel de cultura aseguradora existente en términos de actuaciones de información, enseñanza y asesoramiento en la materia.

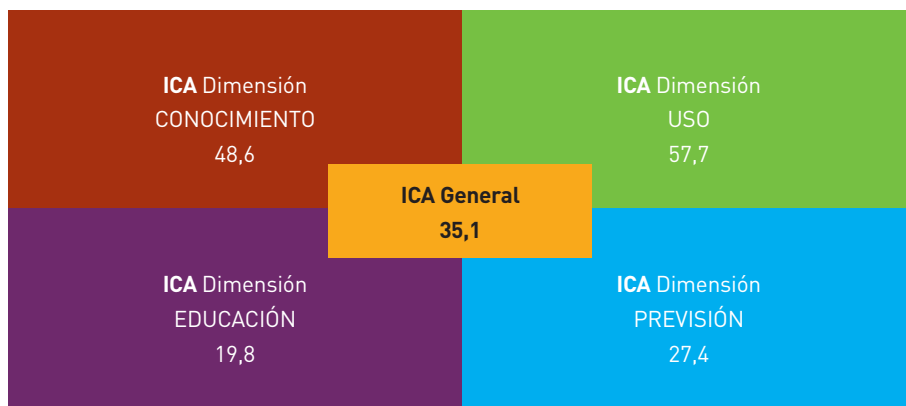


Ilustración 3. ICA general y por dimensiones.  
Fuente: elaboración propia.

Centrando la atención en la **dimensión CONOCIMIENTO**, esto es, el dominio teórico que tienen la población de los seguros y sus conceptos relacionados, el ICA parcial correspondiente se sitúa en un nivel medio (48,6). Esta cifra es el resultado de la conjunción de tres Indicadores Base calculados a partir de las respuestas a tres preguntas relacionadas con esta dimensión:

1. **P1.** *¿Para qué sirve un seguro?* La respuesta acertada a esta pregunta es la opción 5. “*Para proteger sus bienes y/o su familia ante sucesos inciertos*”, y parcialmente también la opción 2. “*Para la cobertura de todos mis riesgos*”. El 41,0% de la población española responde correctamente y el 33,6% eligieron la opción 2. Estas cifras, convenientemente ponderadas, devienen en un Indicador Base asociado de 38,5 puntos sobre 100, el más bajo de los considerados dentro de la dimensión CONOCIMIENTO.
  
2. **P2.** *¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?* Esta pregunta tiene 5 posibilidades de respuesta, tres de las cuales requieren un seguro obligatorio (2. “*Conducir un vehículo*”, 3. “*Prestar un servicio de transporte público*” y 5. “*Cazar*”) y las dos restantes no (1. “*Contratar una hipoteca*” y 4. “*Comprarse un móvil*”). Las respuestas obtenidas ponen de manifiesto que la gran mayoría de la población conoce la obligatoriedad de los seguros de automóvil (99,1%) y una parte importante la de los seguros de caza (66,3%), sin embargo son muy pocas las personas que conocen los seguros que tienen que hacer los transportistas públicos (3,2%) y una gran parte creen que es obligatorio hacer un seguro de amortización de hipoteca (65,2%). Con todo, el Indicador Base correspondiente es de 60,3 puntos sobre 100, lo que indica un nivel de cultura aseguradora medio-alto en este aspecto concreto.
  
3. **P3.** *¿Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros?* En esta pregunta se ha testado el conocimiento que la población española tiene de los conceptos de tomador, póliza, prima, franquicia y exclusiones. Las respuestas han revelado que el 64,6% de la población sabe quién es el tomador de un seguro, el 52,4% conoce el concepto de póliza, el 47,8% el de prima, el 42,8% el de exclusiones y el 39,0% el de franquicia. De esta forma, el Indicador Base asociado a esta pregunta toma un valor de 49,3, lo que indica un nivel de cultura aseguradora medio respecto al conocimiento de estos conceptos.

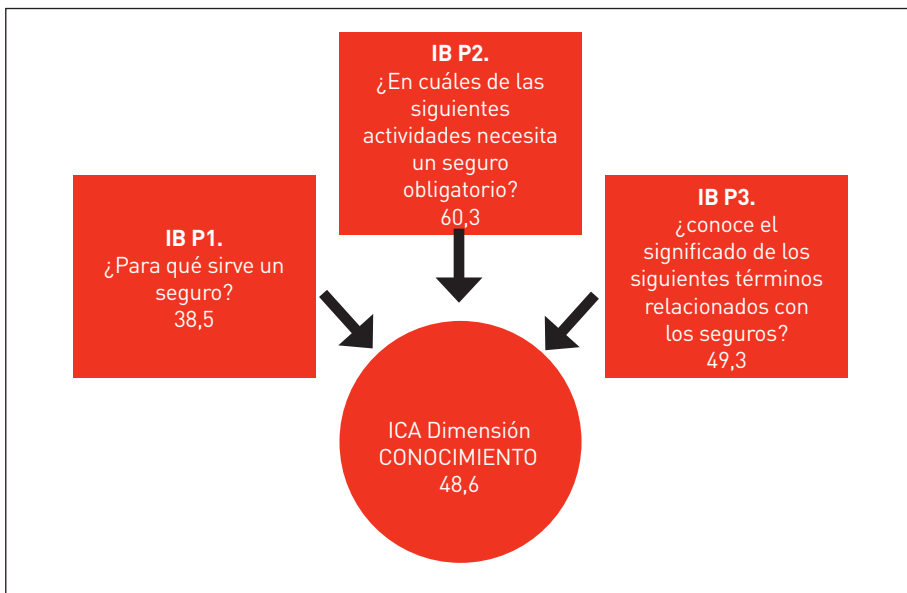


Ilustración 4. Dimensión Conocimiento. ICA parcial e Indicadores Base (IB).  
Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la **dimensión USO**, su ICA parcial de 57,6 puntos sobre 100 se obtiene a partir de tres Indicadores Base, asociados a las siguientes preguntas:

1. **P4.** *¿Quién puede vender un seguro?* Esta pregunta tiene dos posibles respuestas correctas: la opción 2. “Una correduría” y la opción 3. “Una compañía de seguros”. La totalidad de la población ha acertado con la opción 3, pero sólo el 72,9% conoce que puede comprar o contratar un seguro en una correduría. Además existe un 19,3% que piensa que puede comprarlo a un comparador de seguros por Internet, un 5,8% que cree que también los venden las notarías y una pequeña proporción, el 1,1%, que piensa que lo hacen en las asociaciones de consumidores. Con estos datos, se ha estimado el Indicador Base correspondiente en 90,6, lo que indica un nivel de cultura aseguradora muy elevado con relación a este aspecto concreto de la dimensión USO.
2. **P5.** *¿A quién perjudica más el fraude en el seguro, por ejemplo cuando se simula un siniestro?* La mejor respuesta a esta pregunta es la opción 4. “A la

*compañía de seguros y a los asegurados*”, elegida por el 39,4% de la población adulta, si bien también son más o menos acertadas las opciones 2. “*A la compañía aseguradora*” y 3. “*Al defraudador*”, seleccionadas por el 41,3% y el 10,7% del total, respectivamente. En consonancia con estas respuestas, el Indicador Base correspondiente es de 32,7 puntos sobre 100, indicando un nivel de cultura aseguradora bajo en este sentido.

3. **P6.** *¿Dónde acudiría si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros?* Esta pregunta tiene como única respuesta correcta la opción 2. “*A la propia compañía de seguros*”, que ha sido seleccionada por el 64,7% de la población. En consecuencia, el Indicador Base asociado toma 64,7 puntos sobre 100 y es indicativo de un nivel de cultura aseguradora medio-alto a este respecto.

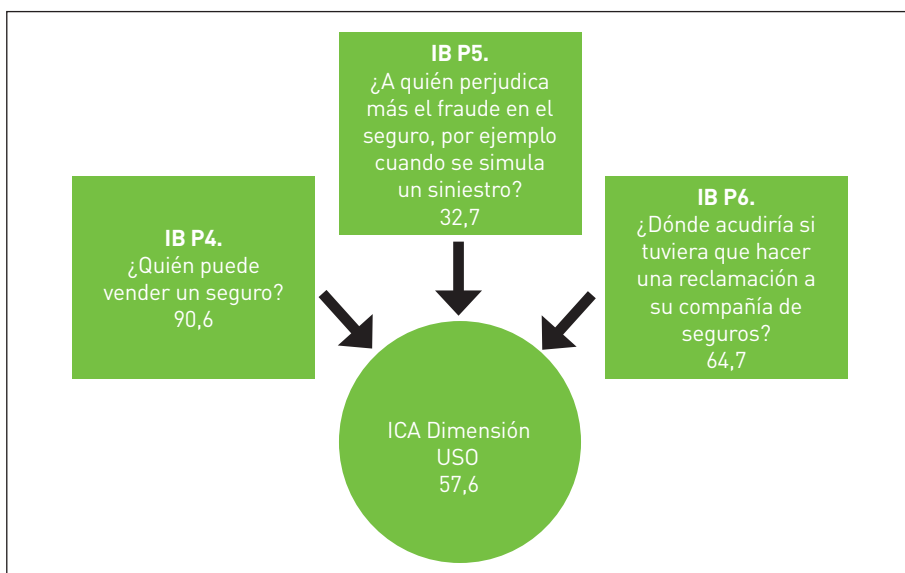


Ilustración 5. Dimensión Uso. ICA parcial e Indicadores Base (IB).  
Fuente: elaboración propia.

Respecto a la **dimensión EDUCACIÓN** de la cultura aseguradora, cuyo ICA parcial es el más bajo, de 19,8 puntos, los indicadores base a partir de los cuales se ha estimado son:

1. **P7.** *¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros?* En respuesta a esta cuestión, el 37,2% de la población ha aludido a su experiencia personal, el 19,6% a su profesión, el 4,1% a sus estudios superiores y el 2,4% a la formación recibida en la escuela y el instituto. El 36,7%, por su parte, ha señalado que no sabe de seguros o sabe muy poco. Con estos datos, el Indicador Base correspondiente se ha estimado en 16,7 puntos sobre 100, lo que indica un nivel de cultura aseguradora muy bajo en este campo de la dimensión EDUCACIÓN.
  
2. **P8.** *¿Qué método es más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros?* La respuesta más acertada a esta pregunta es la opción 2. “*Asistir a cursos especializados*”, que sólo ha sido seleccionada por el 6,2% de la población. No obstante, también se consideran válidas las opciones 4. “*Consultar materiales diversos (Internet, libros u otros)*” y 3. “*Preguntar a familiares o amistades*”, elegidas por el 45,7% y el 30,8% del total, de forma respectiva. Por otro lado, llama la atención que un 14,6% del total haya señalado que no le interesa mejorar sus conocimientos. Con todo, el Indicador Base asociado a esta pregunta es de 21,0, indicando un nivel de cultura aseguradora bajo en este sentido.
  
3. **P9.** *¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros de la población?* En diferente grado, todas las opciones a esta respuesta son acertadas excepto la 1. “*Los usuarios de seguros*”. Las respuestas a la Encuesta de Cultura Aseguradora se han repartido como sigue: el 27,0% ha seleccionado la opción 2. “*Asociaciones o colegios profesionales y/o compañías aseguradoras*”, el 22,5% la opción 4 “*Asociaciones de usuarios de seguros*”, el 16,5% la opción 3 “*Los organismos reguladores del sector del seguro*” y el 12,2% la opción 5. “*No hacer nada y asumir las consecuencias*”. El 21,8% restante, por su parte, ha seleccionado la primera opción, “*los usuarios de seguros*”. Así, este Indicador Base de la Dimensión EDUCACIÓN es de 22,0 puntos sobre 100.

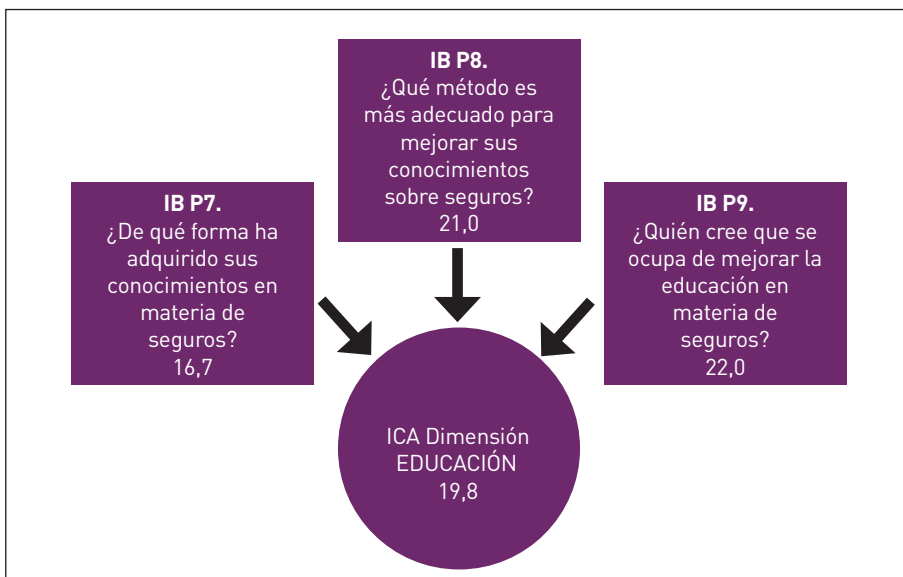


Ilustración 6. Dimensión Educación. ICA parcial e Indicadores Base (IB).  
Fuente: elaboración propia.

Finalmente, el ICA Parcial de la **Dimensión PREVENCIÓN** de 27,4 puntos se obtiene de la conjunción de tres indicadores base calculados a partir de las siguientes preguntas:

1. **P10.** *¿Qué haría para protegerse y proteger a su familia y patrimonio de un posible riesgo?* La respuesta idónea a esta pregunta es la opción 3. “Contratar un seguro”, que ha sido elegida por el 41,7% de la población. No obstante, excepto la opción 5. “No hacer nada y asumir las consecuencias”, señalada por el 14,8% del total, el resto de respuestas se consideran también acertadas en distinto grado. Un porcentaje importante, el 21,8% ha elegido la opción 1. “Evitar al máximo cualquier situación de riesgo”, seguido por el 18,2% que ha seleccionado la opción 2. “Ahorrar para subsanar los posibles daños futuros”. El resto, un 3,5%, ha elegido la opción 4. “Instalar una alarma en casa”. Con todo, el Indicador Base para esta pregunta es de 28,6 puntos.
2. **P11.** *¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?* A la hora de puntuar esta pregunta se ha considerado que existe una relación positiva entre la cantidad

de dinero destinada a este propósito y el nivel de previsión en materia aseguradora. La mayor parte de la población, un 38,1%, ha señalado que gasta más de 1.000€ al año en seguros, un 28,5% que gasta entre 501€ y 1.000€ y un 4,6% una cantidad más baja. Por su parte, un 6,3% ha indicado que no gasta nada y un 22,6% que gasta lo estrictamente necesario para hacer frente a los seguros obligatorios. Con estos datos, el Indicador Base asociado a esta pregunta toma 29,5 puntos sobre 100.

3. **P12.** *¿Qué está haciendo (o ha hecho) para preparar su jubilación?* La respuesta que indica un mayor grado de previsión y, en suma, de cultura aseguradora, es en este caso la opción 4. “Está combinando la cotización a la Seguridad Social y un producto privado”, que ha sido elegida por el 21,4% de la población. La mayoría, no obstante, ha elegido otras opciones también válidas: el 60,9% señala que está cotizando a la Seguridad Social para cobrar una pensión y el 12,4% que está ahorrando. El 5,3% restante, por su parte, ha alegado que no se lo ha planteado todavía.

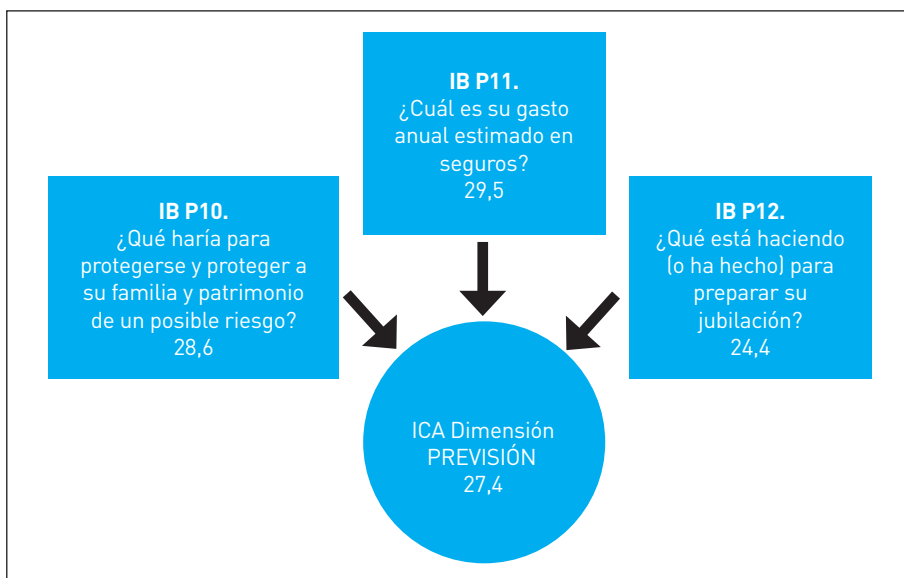


Ilustración 7. Dimensión Previsión. ICA parcial e Indicadores Base (IB).  
Fuente: elaboración propia.



---

La población española en términos generales tienen un nivel de cultura aseguradora medio-bajo (ICA general 35,1):

- Saben defenderse bastante bien en los aspectos prácticos relacionados con la contratación de seguros y su gestión (ICA dimensión USO: 57,7).
  - Tienen un nivel de conocimientos medianamente adecuado sobre aquéllos y sus conceptos relacionados (ICA dimensión CONOCIMIENTO: 48,6).
  - En la práctica, apenas realizan actuaciones para prevenir riesgos y mejorar su seguridad (ICA dimensión PREVISIÓN: 27,4).
  - Es muy poca la formación, información y asesoramiento sobre seguros que tienen de referencia (ICA dimensión EDUCACIÓN: 19,8).
- 

#### 2.4.2. El ICA por sexo y por edad

Las características sociodemográficas de la población, y en particular **su sexo y su edad**, inciden en su nivel de cultura aseguradora.

Así el ICA toma un valor más alto entre los hombres que entre las mujeres: de 36,5 frente a 33,6. Ello indica que **el nivel de cultura aseguradora masculino es, en términos generales, mayor que el femenino**, lo que está en consonancia con el distinto nivel autopercibido por hombres y mujeres según las respuestas a la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014 (ver apartado 2.1.).

Por grupos de edad, el valor del ICA es menor cuanto mayor es la edad: pasa de 37,0 para la población de 20 a 39 años a 35,3 entre la de 40 a 64 años y a 32,2 para los de 65 y más años. Una vez más, el resultado concuerda con la autopercepción de la población e indica que **el nivel de cultura aseguradora es mayor entre las personas más jóvenes y desciende con la edad**.

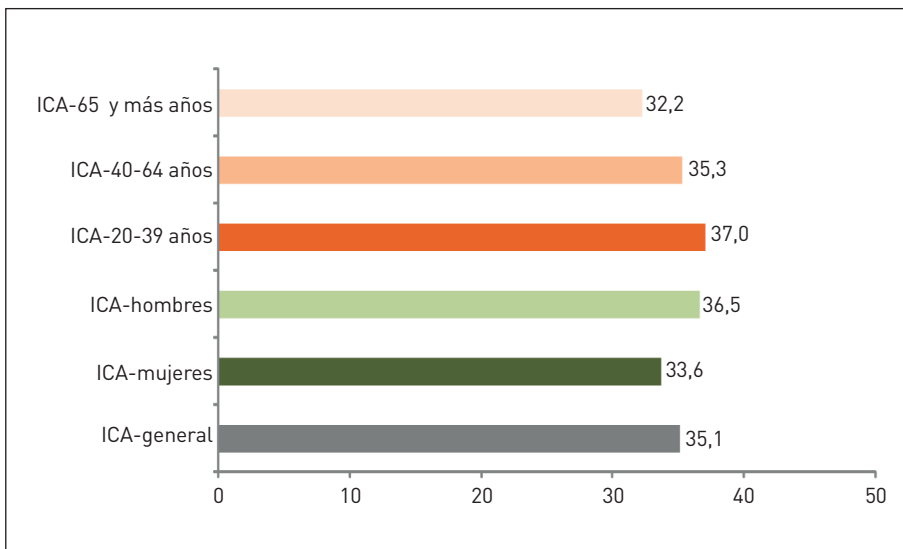


Gráfico 4. Índice de Cultura Aseguradora general, por sexo y por grupos de edad.  
Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014

Profundizando en los valores del ICA por dimensiones y sexo, se observa que el nivel de cultura aseguradora de los hombres es superior al de las mujeres, sea cual sea la dimensión de referencia. No obstante, si bien apenas existen diferencias en el ICA de la dimensión USO, de 57,8 frente a 57,5, estas aumentan en la dimensión EDUCACIÓN (21,1 frente a 18,4) y se maximizan en las dimensiones PREVISIÓN (29,1 frente a 25,7) y CONOCIMIENTO (50,2 frente a 46,9). Ello implica que **el nivel de cultura aseguradora masculino es más alto que el femenino en términos generales, pero sobre todo en lo que se refiere a conocimientos sobre seguros y conceptos relacionados y a acciones emprendidas para prevenir riesgos**, y no tanto en cuanto a cuestiones prácticas relacionadas con la contratación y gestión de seguros y la información, formación y asesoramiento en la materia a los que tienen acceso.

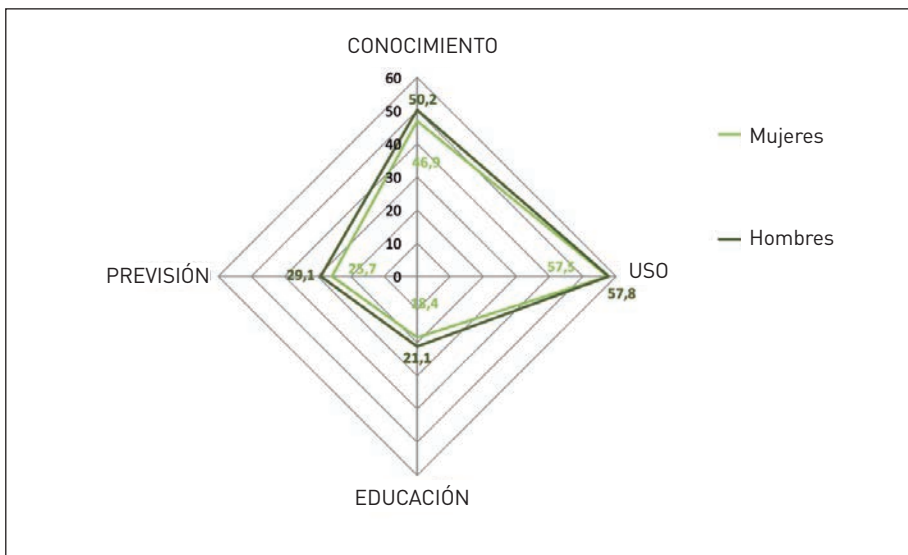


Gráfico 5. ICA por dimensiones y sexo.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014.

Por grupos de edad, **tanto el ICA de la dimensión CONOCIMIENTO como el de la dimensión EDUCACIÓN toman valores más altos entre la población más joven**, en línea con el comportamiento descrito para el ICA general. Más concretamente, el ICA de la dimensión CONOCIMIENTO es de 49,7 para la población de 20 a 39 años y de 49,4 para la de 40 a 64 años y cae hasta 46,3 para los de 65 y más años. Por su parte, el ICA de la dimensión EDUCACIÓN alcanza 24,8 para la población más joven, de 20 a 39 años, y desciende hasta 18,0 para la de 40 a 64 y hasta 16,0 para los de 65 y más años. Se observa, por tanto, que **la formación que ha recibido la población más joven en materia de seguros y la información a la que tiene acceso, si bien sigue siendo escasa, es notablemente mayor que la que recibió la población que ahora tiene más de 40 años.**

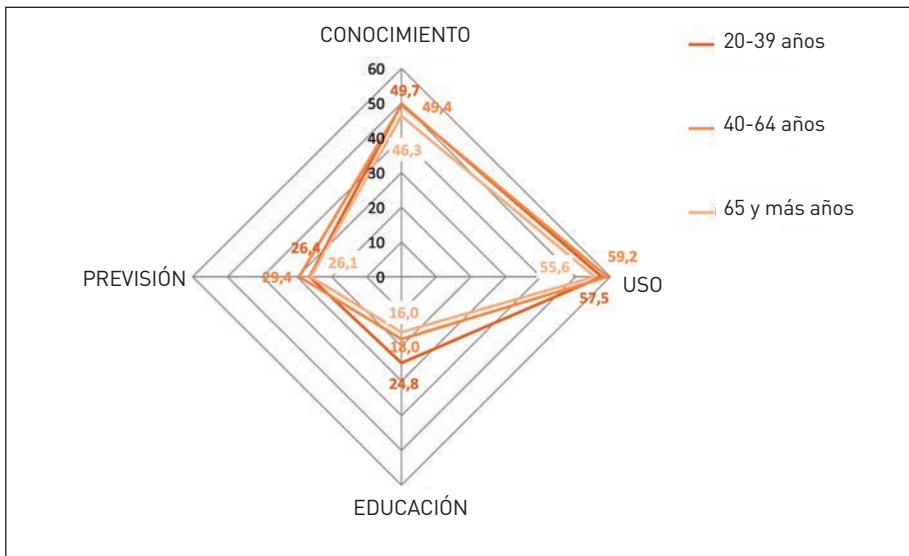


Gráfico 6. ICA por dimensiones y edad.

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014

Respecto a **las dimensiones USO y PREVISIÓN**, los ICA parciales correspondientes **toman un valor más alto entre la población de 40 a 64 años que entre la más joven o la de más edad**. En particular, el ICA de la dimensión USO alcanza 59,2 para este tramo de edad frente a 57,5 para los jóvenes de 20 a 39 años y 55,6 para los de 65 y más años. En la misma línea, el ICA de la dimensión PREVISIÓN es de 29,4 para la población de 40 a 64 años, y desciende hasta 26,4 y 26,1 para los menores de 39 años y los de 65 y más años, respectivamente. Nótese que ambas dimensiones están interrelacionadas en la medida en que cuando se contratan seguros (dimensión PREVISIÓN) es necesario indagar en cuestiones prácticas relacionadas con los mismos y su gestión (dimensión USO). Los resultados de los ICA correspondiente muestran, así, que **es a partir de los 40 años cuando la población toma una mayor conciencia aseguradora, siendo más habitual la contratación de seguros como forma de prevención**. Sin embargo, a partir de los 65 años, cuando la mayoría de la población ya se ha jubilado, se hace menor uso de los seguros.

---

**El nivel de cultura aseguradora masculino es, en términos generales, mayor que el femenino, pero sobre todo en lo que se refiere a:**

- Conocimientos sobre seguros y conceptos relacionados (dimensión CONOCIMIENTO).
- Acciones emprendidas para prevenir riesgos (dimensión PREVENCIÓN).

Y no tanto en cuanto a:

- Cuestiones prácticas relacionadas con la contratación y gestión de seguros (dimensión USO).
- Información, formación y asesoramiento en la materia (dimensión EDUCACIÓN).

Por edades, **el nivel de cultura aseguradora es mayor entre las personas más jóvenes y desciende con la edad.**

- Esta tendencia se observa para las dimensiones CONOCIMIENTO y EDUCACIÓN. *La formación que ha recibido la población más joven en materia de seguros y la información a la que tiene acceso, si bien sigue siendo escasa, es notablemente mayor que la que recibió la población que ahora tiene más de 40 años.*
- Para las dimensiones USO y PREVISIÓN, los ICA toman un valor más alto entre la población de 40 a 64 años que entre la más joven o la de más edad: *es a partir de los 40 años cuando la población toma una mayor conciencia aseguradora, siendo más habitual la contratación de seguros como forma de prevención.*

---

Descendiendo un nivel más, hasta **los Indicadores Base** a partir de los que se calculan los ICA por dimensiones, **prácticamente todos toman un valor más alto para los hombres que para las mujeres.** Tan sólo el indicador asociado a la pregunta P.6. *¿A dónde acudiría en primer lugar si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros?*, dentro de la Dimensión USO, es ligeramente superior para las mujeres (65,3) que para los hombres (64,1). A continuación se recoge el detalle de los distintos indicadores base por dimensiones y desagregados por sexo (Tabla 1).

Índice de la Cultura Aseguradora (0-100) sexo				
Dimensiones	Mujeres		Hombres	
	Indicador	Dimensión	Indicador	Dimensión
Conocimiento	37,3	46,9	39,7	50,2
	58,6		62,0	
	47,1		51,5	
Uso	89,7	57,5	91,5	57,8
	32,4		33,0	
	65,3		64,1	
Educación	15,4	18,4	18,0	21,1
	19,2		22,8	
	21,1		22,8	
Previsión	27,1	25,7	30,0	29,1
	28,6		30,4	
	21,8		27,0	
	ICA-MUJERES	33,6	ICA-HOMBRES	36,5

Tabla 1. Índice y subíndices de Cultura Aseguradora por sexo.

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014.

Por grupos de edad, al igual que para el ICA general, **la mayoría de los Indicadores Base toma un valor más alto cuanto más joven es la población de referencia**. No obstante, en algunos casos se observan comportamientos distintos:

1. **Algunos Indicadores Base alcanzan valores más altos conforme aumenta la edad** de referencia. Es el caso de los índices asociados a las preguntas:
  - a. **P2.** *¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?*, dentro de la dimensión CONOCIMIENTO; que aumenta desde 57,1 para las personas de 20 a 39 años, hasta 61,5 para las de 40 a 64 años y a 62,3 para los de 65 y más años.
  - b. **P6.** *¿A dónde acudiría en primer lugar si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros?*, dentro de la dimensión USO, que es de 54,9 entre la población más joven, de 20 a 39 años, y da un salto cuantitativo para la de 40 a 64 años, hasta 69,3, y la de 65 y más años, de 69,8.

2. En otros casos, **el valor del Indicador Base cae para la población a partir de los 40 años, pero vuelve a recuperarse para la de 65 y más años:**
  - a. **P9.** *¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros de la población?*, dentro de la dimensión EDUCACIÓN, que cae desde 26,1 para la población de 20 a 39 años, hasta 16,8 para la de 40 a 64 años y se incrementa de nuevo hasta 23,0 para la de 65 y más años.
  - b. **P10.** *¿Qué haría para protegerse y proteger a su familia y patrimonio de un posible riesgo?*, en la dimensión PREVISIÓN, que experimenta una caída importante entre la población más joven y la de 40 a 64 años, desde 30,9 hasta 27,1, y se recupera ligeramente para los de 65 y más años (27,8).
3. Por último, **algunos Indicadores Base aumentan su valor a partir de los 40 años, pero caen entre la población de más edad:**
  - a. **P11.** *¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?*, dentro de la dimensión PREVISIÓN, que aumenta desde 29,5 para la población de 20 a 39 años, hasta 34,1 para la de 40 a 64 años y cae hasta 25,0 para los de 65 y más años.
  - b. **P12.** *¿Qué está haciendo (o ha hecho) para preparar su jubilación?*, también en la dimensión PREVISIÓN, que pasa de 20,2 para la población más joven, a 27,5 para la de 40 a 64 años y se reduce hasta 25,6 para la de más edad.

Índice de la Cultura Aseguradora (0-100) grupo de edad						
Dimensiones	Personas 20-39 años		Personas 40-64 años		Personas de +65 años	
	Indicador	Dimensión	Indicador	Dimensión	Indicador	Dimensión
Conocimiento	38,7	49,7	38,7	49,4	38,1	46,3
	57,1		61,5		62,3	
	55,7		50,6		41,8	
Uso	94,2	57,5	91,4	59,2	86,2	55,6
	36,8		32,7		28,5	
	54,9		69,3		69,8	
Educación	21,7	24,8	15,2	18,0	13,4	16,0
	27,1		22,7		13,3	
	26,1		16,8		23,0	
Previsión	30,9	26,4	27,1	29,4	27,8	26,1
	29,5		34,1		25,0	
	20,2		27,5		25,6	
	ICA- PERSONAS 20-39 AÑOS	37,0	ICA- PERSONAS 40-64 AÑOS	35,3	ICA +65 AÑOS	32,2

Tabla 2. Índice y subíndices de Cultura Aseguradora por grupo de edad.

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014.



## ANEXO I. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros ADICAE [web] 2013. Nivel de educación financiera de la población española. <http://publicaciones.adicae.net/publicaciones/web/Informeduc.web> [Consulta 20 de marzo de 2015]

Chatfield, Christopher y Collins, Alexander J. *Introduction to Multivariate Analysis Science*. Paperbacks published by Chapman and Hall, London, 1980.

CNMV y Banco de España [web] Junio de 2013. Plan de Educación Financiera 2013-2017. [http://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/PlanEducacion/PlanEducacion13\\_17.web](http://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/PlanEducacion/PlanEducacion13_17.web) [Consulta 20 de marzo de 2015]

CNMV y Banco de España [web] Mayo de 2008. Plan de Educación Financiera 2008-2012

<http://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/PlanEducacion/PlanEducacion.web> [Consulta 20 de marzo de 2015]

Díaz Balteiro, Luis y Romero, Carlos. *Vínculos entre Sostenibilidad, Ecología y Economía de los Sistemas Forestales: Algunas Reflexiones*. Investigación Agraria, 2004, Sistemas y Recursos Forestales Fuera de Serie: 213-222.

EUSTAT [web] 2009. Indicador sintético de Medio Ambiente. [http://www.eustat.es/documentos/EMAF\\_indic\\_sint\\_c.web](http://www.eustat.es/documentos/EMAF_indic_sint_c.web) [Consulta 20 de marzo de 2015].

FUNDACIÓN MAPFRE [web] 2012. La percepción social del seguro en España. 2012.

[http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/images/La-percepcion-social-del-seguro-en-espanya\\_tcm164-3796.web](http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/images/La-percepcion-social-del-seguro-en-espanya_tcm164-3796.web) [Consulta 20 de marzo de 2015].

FUNDACIÓN MAPFRE [web] 2014. La percepción social del seguro en España.2014. [http://www.mapfre.com/documentacion/publico/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=1079767](http://www.mapfre.com/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1079767)

L. Remund, David. *Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy*. The Journal of Consumer Affairs, 2010, Vol. 44, No. 2.

Morrison, Donald F. *Multivariate Statistical Methods*. Ed. MacGraw-Hill Series in Probability and Statistics, New York, 1967.

Nardo, Michela; Saisana, Michaela; et all. [web] 2005. Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide. OECD Statistics Working Paper. <http://www.oecd.org/std/42495745.web> [Consulta 20 de marzo de 2015]

OCDE [web] 2005. Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies. [http://www.oecd-ilibrary.org/financeand-investment/improving-financialliteracy\\_9789264012578-en](http://www.oecd-ilibrary.org/financeand-investment/improving-financialliteracy_9789264012578-en) [Consulta 20 de marzo de 2015]

OCDE [web] Julio de 2005. Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness Recomendación del consejo. <http://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.web> [Consulta 20 de marzo de 2015]

OECD [web] 2008. Handbook on Constructing Composite Indicators. Methodology and User Guide. <http://www.oecd.org/std/42495745.pdf> [Consulta 20 de marzo de 2015]

OECD/INFE [web] High-level principles on national strategies for financial education.

[http://www.oecd.org/finance/financial-education/OECD\\_INFE\\_High\\_Level\\_Principles\\_National\\_Strategies\\_Financial\\_Education\\_APEC.web](http://www.oecd.org/finance/financial-education/OECD_INFE_High_Level_Principles_National_Strategies_Financial_Education_APEC.web) [Consulta 20 de marzo de 2015]

Teijeiro, Carmen; Angulo, Carlos [web] 2008. Elaboración de un indicador sintético de medio ambiente. Resultados derivados de la Encuesta de Hogares y Medio Ambiente 2008. Instituto Nacional de Estadística. Documentos de Trabajo 1/ 2010.

UNESPA [web] 2013. Memoria Social del Seguro Español. [http://imagenes.inese.es/inese/BNP/documentos/MemoriaSocialUnespa2013\\_22.web](http://imagenes.inese.es/inese/BNP/documentos/MemoriaSocialUnespa2013_22.web) [Consulta 20 de marzo de 2015]

## ANEXO II. METODOLOGÍA

El proceso de realización de este estudio se ha dividido en dos etapas:

En primer lugar, se ha abordado la **conceptualización** del fenómeno que se pretende medir, la cultura aseguradora y la identificación de sus diferentes dimensiones. La metodología empleada en esta primera etapa ha sido de tipo cualitativo, realizando una detenida revisión documental y consultando a personas expertas en la materia.

En segundo lugar, se ha procedido a su **medición**, con una metodología de tipo cuantitativo. Tomando como punto de partida la aproximación teórica a la cultura aseguradora realizada en la primera etapa, se han definido indicadores específicos para medir sus distintos ámbitos y dimensiones, diseñando un cuestionario a medida para recabar la información que permite calcularlos. Los datos así recogidos se han explotado, elaborado y agregado para construir un indicador sintético, el ICA, que permite resumir en una sola cifra el grado de cultura aseguradora existente en España y, además, constituye una herramienta replicable para realizar comparaciones temporales y espaciales.

### 1. CONCEPTUALIZACIÓN

La cultura aseguradora es un fenómeno complejo y multidimensional que no se ha definido hasta el momento y no se encuentra convenientemente delimitado. En consecuencia, el primer paso para llevar a cabo esta investigación y poder aproximarse a la realidad de la cultura aseguradora es conceptualizar adecuadamente el fenómeno, identificando y diferenciando todas sus dimensiones. La conceptualización de la cultura aseguradora realizada ha sido el resultado de dos *inputs* fundamentales:

1. Una **revisión documental**, fundamentalmente, y ante la escasez de literatura relacionada con la cultura aseguradora propiamente dicha, centrada en

estudios realizados en el campo de la educación financiera, fenómeno más amplio que engloba al que se pretende estudiar y tiene un recorrido teórico y empírico más avanzado. De hecho, se ha tomado como punto de partida para la conceptualización de la cultura aseguradora la definición de educación financiera acuñada por la OCDE en 2005, con su correspondiente adaptación y delimitación específicas.

Complementariamente, se han consultado investigaciones relacionadas con la situación del sector seguros en general y con su penetración en los hogares.

2. Un **panel de personas expertas** en materia de seguros, cuyo conocimiento y experiencia se ha puesto al servicio de la tarea de delimitación y definición de este concepto.

La información recabada de la revisión documental y el panel de personas expertas en seguros se ha sometido a un detenido proceso de reflexión con el objetivo de enunciar un concepto de cultura aseguradora que, no sólo se adapte a los objetivos de la investigación, sino también que ofrezca una visión global y completa de esta realidad, identificando todas las dimensiones a las que da cabida.



Ilustración 8. Proceso de conceptualización de la cultura aseguradora y sus dimensiones.  
Fuente: elaboración propia.

## 2. MEDICIÓN

La segunda etapa de esta investigación es la medición del grado de cultura aseguradora, una vez aproximada desde el punto de vista conceptual y delimitadas sus diferentes dimensiones.

Tras la labor de conceptualización realizada en una primera etapa, queda claro que la cultura aseguradora de una sociedad es un fenómeno complejo y multidimensional, que tiene que ver con múltiples factores, esencialmente de naturaleza valorativa. El conocimiento y medición de un fenómeno de semejantes características exige una aproximación holística e integral al mismo, que considere sus diferentes factores como parte de un todo.

Con este marco, 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**, entendiéndolas como variables determinantes de diferencias en la aproximación de las personas al mundo del seguro en cuanto a conocimiento, comprensión y uso.

Con estos objetivos, y considerando las referencias de la literatura técnica relacionada, 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.

Entrando en los aspectos más técnicos, 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 P2** (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 L1 y L $\infty$**  (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 L1 y L $\infty$ .

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. Las fases de la investigación conducente a la construcción de dicho indicador se concretan en las siguientes:

1. Instrumentalización y diseño del cuestionario
2. Realización de la Encuesta y explotación de los resultados
3. Cálculo del Índice de Cultura Aseguradora

## **2.1. INSTRUMENTALIZACIÓN Y DISEÑO DEL CUESTIONARIO**

Una vez acuñado el concepto de cultura aseguradora, identificadas sus dimensiones y decidido que la herramienta idónea para su medición es un indicador sintético, el siguiente paso consiste en instrumentalizar esta realidad para que pueda ser medida. En otras palabras, se trata de traducir cada una de las dimensiones de la cultura aseguradora en indicadores cuantitativos que permitan su medición, sean representativos y reflejen todos los aspectos fundamentales a los que se refiere cada una de ellas.

En este sentido, si bien se planteó la posibilidad de realizar el estudio a partir de los datos oficiales disponibles, la escasa y dispersa información sobre los aspectos componentes de la cultura aseguradora, que desde el punto de vista teórico se ha considerado oportuno medir, ha llevado al diseño y la realización de una encuesta específica para obtener información a medida de los mismos.

El proceso de instrumentalización ha conllevado, primero, traducir las dimensiones de la cultura aseguradora identificadas y los distintos aspectos a los que dan cabida en preguntas específicas del cuestionario que se ha utilizado para encuestar a la población y, posteriormente, construir los indicadores parciales del ICA a partir de las respuestas obtenidas.

La selección y redacción de las preguntas del cuestionario ha sido una tarea crucial en el diseño del ICA, ya que de su idoneidad dependía la robustez y fiabilidad del



resultado obtenido. Por ello, se han realizado partiendo de una revisión de la literatura de referencia, en consenso con personas expertas en seguros y sometiénolas a varias revisiones consecutivas hasta optimizar el resultado.

De esta forma, se han seleccionado tres preguntas para construir tres indicadores cuantitativos con los que medir cada una de las cuatro dimensiones de cultura aseguradora identificadas desde el punto de vista teórico.

Además de las preguntas específicas sobre cultura aseguradora, se han incluido en el cuestionario otras que permiten clasificar a la población encuestada en función de sus principales características socioeconómicas: sexo, edad, nivel educativo, relación con la actividad y nivel de ingresos. Asimismo, se ha incorporado una pregunta sobre la contratación de diferentes tipos de seguros en los hogares y, para cerrar el cuestionario, se ha preguntado sobre la autopercepción que cada persona tiene de su nivel de cultura aseguradora (para más información, véase el Anexo III).

Así, el cuestionario resultante se ha estructurado en dos partes diferenciadas:

1. La primera parte tiene la finalidad de **detectar a los sujetos de la encuesta**: las personas, residentes en hogares en España, mayores de 20 años, y que toman las decisiones económicas del hogar.

Además, y a efectos de la **clasificación de las personas encuestadas**, se han realizado una serie de preguntas sobre sus características socio-demográficas: edad, sexo, nivel de estudios, relación con la actividad e ingresos mensuales netos.

2. La segunda parte, que constituye el cuestionario en sí, da cabida a las preguntas dirigidas a **conocer y medir el nivel de cultura aseguradora** de cada persona. Se ha estructurado en cuatro apartados, uno por cada dimensión de las que se compone el ICA en España:
  - a. **Conocimiento**: las preguntas de este apartado están encaminadas a identificar para qué sirve un seguro y en qué actividades se necesita.

Además, incluye algunas preguntas acerca del significado de conceptos relacionados con los seguros.

- b. **Uso:** esta batería de preguntas indaga en la parte más comercial de los seguros, como quién puede vender los seguros, a quién perjudica más el fraude o a dónde acudir en caso de reclamación.
- c. **Educación:** este tercer bloque aborda las cuestiones relacionadas con la formación en materia de seguros. Se incorporan aquí preguntas acerca de los conocimientos en este campo, es decir, cómo se han adquirido, cómo mejorarlos o quién se ocupa de difundirlos.
- d. **Previsión:** finalmente, en esta última parte se incluyen las preguntas relacionadas con las decisiones que toman las personas respecto a la cobertura de los riesgos, el gasto anual que estiman en seguros de todo tipo y, por último, que están haciendo para preparar su jubilación.

Además, para cerrar el cuestionario se incluye una única pregunta sobre la **auto-percepción** que tiene cada persona sobre el nivel de cultura aseguradora, que se mide en una escala de Likert de 1 a 5 grados de libertad.

Cabe señalar, finalmente, que el cuestionario se ha sometido a un **pre-test** con el fin de garantizar la validez y adecuación de sus contenidos e identificar el mejor horario para realizar las entrevistas.

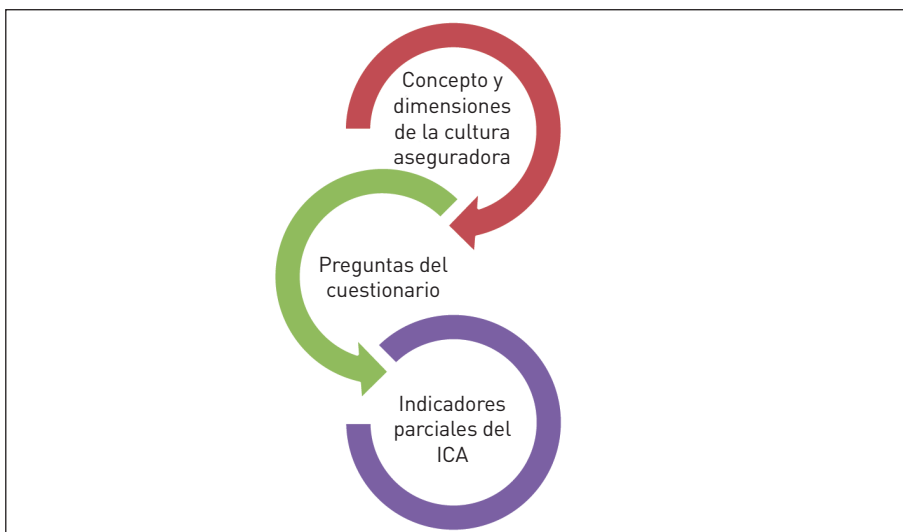


Ilustración 9. Proceso de instrumentalización en indicadores cuantificables del concepto y dimensiones de la cultura aseguradora.  
Fuente: elaboración propia.

## 2.2. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA Y EXPLOTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Tras la selección de las preguntas del cuestionario, de manera que se instrumentalizasen las dimensiones teóricas de la cultura aseguradora, se ha llevado a cabo el trabajo de campo y posteriormente explotado de manera específica la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014. Su ficha técnica se presenta a continuación.

### Ficha técnica de la encuesta

#### *Ámbito poblacional*

La encuesta se ha dirigido a **personas mayores de 20 años con responsabilidades económicas y/o de decisión** en el hogar<sup>4</sup>; responsabilidades que afectan a aspectos como la gestión de las cuentas corrientes, los temas financieros o la contratación de seguros.

<sup>4</sup> Se considera hogar al grupo de personas que ocupan y conviven habitualmente en la vivienda familiar y consumen y/o comparten alimentos u otros bienes con cargo a un mismo presupuesto.

## Ámbito geográfico

Todo el **territorio español**, con reparto de la muestra en 5 grandes áreas territoriales.

## Muestra

Se han realizado **1.206 entrevistas** distribuidas en función de dos variables de cuota: el **sexo** (hombre o mujer) y la **edad** de la persona entrevistada (de 20 a 39 años, de 40 a 64 años o de 65 y más años).

Todos los cuestionarios realizados han sido válidos y se han completado en su totalidad.

El **error muestral**, con un nivel de confianza del 95%, ha sido del **+/-2,8%** para el total de la muestra<sup>5</sup>.

Tramos de edad	Población objeto de estudio (Universo)			Población de la muestra			Errores muestrales		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Población de 20-39 años	12.816.346	6.506.991	6.309.355	401	201	200	4,9%	6,9%	6,9%
Población entre 40 y 64 años	16.314.870	8.137.723	8.177.147	401	200	201	4,9%	6,9%	6,9%
Total de población de + 65 años	8.442.427	3.613.455	4.828.972	404	203	201	4,9%	6,9%	6,9%
Población total mayor de 20 años	37.573.643	18.258.169	19.315.474	<b>1.206</b>	<b>604</b>	<b>602</b>	<b>2,8%</b>	<b>4,0%</b>	<b>4,0%</b>

Tabla 3. Muestra de la Encuesta de Cultura Aseguradora en España 2014.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de España (INE): Estadística del Padrón Continuo. Explotación a 1 de enero de 2014.

## Tipo y procedimiento de encuestación

Las encuestas han sido **telefónicas** y la propia persona encuestadora ha dirigido la cumplimentación del cuestionario, de manera que todos han sido completados satisfactoriamente y al 100%.

## Período de encuestación

El trabajo de campo de la encuesta se ha llevado a cabo **entre septiembre y noviembre de 2014**.

<sup>5</sup> Fuente: elaboración propia a partir de los datos de población obtenidos del Padrón Municipal de Habitantes de 2014 (INE).

Los resultados de la encuesta se han tratado y explotado utilizando el programa informático SPSS. Se han realizado consultas específicas, extrayendo los datos necesarios para la posterior construcción del ICA.

### 2.3. CÁLCULO DEL ÍNDICE DE CULTURA ASEGURADORA

Finalmente, tras aproximar el fenómeno de la cultura aseguradora desde el punto de vista teórico y disponer de toda la información cuantitativa necesaria, el último paso es la definición y aplicación de un método de cálculo del indicador sintético, delimitando la metodología utilizada para normalizar los indicadores de partida, ponderar y agregar los datos. En este sentido, se trata en todo momento de garantizar la objetividad y la bondad de los indicadores construidos para cada dimensión y, en suma, del indicador sintético agregado.

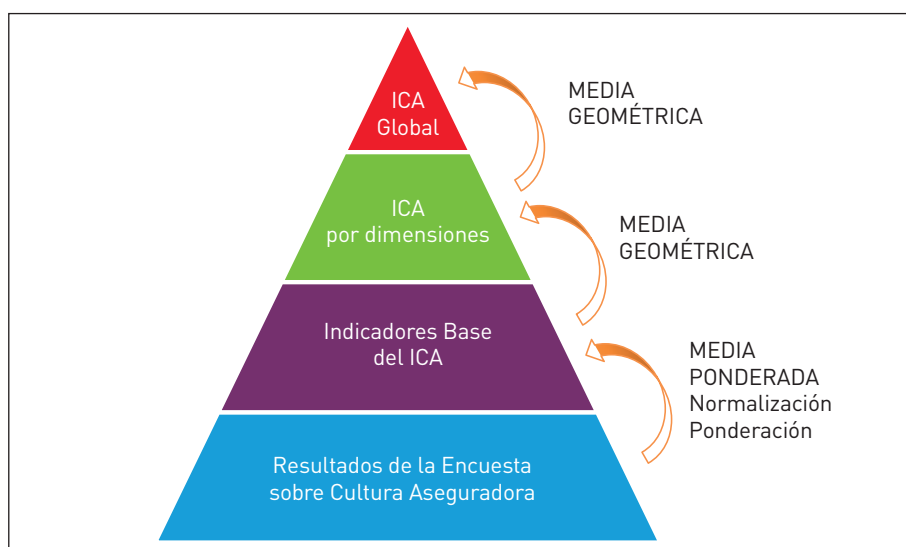


Ilustración 10. Proceso de síntesis desde los resultados de la encuesta a un indicador sintético global. Técnicas de agregación.  
Fuente: elaboración propia.

Partiendo de los indicadores parciales adecuadamente analizados, el cálculo del ICA es un proceso de síntesis de la información de forma piramidal hasta llegar al

indicador global. Concretamente, se calculan los Indicadores de Base a partir de los resultados de la encuesta, se sintetizan dichos indicadores para cada dimensión y, posteriormente, se resumen los indicadores de cada dimensión en un indicador global o final. Este proceso se repite distinguiendo el sexo y la edad de la población, obteniendo así el ICA parcial para cada grupo.

Este proceso de cálculo del Indicador de Cultura Aseguradora a partir de los Indicadores Base calculados con la información recabada en la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014 consta de varias etapas: análisis de correlaciones, normalización, ponderación, agregación y análisis de sensibilidad.

### **Análisis de correlaciones**

Antes de realizar la construcción del indicador sintético propiamente dicho, se realiza un análisis de correlaciones de los indicadores parciales explicativos de cada una de las dimensiones de la cultura aseguradora, obtenidos a partir de los resultados de la Encuesta de Cultura Aseguradora 2014, con el fin de constatar que “son los que están y están los que son”, es decir, que no hay solapamiento y/o carencia de información a la hora de explicar el fenómeno de la cultura aseguradora.

Además de obtener la correspondiente matriz de correlaciones de las variables, se realiza un análisis factorial, que permite constatar que a partir de los indicadores parciales seleccionados no se obtienen factores que expliquen la variabilidad de los datos de forma significativa, es decir, no se identifican factores comunes que apunten a sobrerrepresentación de la información. Estos resultados permiten corroborar la idoneidad de los indicadores parciales elegidos para explicar las dimensiones de la cultura aseguradora.

### **Normalización**

Las respuestas a cada una de las preguntas del cuestionario, que constituyen los indicadores parciales del ICA, se han puntuado positivamente cuando indican un mayor nivel de cultura aseguradora, oscilando su puntuación entre 0 y 1. La asignación de puntuaciones a las distintas respuestas ha requerido un detenido proceso de reflexión y se ha consensado con un panel de personas expertas en materia de seguros.

Este proceso de puntuación se adapta en función del tipo indicadores parciales, o dicho de otra manera, de cómo estén planteadas las diferentes preguntas y sus posibles respuestas:

- Preguntas simples (P1, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11 y P12). Cada opción de respuesta se puntúa entre 0 y 1 según indique un mayor o menor grado de cultura aseguradora.
- Preguntas múltiples: cada pregunta da cabida, a su vez, a varias preguntas relacionadas. Son de dos tipos:
  - De sí o no (P2 y P4). Incluyen varias preguntas cuya respuesta puede ser afirmativa o negativa. Las puntuaciones se dan tanto a las respuestas positivas como a las negativas según cuál sea la opción acertada.
  - Conceptuales (P3). Es el caso de la pregunta 3, en la que se evalúa el conocimiento de diferentes conceptos relacionados con los seguros. Cuando las personas encuestadas eligen la definición correcta se puntúa con un 1 y cuando no con un 0.

Posteriormente, en cada pregunta la puntuación originalmente asignada a cada respuesta se ha normalizado, de manera que la suma de las distintas opciones sea 100 para cada pregunta.

### **Ponderación**

En segundo lugar, cada una de las respuestas posibles se pondera según el porcentaje de la población encuestada que la ha elegido, de manera que la suma de las ponderaciones de todas las respuestas posibles sea 100.

### **Agregación**

Tras puntuar las diferentes respuestas y ponderar según su representatividad, se produce un triple proceso de agregación.

Índice de Cultura Aseguradora (ICA)			
DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES (0 - 100)	
		Indicador Base	Dimensión
Conocimiento	P.1. ¿Para qué sirve un seguro?	38,5	48,56
	P.2. ¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?	60,3	
	P.3. ¿Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros?	49,3	
Uso	P.4. ¿Quién puede vender un seguro?	90,6	57,65
	P.5. ¿A quién perjudica más el fraude en el seguro, por ejemplo cuando se simula un siniestro?	32,7	
	P.6. ¿A dónde acudiría en primer lugar si tuviera que hacer una reclamación a su compañía de seguros?	64,7	
Educación	P.7. ¿De qué forma ha adquirido sus conocimientos en materia de seguros?	16,7	19,77
	P.8. ¿Qué método considera más adecuado para mejorar sus conocimientos sobre seguros?	21,0	
	P.9. ¿Quién cree usted que se ocupa de mejorar la educación en materia de seguros de la población?	22,0	
Previsión	P.10. ¿Qué haría para protegerse y proteger a su familia y patrimonio de un posible riesgo?	28,6	27,41
	P.11. ¿Cuál es su gasto anual estimado en seguros?	29,5	
	P.12. ¿Qué está haciendo (o ha hecho) para preparar su jubilación?	24,4	
ICA - GENERAL			35,09

Tabla 4. Proceso de agregación de los Indicadores Base del ICA, por dimensiones y del ICA global.  
Fuente: elaboración propia.



En primer lugar, cada uno de los Indicadores Base se obtiene como media ponderada de las puntuaciones, es decir, sumando los productos de la puntuación asignada a cada opción y el porcentaje de respuestas que le corresponde. A continuación, y una vez construidos los Indicadores Base, se calculan los índices por dimensiones agregando por media geométrica. Por último, el mismo proceso se repite para agregar los índices por dimensiones en el Índice global de Cultura Aseguradora. Se ha optado por la utilización de la media geométrica, en lugar de la media aritmética, para evitar los problemas derivados de la aplicación de la linealidad en la agregación. Se consigue así mejorar la comparabilidad en caso de que el ICA sea replicado a lo largo del tiempo o para otros países o regiones.

El Índice de Cultura Aseguradora obtenido toma un valor comprendido entre 0 y 100, indicando los valores cercanos a 0 un nivel de cultura aseguradora nulo y los que se aproximan a 100 un amplio conocimiento en la materia. Teniendo en cuenta los criterios establecidos a la hora de puntuar, pueden establecerse los siguientes rangos de cara a la interpretación del ICA, tanto global como por dimensiones, y sus Indicadores Base:

- 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

### **Análisis de la sensibilidad**

En primer lugar, y como prueba de la robustez de la metodología utilizada para el diseño y construcción del Índice sintético de Cultura Aseguradora, cabe señalar que se ha consensado con un grupo de expertos en materia de seguros, desde la conceptualización del fenómeno, pasando por la cuidadosa realización del cuestionario para medir los indicadores parciales correspondientes a las dimensiones y diferentes aspectos dentro de éstas a medir, hasta la asignación de pesos a las respuestas a las distintas preguntas.

Asimismo, y como complemento estadístico, se ha realizado un análisis de sensibilidad del indicador sintético a partir de variantes en los procesos de normalización y agregación, también consensuadas, sin que ninguno de los indicadores sintéticos calculados haya resultado sensible a los cambios.

## **ANEXO III. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA DE CULTURA ASEGURADORA 2014**

### **1. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y SOCIOECONÓMICAS**

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

1. Sí

2. No -----→ Solicitar hablar con la persona adecuada y volver a la pregunta 1

-----→ Si no es posible hablar con la persona adecuada, fin de la encuesta

2. ¿Qué edad tiene?

3. ¿Cuál es su sexo?

1. Mujer

2. Hombre

4. ¿Cuál es el nivel de estudios más elevado que usted ha terminado?

1. Estudios primarios incompletos

3. Estudios primarios o equivalentes

4. Enseñanza secundaria obligatoria

5. Bachillerato

6. Formación profesional de grado medio

7. Formación profesional de grado superior

8. Titulación universitaria/estudios de postgrado

5. ¿A qué se dedica en la actualidad?

1. Está trabajando
2. Está buscando empleo
3. Está incapacitado/a para trabajar
4. Estudiante
5. Labores del hogar
6. Voluntario/a
7. Prejubilado/a
8. Jubilado/a

6. ¿En qué tramo se encuentra el total de ingresos mensuales netos de su hogar?

1. Hasta 600 euros
2. Entre 601 y 1.200 euros
3. Entre 1.201 y 1.500 euros
4. Entre 1.501 y 2.000 euros
5. Entre 2.001 y 2.500 euros
6. Entre 2.501 y 3.000 euros
7. Más de 3.000 euros

7. ¿Tiene contratado algún seguro usted o su hogar (personas con las que convive)?

1. Sólo seguros obligatorios
2. Seguros obligatorios y al menos algún seguro no obligatorio
3. Ninguno **Ir al siguiente apartado**

8. Del siguiente listado de seguros, indique los que tiene contratados o qué ha contratado en alguna ocasión usted o su hogar (personas con las que convive).

	Sí	No
1. Seguro del hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Seguro de salud o de enfermedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Seguro de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Seguro de decesos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Seguro del automóvil (u otros vehículos a motor)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Seguro de accidentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Seguro de móvil, smartphone o tablet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Seguro de ahorro, seguro de jubilación, plan de pensiones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Seguro de dependencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Seguro de viajes (cuando viaja)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 2. PREGUNTAS PARA EL ÍNDICE DE CULTURA ASEGURADORA

### I. CONOCIMIENTO

1. ¿Para qué sirve un seguro?

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

1. Para evitar posibles situaciones de riesgo
2. Para la cobertura de todos mis riesgos
3. Para penalizar a los causantes de un siniestro
4. Para mantener “como nuevos” los bienes
5. Para proteger sus bienes y/o su familia ante sucesos inciertos

2. ¿En cuáles de las siguientes actividades necesita un seguro obligatorio?

**Entrevistador/a:** contestar Sí o NO a cada una.

	Sí	No
1. Contratar una hipoteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Conducir un vehículo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Viajar en transporte público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Comprarse un móvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Cazar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Conoce el significado de los siguientes términos relacionados con los seguros?

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones para cada término. Señalar sólo una respuesta.

a. Tomador

1. El profesional que asesora sobre seguros
2. La persona que contrata el seguro
3. La persona que vende el seguro
4. La persona que vende seguros de otro por comisión
5. La entidad aseguradora

b. Póliza

1. El perjuicio producido por una persona a otra u otras
2. El conjunto de bienes asegurados
3. La cantidad que recibe el asegurado cuando se produce un siniestro
4. El contrato de seguro
5. La cantidad que recibe la aseguradora del asegurado

c. Prima

1. La aportación económica que realiza el asegurado a la compañía de seguros
2. El nivel de protección de los bienes
3. La cantidad máxima que va a pagar la aseguradora en caso de siniestro
4. El valor del bien que ha sufrido el siniestro
5. El periodo de tiempo inicial durante el cual no tienen efecto las coberturas

d. Franquicia

1. El organismo de inspección y supervisión de la actividad aseguradora
2. Una cantidad por la cual el asegurado es su propio asegurador
3. El valor del bien asegurado
4. La entidad autorizada para el ejercicio de la actividad aseguradora
5. La entidad aseguradora

e. Exclusiones

1. Los riesgos a los que un hogar está expuesto
2. Los trabajos previos a la realización de un contrato de seguros
3. Los riesgos que no están incluidos en las coberturas de la póliza
4. Las condiciones particulares del contrato de seguro
5. El conjunto de bienes no asegurados

## II. USO

### 4. ¿Quién puede vender un seguro?

**Entrevistador/a:** contestar Sí o NO a cada una/o.

	Sí	No
1. Una notaría	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Una correduría	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Una compañía de seguros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Un comparador de seguros por Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Una asociación de consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

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 públicas

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

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

1. Al Banco de España
2. A la propia compañía de seguros
3. A una asociación de consumidores y usuarios de seguros
4. A la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones
5. A una Comisaría de Policía

### III. EDUCACIÓN

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

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

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



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

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

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. Ninguno de los anteriores le merece garantías

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

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

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

#### IV. PREVISIÓN

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

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

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?**

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

1. Nada
2. Menos de 500 euros
3. Entre 501 y 1.000 euros
4. Más de 1.000 euros
5. El estrictamente necesario para seguros obligatorios

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

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

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

**3. FINAL DE ENCUESTA**

**13. Y por último, ¿Podría indicar qué nivel de cultura aseguradora considera que tiene?**

**Entrevistador/a:** leer todas las opciones. Señalar sólo una respuesta.

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

## COLECCIÓN “CUADERNOS DE LA FUNDACIÓN”

Para cualquier información sobre nuestras publicaciones consulte:  
[www.fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org)

208. Definición y medición de la cultura aseguradora. Aplicación al caso español. 2015
207. Tipos de descuento de los pasivos de las entidades aseguradoras y de las instituciones de previsión en general. 2015
206. Teledetección aplicada a la elaboración de mapas de peligrosidad de granizo en tiempo real y mapas de daños en cultivos e infraestructuras. 2015
205. Current Topics on Risk Analysis: ICRA6 and RISK 2015 Conference. 2015
204. Determinantes do Prêmio de *Default* de Crédito de (Res)Seguradores. 2014
203. Generación de escenarios económicos para la medición de riesgos de mercado en Solvencia II a través de modelos de series temporales. 2014
202. La valoración de los inmuebles del patrimonio histórico y los riesgos sísmicos en el contrato de seguro: el caso de Lorca. 2014
201. Inteligencia computacional en la gestión del riesgo asegurador. 2014
200. El componente transfronterizo de las relaciones aseguradoras. 2014
199. El seguro basado en el uso (Usage Based Insurance). 2014
198. El seguro de decesos en la normativa aseguradora. Su encaje en Solvencia II. 2014

197. El seguro de responsabilidad civil en el arbitraje. 2014
196. La reputación corporativa en empresas aseguradoras: análisis y evaluación de factores explicativos. 2014
195. La acción directa del perjudicado en el ordenamiento jurídico comunitario. 2013
194. Investigaciones en Seguros y Gestión del Riesgo: RIESGO 2013
193. Viability of Patent Insurance in Spain. 2013
192. Viabilidad del seguro de patentes en España. 2013
191. Determinación de zonas homogéneas de riesgo para los rendimientos de distintos cultivos de la región pampeana en Argentina. 2013
190. Género y promoción en los sectores financiero y asegurador. 2013
189. An Introduction to Reinsurance. 2013
188. El control interno y la responsabilidad penal en la mediación de seguros privados. 2013
187. Una introducción al gobierno corporativo en la industria aseguradora en América Latina. 2013
186. Mortalidad de jóvenes en accidentes de tráfico. 2012
185. Las reclamaciones derivadas de accidentes de circulación por carretera transfronterizos. 2012
184. Efecto disuasorio del tipo de contrato sobre el fraude. 2012
183. Claves del Seguro Español: una aproximación a la Historia del Seguro en España. 2012

182. La responsabilidad civil del asegurador de asistencia sanitaria. 2012
181. Colaboración en el contrato de Reaseguro. 2012
180. Origen, situación actual y futuro del seguro de Protección Jurídica. 2012
179. Experiencias de microseguros en Colombia, Perú y Brasil. Modelo socio agente. 2012
178. El agente de seguros y su Responsabilidad Civil. 2012
177. Riesgo operacional en el marco de Solvencia II. 2012
176. Un siglo de seguros marítimos barceloneses en el comercio con América. (1770-1870). 2012
175. El seguro de Caución. 2012
174. La contabilidad de los corredores de seguros y los planes y fondos de pensiones. 2012
173. El seguro de Vida en América Latina. 2011
172. Gerencia de riesgos sostenibles y Responsabilidad Social Empresarial en la entidad aseguradora. 2011
171. Investigaciones en Seguros y Gestión del Riesgo. RIESGO 2011
170. Introdução ao Resseguro. 2011
169. La salud y su aseguramiento en Argentina, Chile, Colombia y España. 2011
168. Diferencias de sexo en conductas de riesgo y tasa de mortalidad diferencial entre hombres y mujeres. 2011

167. Movilización y rescate de los compromisos por pensiones garantizados mediante contrato de seguros. 2011
166. Embedded Value aplicado al ramo No Vida. 2011
165. Las sociedades cautivas de Reaseguro. 2011
164. Daños del amianto: litigación, aseguramiento de riesgos, y fondos de compensación. 2011
163. El riesgo de tipo de interés: experiencia española y Solvencia II. 2011
162. I Congreso sobre las Nuevas Tecnologías y sus repercusiones en el Seguro: Internet, Biotecnología y Nanotecnología. 2011
161. La incertidumbre bioactuarial en el riesgo de la longevidad. Reflexiones bioéticas. 2011
160. Actividad aseguradora y defensa de la competencia. La exención antitrust del sector asegurador. 2011
159. Estudio empírico sobre la tributación de los seguros de vida. 2010
158. Métodos estocásticos de estimación de las provisiones técnicas en el marco de Solvencia II. 2010
157. Introducción al Reaseguro. 2010
156. Encuentro Internacional sobre la Historia del Seguro. 2010
155. Los sistemas de salud en Latinoamérica y el papel del seguro privado. 2010
154. El Seguro de Crédito en Chile. 2010

153. El análisis financiero dinámico como herramienta para el desarrollo de modelos internos en el marco de Solvencia II. 2010
152. Características sociodemográficas de las personas con doble cobertura sanitaria. Un estudio empírico. 2010
151. Solidaridad impropia y seguro de Responsabilidad Civil. 2010
150. La prevención del blanqueo de capitales en las entidades aseguradoras, las gestoras y los corredores de seguros 2010
149. Fondos de aseguramiento agropecuario y rural: la experiencia mexicana en el mutualismo agropecuario y sus organizaciones superiores. 2010
148. Avaliação das Provisões de Sinistro sob o Enfoque das Novas Regras de Solvência do Brasil. 2010
147. El principio de igualdad sexual en el Seguro de Salud: análisis actuarial de su impacto y alcance. 2010
146. Investigaciones históricas sobre el Seguro español. 2010
145. Perspectivas y análisis económico de la futura reforma del sistema español de valoración del daño corporal. 2009
144. Contabilidad y Análisis de Cuentas Anuales de Entidades Aseguradoras (Plan contable 24 de julio de 2008). 2009
143. Mudanças Climáticas e Análise de Risco da Indústria de Petróleo no Litoral Brasileiro. 2009
142. Bases técnicas dinámicas del Seguro de Dependencia en España. Una aproximación en campo discreto. 2009

141. Transferencia Alternativa de Riesgos en el Seguro de Vida: Titulización de Riesgos Aseguradores. 2009
140. Riesgo de negocio ante asegurados con múltiples contratos. 2009
139. Optimización económica del Reaseguro cedido: modelos de decisión. 2009
138. Inversiones en el Seguro de Vida en la actualidad y perspectivas de futuro. 2009
137. El Seguro de Vida en España. Factores que influyen en su progreso. 2009
136. Investigaciones en Seguros y Gestión de Riesgos. RIESGO 2009
135. Análisis e interpretación de la gestión del fondo de maniobra en entidades aseguradoras de incendio y lucro cesante en grandes riesgos industriales. 2009
134. Gestión integral de Riesgos Corporativos como fuente de ventaja competitiva: cultura positiva del riesgo y reorganización estructural. 2009
133. La designación de la pareja de hecho como beneficiaria en los seguros de vida. 2009
132. Aproximación a la Responsabilidad Social de la empresa: reflexiones y propuesta de un modelo. 2009
131. La cobertura pública en el seguro de crédito a la exportación en España: cuestiones prácticas-jurídicas. 2009
130. La mediación en seguros privados: análisis de un complejo proceso de cambio legislativo. 2009
129. Temas relevantes del Derecho de Seguros contemporáneo. 2009



128. Cuestiones sobre la cláusula cut through. Transferencia y reconstrucción. 2008
127. La responsabilidad derivada de la utilización de organismos genéticamente modificados y la redistribución del riesgo a través del seguro. 2008
126. Ponencias de las Jornadas Internacionales sobre Catástrofes Naturales. 2008
125. La seguridad jurídica de las tecnologías de la información en el sector asegurador. 2008
124. Predicción de tablas de mortalidad dinámicas mediante un procedimiento bootstrap. 2008
123. Las compañías aseguradoras en los procesos penal y contencioso-administrativo. 2008
122. Factores de riesgo y cálculo de primas mediante técnicas de aprendizaje. 2008
121. La solicitud de seguro en la Ley 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro. 2008
120. Propuestas para un sistema de cobertura de enfermedades catastróficas en Argentina. 2008
119. Análisis del riesgo en seguros en el marco de Solvencia II: Técnicas estadísticas avanzadas Monte Carlo y Bootstrapping. 2008
118. Los planes de pensiones y los planes de previsión asegurados: su inclusión en el caudal hereditario. 2007
117. Evolução de resultados técnicos e financeiros no mercado segurador iberoamericano. 2007

116. Análisis de la Ley 26/2006 de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. 2007
115. Sistemas de cofinanciación de la dependencia: seguro privado frente a hipoteca inversa. 2007
114. El sector asegurador ante el cambio climático: riesgos y oportunidades. 2007
113. Responsabilidade social empresarial no mercado de seguros brasileiro influências culturais e implicações relacionais. 2007
112. Contabilidad y análisis de cuentas anuales de entidades aseguradoras. 2007
111. Fundamentos actuariales de primas y reservas de fianzas. 2007
110. El Fair Value de las provisiones técnicas de los seguros de Vida. 2007
109. El Seguro como instrumento de gestión de los M.E.R. (Materiales Especificados de Riesgo). 2006
108. Mercados de absorción de riesgos. 2006
107. La exteriorización de los compromisos por pensiones en la negociación colectiva. 2006
106. La utilización de datos médicos y genéticos en el ámbito de las compañías aseguradoras. 2006
105. Los seguros contra incendios forestales y su aplicación en Galicia. 2006
104. Fiscalidad del seguro en América Latina. 2006
103. Las NIC y su relación con el Plan Contable de Entidades Aseguradoras. 2006
102. Naturaleza jurídica del Seguro de Asistencia en Viaje. 2006

101. El Seguro de Automóviles en Iberoamérica. 2006
100. El nuevo perfil productivo y los seguros agropecuarios en Argentina. 2006
99. Modelos alternativos de transferencia y financiación de riesgos "ART": situación actual y perspectivas futuras. 2005
98. Disciplina de mercado en la industria de seguros en América Latina. 2005
97. Aplicación de métodos de inteligencia artificial para el análisis de la solvencia en entidades aseguradoras. 2005
96. El Sistema ABC-ABM: su aplicación en las entidades aseguradoras. 2005
95. Papel del docente universitario: ¿enseñar o ayudar a aprender? 2005
94. La renovación del Pacto de Toledo y la reforma del sistema de pensiones: ¿es suficiente el pacto político? 2005
92. Medición de la esperanza de vida residual según niveles de dependencia en España y costes de cuidados de larga duración. 2005
91. Problemática de la reforma de la Ley de Contrato de Seguro. 2005
90. Centros de atención telefónica del sector asegurador. 2005
89. Mercados aseguradores en el área mediterránea y cooperación para su desarrollo. 2005
88. Análisis multivariante aplicado a la selección de factores de riesgo en la tarificación. 2004
87. Dependencia en el modelo individual, aplicación al riesgo de crédito. 2004
86. El margen de solvencia de las entidades aseguradoras en Iberoamérica. 2004

85. La matriz valor-fidelidad en el análisis de los asegurados en el ramo del automóvil. 2004
84. Estudio de la estructura de una cartera de pólizas y de la eficacia de un Bonus-Malus. 2004
83. La teoría del valor extremo: fundamentos y aplicación al seguro, ramo de responsabilidad civil autos. 2004
81. El Seguro de Dependencia: una visión general. 2004
80. Los planes y fondos de pensiones en el contexto europeo: la necesidad de una armonización. 2004
79. La actividad de las compañías aseguradoras de vida en el marco de la gestión integral de activos y pasivos. 2003
78. Nuevas perspectivas de la educación universitaria a distancia. 2003
77. El coste de los riesgos en la empresa española: 2001.
76. La incorporación de los sistemas privados de pensiones en las pequeñas y medianas empresas. 2003
75. Incidencia de la nueva Ley de Enjuiciamiento Civil en los procesos de responsabilidad civil derivada del uso de vehículos a motor. 2002
74. Estructuras de propiedad, organización y canales de distribución de las empresas aseguradoras en el mercado español. 2002
73. Financiación del capital-riesgo mediante el seguro. 2002
72. Análisis del proceso de exteriorización de los compromisos por pensiones. 2002
71. Gestión de activos y pasivos en la cartera de un fondo de pensiones. 2002

70. El cuadro de mando integral para las entidades aseguradoras. 2002
69. Provisiones para prestaciones a la luz del Reglamento de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados; métodos estadísticos de cálculo. 2002
68. Los seguros de crédito y de caución en Iberoamérica. 2001
67. Gestión directiva en la internacionalización de la empresa. 2001
65. Ética empresarial y globalización. 2001
64. Fundamentos técnicos de la regulación del margen de solvencia. 2001
63. Análisis de la repercusión fiscal del seguro de vida y los planes de pensiones. Instrumentos de previsión social individual y empresarial. 2001
62. Seguridad Social: temas generales y régimen de clases pasivas del Estado. 2001
61. Sistemas Bonus-Malus generalizados con inclusión de los costes de los siniestros. 2001
60. Análisis técnico y económico del conjunto de las empresas aseguradoras de la Unión Europea. 2001
59. Estudio sobre el euro y el seguro. 2000
58. Problemática contable de las operaciones de reaseguro. 2000
56. Análisis económico y estadístico de los factores determinantes de la demanda de los seguros privados en España. 2000
54. El corredor de reaseguros y su legislación específica en América y Europa. 2000

53. Habilidades directivas: estudio de sesgo de género en instrumentos de evaluación. 2000
52. La estructura financiera de las entidades de seguros, S.A. 2000
51. Seguridades y riesgos del joven en los grupos de edad. 2000
50. Mixturas de distribuciones: aplicación a las variables más relevantes que modelan la siniestralidad en la empresa aseguradora. 1999
49. Solvencia y estabilidad financiera en la empresa de seguros: metodología y evaluación empírica mediante análisis multivariante. 1999
48. Matemática Actuarial no vida con MapleV. 1999
47. El fraude en el Seguro de Automóvil: cómo detectarlo. 1999
46. Evolución y predicción de las tablas de mortalidad dinámicas para la población española. 1999
45. Los Impuestos en una economía global. 1999
42. La Responsabilidad Civil por contaminación del entorno y su aseguramiento. 1998
41. De Maastricht a Amsterdam: un paso más en la integración europea. 1998
39. Perspectiva histórica de los documentos estadístico-contables del órgano de control: aspectos jurídicos, formalización y explotación. 1997
38. Legislación y estadísticas del mercado de seguros en la comunidad iberoamericana. 1997
37. La responsabilidad civil por accidente de circulación. Puntual comparación de los derechos francés y español. 1997

36. Cláusulas limitativas de los derechos de los asegurados y cláusulas delimitadoras del riesgo cubierto: las cláusulas de limitación temporal de la cobertura en el Seguro de Responsabilidad Civil. 1997
35. El control de riesgos en fraudes informáticos. 1997
34. El coste de los riesgos en la empresa española: 1995
33. La función del derecho en la economía. 1997
32. Decisiones racionales en reaseguro. 1996
31. Tipos estratégicos, orientación al mercado y resultados económicos: análisis empírico del sector asegurador español. 1996
30. El tiempo del directivo. 1996
29. Ruina y Seguro de Responsabilidad Civil Decenal. 1996
28. La naturaleza jurídica del Seguro de Responsabilidad Civil. 1995
27. La calidad total como factor para elevar la cuota de mercado en empresas de seguros. 1995
26. El coste de los riesgos en la empresa española: 1993
25. El reaseguro financiero. 1995
24. El seguro: expresión de solidaridad desde la perspectiva del derecho. 1995
23. Análisis de la demanda del seguro sanitario privado. 1993
22. Rentabilidad y productividad de entidades aseguradoras. 1994

21. La nueva regulación de las provisiones técnicas en la Directiva de Cuentas de la C.E.E. 1994
20. El Reaseguro en los procesos de integración económica. 1994
19. Una teoría de la educación. 1994
18. El Seguro de Crédito a la exportación en los países de la OCDE (evaluación de los resultados de los aseguradores públicos). 1994
16. La legislación española de seguros y su adaptación a la normativa comunitaria. 1993
15. El coste de los riesgos en la empresa española: 1991
14. El Reaseguro de exceso de pérdidas 1993
12. Los seguros de salud y la sanidad privada. 1993
10. Desarrollo directivo: una inversión estratégica. 1992
9. Técnicas de trabajo intelectual. 1992
8. La implantación de un sistema de controlling estratégico en la empresa. 1992
7. Los seguros de responsabilidad civil y su obligatoriedad de aseguramiento. 1992
6. Elementos de dirección estratégica de la empresa. 1992
5. La distribución comercial del seguro: sus estrategias y riesgos. 1991
4. Los seguros en una Europa cambiante: 1990-95. 1991



2. Resultados de la encuesta sobre la formación superior para los profesionales de entidades aseguradoras (A.P.S.). 1991
1. Filosofía empresarial: selección de artículos y ejemplos prácticos. 1991

## **ÚLTIMOS LIBROS PUBLICADOS**

El riesgo de longevidad y su aplicación práctica a Solvencia II. 2014

Historia del Seguro en España. 2014

Actas del III Congreso Internacional de Nuevas Tecnologías: sus repercusiones en el seguro: internet, biotecnología y nanotecnología: 12 y 13 de noviembre de 2012, Santiago de Chile. 2013

Emergencia y reconstrucción: el antes y después del terremoto y tsunami del 27F en Chile. 2012

Riesgo sistémico y actividad aseguradora. 2012

La historia del seguro en Chile (1810-2010). 2012

Modelo de proyección de carteras de seguros para el ramo de decesos. 2011

Desarrollo comercial del seguro colectivo de dependencia en España. 2010

La mediación de seguros en España: análisis de la Ley 26/2006, de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. 2010

Museo del Seguro. Catálogo. 2010

Diccionario MAPFRE de Seguros. 2008

Teoría de la credibilidad: desarrollo y aplicaciones en primas de seguros y riesgos operacionales. 2008

El seguro de caución: una aproximación práctica. 2007

El seguro de pensiones. 2007

Las cargas del acreedor en el seguro de responsabilidad civil. 2006

Diccionario bilingüe de expresiones y términos de seguros: inglés-español, español-inglés. 2006

El seguro de riesgos catastróficos: reaseguro tradicional y transferencia alternativa de riesgos. 2005

La liquidación administrativa de entidades aseguradoras. 2005

## **INFORMES Y RANKINGS**

Desde 1994 se publican anualmente estudios que presentan una panorámica concreta de los mercados aseguradores europeos, de España e Iberoamérica y que pueden consultarse en formato electrónico desde la página Web:  
[www.fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org)

- Mercado español de seguros
- Mercado asegurador de Iberoamérica
- Ranking de grupos aseguradores europeos
- Ranking de grupos aseguradores iberoamericanos
- La percepción social del seguro en España 2014