Comportamiento y barreras en la adquisición del seguro de vida en familias de Bogotá: un análisis descriptivo y comparativo con tendencias globales[*]

Behavior and barriers in life insurance acquisition among families in Bogotá: a descriptive and comparative analysis with global trends

María Paulina Fajardo Sánchez[1]
Leidy Cristina Cardona Giraldo[2]
Carlos Alberto Gómez Higuera[3]
Samy Mustafa Prieto[4]

CC BY NC SA

Fecha de recepción: 31 de noviembre de 2025
Fecha de aprobación: 10 de julio de 2026

[*] Este artículo es producto del proyecto de investigación realizado en el Centro de Servicios Financieros - Distrito Capital del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), específicamente vinculado al programa de formación en Gestión de Seguros. El estudio se ejecutó con recursos técnicos y humanos de la institución, bajo el marco de las iniciativas de investigación formativa del centro.

[1] Magíster en derechos Laboral y Seguridad Social Universidad de la Rioja- España. Psicóloga Universidad Santo Tomás- Abogada Universidad la Gran Colombia. Instructora investigadora Sennova Servicio Nacional de Aprendizaje SENA- Distrito Capital- Centro de Servicios Financieros. Correo: mpfajardos@sena.edu.co. https://orcid.org/0009-0006-4611-7142

[2] Magíster en Neuromarketing por la Universidad de La Rioja, Especialista en Psicología del Consumidor por la Universidad Konrad Lorenz y Administradora de Empresas por la Universidad Los Libertadores. Instructora investigadora en el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Centro de Servicios Financieros de Bogotá, institución en la cual se desarrolla el presente proyecto de investigación. Correo: lcgiraldo@sena.edu.co. https://orcid.org/0000-0002-4981-0886

[3] Tecnólogo en Gestión Integral del Riesgo en Seguros en el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) Centro de Servicios Financieros de Bogotá, Desempeño como analista técnico en el ramo de Cumplimiento dentro de Arthur J. Gallagher. Correo: cabetogo@gmail.com. https://orcid.org/0009-0009-6154-753X

[4] Ingeniero de la Universidad San Buenaventura con más de 10 años de trayectoria en el sector asegurador. Especialista en ajuste de siniestros complejos (Property y Aviación), ingeniería de riesgos y consultoría técnica en PML. Actualmente se desempeña como líder de procesos estratégicos a nivel nacional, destacando por su capacidad analítica en la prevención de pérdidas y soporte técnico en riesgos de infraestructura y D&O. Correo: samymustafa27@gmail.com. https://orcid.org/0009-0006-0595-6302

Vol. 12 Núm. 2 (2026) | julio-diciembre
e-ISSN: 2422-4529

Resumen

Este estudio analiza el comportamiento de las familias colombianas frente a la adquisición de seguros de vida y su impacto en la estabilidad financiera familiar ante el fallecimiento del principal proveedor económico. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo; como herramienta de recolección de información se aplicó una encuesta a una muestra no probabilística de 167 hombres y mujeres entre 30 y 50 años, que pertenecen a los estratos 2, 3 y 4 en la ciudad de Bogotá, Colombia. Los resultados evidencian que el 73 % de los encuestados cuenta con algún tipo de seguro, siendo los seguros de vida (31.8 %) y de salud (22.1 %) los más relevantes. Los altos costos (54 %) y la falta de información (30 %) se identifican como las principales barreras de acceso a los seguros. Se concluye que, aunque existe una percepción positiva sobre la importancia de los seguros, persisten brechas significativas en educación financiera y acceso, lo que limita su impacto como herramienta de protección patrimonial.

Palabras clave:

seguro de vida, penetración de seguros, conducta financiera, planeación familiar, protección patrimonial

Abstract

This study analyzes the behavior of Colombian families regarding the acquisition of life insurance and its impact on family financial stability in the event of the death of the main economic provider. The research employed a quantitative, descriptive approach, using a structured survey administered to a non-probabilistic sample of 167 men and women between 30 and 50 years of age, belonging to socioeconomic strata 2, 3, and 4 in the city of Bogotá. The results show that 73% of the respondents have some type of insurance, with life insurance (31.8%) and health insurance (22.1%) being the most relevant. However, high costs (54%) and lack of information (30%) are identified as the main barriers to access. It is concluded that, although there is a positive perception of the importance of insurance, significant gaps persist in financial education and access, limiting its impact as a tool for asset protection.

Keywords:

Life insurance, insurance penetration, financial behavior, family planning, asset protection.

Introducción

El seguro de vida ha sido una herramienta esencial para la protección financiera de las familias y la gestión de riesgos a lo largo de la historia. En Colombia, la historia de los seguros se remonta a 1874, durante la presidencia de Santiago Pérez de Manosalba, con la creación de la Compañía Colombiana de Seguros (Colseguros). Esta compañía, inicialmente enfocada en el transporte fluvial, marcó el inicio de una industria que ha evolucionado significativamente con el tiempo. De acuerdo con el reporte de la Federación de Aseguradores Colombianos (Fasecolda, 2024), la industria aseguradora en el país emitió primas por $50.7 billones al finalizar el año 2023. El análisis sectorial destaca que los seguros de vida y personas representan el 26% de la torta del mercado, con un valor de $13.2 billones. Este crecimiento refleja una mayor conciencia sobre la importancia

de la planificación financiera y la protección ante riesgos. Sin embargo, gran parte de la población colombiana aún no cuenta con seguros que cubran los diversos riesgos a los que se enfrentan diariamente.

La industria aseguradora en Colombia ha experimentado cambios notables en las últimas décadas. Según datos de la Federación de Aseguradores Colombianos (Fasecolda, 2024), se observa un cambio estructural en el mercado desde 1998: mientras los seguros de daños disminuyeron su participación del 54% al 37% en 2023, la seguridad social creció del 13% al 30% en el mismo periodo. El sector registró un crecimiento anual del 18.9% frente a 2022, aportando un 14.7% al PIB nacional. No obstante, el índice de penetración del 3.22% resalta una brecha significativa frente a estándares globales de países desarrollados, donde este promedio alcanza el 11%.

Actualmente, Colombia cuenta con 29 compañías aseguradoras de vida que ofrecen una variedad de productos que incluyen pólizas colectivas e individuales, seguros de accidentes personales y pólizas de salud. A nivel regional, la penetración del seguro de vida en Colombia es del 0.8 %, lo que indica un potencial significativo para el crecimiento del mercado. En comparación, el seguro de vida en Norteamérica tiene una historia que se remonta al siglo XVIII, con la fundación de la primera aseguradora de incendios en 1752 por Benjamin Franklin. Los seguros de vida surgieron en 1759 con la creación de un fondo para viudas y huérfanos. A lo largo de los años, la industria ha enfrentado desafíos como la exclusión de mujeres y la falta de regulación, pero se ha fortalecido con leyes protectoras y ha crecido significativamente, especialmente durante y después de la Primera Guerra Mundial.

En Europa, el seguro de vida tiene raíces aún más antiguas, con sistemas primitivos en Grecia y Roma. En el siglo XVII, Edmund Halley desarrolló tablas de vida que permitieron cálculos actuariales más precisos. La Amicable Society, fundada en 1706, estableció primas de edad y clasificaciones de mortalidad, sentando las bases para la industria moderna de seguros de vida. Más recientemente, la pandemia por Covid-19 presentó desafíos, pero también impulsó la innovación en productos de seguros. Aunque el mercado de seguros de vida en Latinoamérica ha crecido, impulsado por el aumento de la clase media y la mayor conciencia sobre la planificación financiera, la penetración de seguros sigue siendo baja en comparación con otras regiones del mundo. Este artículo explorará la evolución, los desafíos y las oportunidades del seguro de vida en Colombia, Norteamérica y Europa, proporcionando una visión integral de su desarrollo y su impacto en la sociedad.

Metodología

Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, orientado a identificar los patrones de comportamiento de las familias frente a la adquisición de seguros de vida en Colombia. Se utilizó como técnica de recolección de información una encuesta estructurada.

Aunque el estudio se fundamenta en un enfoque cuantitativo, se incorporaron elementos de análisis interpretativo para comprender las percepciones, motivaciones y barreras asociadas a la toma de

decisiones financieras, lo cual no corresponde a una metodología cualitativa, sino a una profundización analítica de los resultados cuantitativos obtenidos.

Muestra

Para efectos de la presente investigación se hizo uso de muestreo no probabilístico, por conveniencia, para responder a la problemática identificada. La recolección de datos se aplicó a hombres y mujeres entre los 30 y 50 años, residentes en la ciudad de Bogotá y que pertenecen a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.

Instrumento

El formato del instrumento se encuentra en este documento y se transcribió a una encuesta en Microsoft Forms para la recolección de datos. La encuesta consta de cuatro dimensiones que corresponden fielmente a las secciones mencionadas: la primera identifica el perfil del encuestado; la segunda profundiza en los obstáculos de compra; la tercera evalúa la percepción subjetiva y factores de decisión; y la cuarta analiza la vulnerabilidad económica ante la pérdida de un familiar. Se mantiene la estructura en el artículo.

Ficha técnica de la encuesta

- Tipo de muestreo: no probabilístico por conveniencia
- Número total de encuestados: 167
- Población objetivo: hombres y mujeres entre 30 y 50 años
- Ubicación geográfica: Bogotá, Colombia
- Estratos socioeconómicos: 2, 3 y 4
- Instrumento: encuesta estructurada aplicada mediante Microsoft Forms
- Limitaciones: la muestra no es representativa a nivel nacional, por lo cual los resultados no son generalizables a toda la población colombiana

Marco teórico

El seguro de vida en Colombia

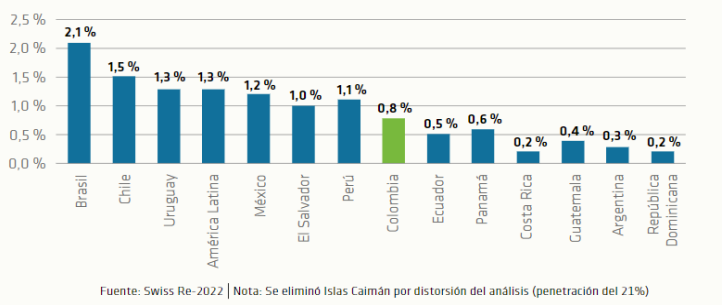
La historia de los seguros en el país se inicia en 1874 durante la presidencia de Santiago Pérez de Manosalba. En ese entonces se llevó a cabo una reunión presidida por el jefe de Estado y contó con la presencia de un grupo de caballeros, al final de la cual quedó constituida una sociedad anónima de nombre Compañía Colombiana de Seguros (Colseguros), autorizada inicialmente a operar en el ramo del transporte y cuyo propósito consistía en asegurar las mercancías transportadas por vía fluvial a través del río Magdalena hasta Bogotá (Bravo y Fernández, 2011).

Actualmente, gran parte de la población colombiana no cuenta con seguros que cubran la cantidad de riesgos a los que se exponen a diario. A cierre de 2023, el sector asegurador emitió primas por cerca de $50.7 billones, de los cuales el segmento de seguros de vida y personas representó el 26%, con $13.2 billones (Fasecolda, 2024). Al analizar la participación de los diferentes conjuntos de ramos, se observa que la industria colombiana ha experimentado cambios en el tiempo; los seguros de daños han disminuido del 54 % en 1998 al 37 % en 2023, y los de vida y personas han mantenido una participación cercana al 26 %. La seguridad social ha tenido un crecimiento significativo pues pasó del 13 % en 1998 al 30 % en 2023, mientras que el SOAT ha permanecido estable y representa alrededor del 9 % (Moreno, 2024).

Los sectores financieros y de seguros han presentado un crecimiento del 18.9 % con respecto al año 2022, mientras que, por su parte, el sector asegurador aporta a nivel general a la economía colombiana con un 14.7 %. Así mismo, el ingreso en primas a nivel general de ramos creció un 7 % y se generaron siniestros en promedio por $ 21 billones. Por su parte, el índice de penetración de seguros en familias colombianas es de 3.22 %, lo que lo ubica por encima del promedio latinoamericano y da evidencia la relevancia que están teniendo los seguros para las personas y su exposición a los riesgos. En comparación con otros países que tienen una cultura de aseguramiento, el porcentaje de penetración es en promedio del 11 %, lo que indica que aún queda una brecha amplia en cuanto a cultura de aseguramiento en el país (Morales, 2024).

En cuanto al portafolio de productos de vida, Colombia cuenta actualmente con 29 compañías aseguradoras de vida. Dentro de este segmento se encuentran productos enfocados a las pólizas colectivas e individuales de vida, pólizas de accidentes personales, pólizas de salud, entre otras. Dado lo anterior, en Colombia, el seguro de vida presenta un índice de penetración relativo que destaca en el contexto latinoamericano; sin embargo, al contrastarlo con el ingreso per cápita, se evidencia una brecha de aseguramiento voluntario, ya que el crecimiento del ramo está fuertemente impulsado por productos vinculados al sector financiero y la seguridad social (Fasecolda, 2024; Swiss Re Institute, 2023). En la figura 1 se puede ver que Colombia tiene una penetración del 0.8 % (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024).

Figura 1.
Penetración de seguros de vida en Latinoamérica y el Caribe



Fuente: Federación de Aseguradores Colombianos [Fasecolda] (2023).

De acuerdo con las estadísticas de la Superintendencia Financiera de Colombia (2024), se encuentran emitidos en promedio 41 millones de riesgos del ramo de vida asegurados en Colombia, para los cuales, 20 millones pertenecen a pólizas de accidentes personales, 17.6 millones a pólizas de vida grupo (se cuentan pólizas que amparan créditos u obligaciones financieras y pólizas amparadas por los empleadores), 2.2 millones a pólizas de vida individual y 1.1 millones a pólizas de salud. De esta manera, se identifica que los seguros de vida de las compañías de seguros a nivel global han participado, en promedio, en un 26 % sobre su portafolio de ramos de vida.

Figura 2.
Riesgos asegurados en ramos de vida en Colombia



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia (2024).

El seguro de vida en Norteamérica

El concepto de los seguros en Estados Unidos es casi tan antiguo como su idea de ser una nación única. Si bien el concepto de seguro surgió a finales del siglo XVII en Inglaterra con la aseguradora Lloyd's, en Estados Unidos es hasta mediados del siglo XVIII que las colonias norteamericanas, tras mostrar prosperidad y estabilidad, empiezan a manejar el concepto de seguros.

La ciudad de Filadelfia fue fuertemente azotada por incendios dada la estructura de sus casas, las cuales mayoritariamente eran construidas de madera y muy pegadas unas a otras. Estos desastres hicieron que hacia 1752, Benjamin Franklin y varios ciudadanos importantes fundaran la Philadelphia Contributionship for the Insurance of houses From Loss By Fire, que se convirtió en la primera aseguradora de incendio en el territorio norteamericano y funcionó como una compañía mutual. Esto sirvió para sentar los estándares de construcción dado el rechazo a asegurar propiedades que tuvieran alto riesgo de incendiarse. A futuro, estos se convertirían en los criterios de evaluación del riesgo tanto para códigos de construcción, como legislación para los terrenos.

Vol. 12 Núm. 2 (2026) | julio-diciembre
e-ISSN: 2422-4529

Siglo XVIII y el inicio de los seguros de vida

Los inicios de los seguros de vida en Estados Unidos se remontan a 1759, siete años después de la idea de Benjamin Franklin y los ilustres ciudadanos de Filadelfia que inspiró a un grupo de ministros presbiterianos a crear un fondo para viudas, sus hijos y huérfanos, el cual se llamó The Corporation for Relief of Poor and Distressed Presbyterian Ministers and of the Poor and Distressed Widows and Children of Presbyterian Ministers (Majewicz, 2008). Esta idea tuvo una gran acogida, haciendo que entre 1789 y 1837 nacieran 26 nuevas empresas aseguradoras. Muchas de estas no permanecerían en el tiempo, sin embargo, fueron la chispa que dio inicio a los seguros de vida.

En esta primera etapa la industria es joven e imperfecta, con realidades como la exclusión de las mujeres para poder tomar una póliza en nombre propio; la relación de matrimonio no era suficiente argumento para que existiera un interés asegurable y la única presencia del género femenino era como beneficiarias de sus esposos, quienes, en calidad de hombres, podían contratar un seguro. En 1840, el estado de Nueva York promulgó una ley donde se permitió a las mujeres tener contratos en nombre propio, una iniciativa que derivó en que a diciembre de ese mismo año otros estados adoptaran este tipo de garantía.

De igual manera, no existían leyes que regularan este nuevo sector que surgía, el cual, desde sus inicios, estuvo plagado de escándalos, sin ningún tipo de protección a los consumidores y con prácticas comerciales despiadadas que forzaban la expulsión de competidores, así como la creación de monopolios. Ejemplo de esto era la comercialización de pólizas sin contar con las reservas adecuadas para responder ante cualquier reclamación. Todo esto hacía que los norteamericanos no tuvieran la suficiente confianza en las aseguradoras.

Con esta desconfianza en el mercado asegurador, las instituciones de reserva del estado de Nueva York empezaron a promulgar leyes que protegieran definitivamente las aseguradoras de vida, y surgió así una larga lista de leyes que regulan esta industria. Una de las primeras medidas fue la obligatoriedad a las aseguradoras de consolidar una reserva por no menos de USD 100 000, antes de comercializar seguros de vida. Esta naciente regulación hizo que, como efecto colateral, se estancaran las ventas de pólizas.

Es hasta 1850 que las ventas de pólizas empiezan a crecer, tanto que en 1852 se alcanzan ventas por USD 200 millones en primas y, al final de la guerra civil de secesión, estas primas se habían triplicado. Con esto se logró nuevamente la confianza de los norteamericanos en las compañías aseguradoras.

Siglo XX y los seguros en la guerra

Con el estallido de la gran guerra, el estado militar norteamericano gestionó la emisión de pólizas para su personal activo. Estas ofrecían un beneficio de indemnización hasta por USD 4500, un amplio rango de indemnización al tener en cuenta que el promedio de ingreso por hogar, para la época, era de USD 1518. Durante este periodo también se vendieron pólizas asegurando el "riesgo por guerra", otorgado igualmente a miembros activos militares. Estos, por su parte, tenían un bajo

costo y podían ser seguros de vida a término, alcanzando a 1919 primas superiores a los USD 40 millones.

Al final de la Primera Guerra Mundial, las aseguradoras implementaron la venta de pólizas de vida a término y a toda la vida o universal, a través de acciones o compañías mutuales, y alcanzaron, en 1930, primas por USD 177 billones, suficiencia que les permitió hacer frente, exitosamente, a la gran depresión de 1929.

El seguro de vida en la actualidad

De acuerdo con el estudio anual barométrico de seguros, un estudio colaborativo entre Limra y Life Happens (Wood, 2024), en Estados Unidos, más de la mitad de su población tiene algún tipo de seguro de vida. En sus ciudadanos, la idea de tener un seguro de vida viene incrementándose, por lo que se ha convertido en una herramienta de planeación y seguridad financiera. No obstante, a pesar de existir esta conciencia, no significa que todos lo adquieran; actualmente, 100 millones de norteamericanos no tienen seguro de vida o, si lo tienen, pueden encontrarse infra asegurados.

Si se detalla un poco más la realidad del seguro de vida en este país, la brecha de género también se hace presente en este sector. Allí, las mujeres son menos propensas a tomar este tipo de pólizas, bajo el argumento de que desconocen o le falta educación respecto a este sector, situación que trasciende transversalmente a otras distinciones como raza, etnia o situación de legalidad. En la tabla 1 se pueden ver otras de las principales razones para tomar o no una póliza de vida:

Tabla 1.
Factores determinantes y barreras en la decisión de adquisición de pólizas de vida

Razones para tomar una póliza de vida	Razones para no tomar una póliza de vida
Tener recursos suficientes para el retiro	Costos de adquisición muy altos
Ahorrar dinero para una emergencia o calamidad	Existen otras prioridades financieras
Aliviar cargas financieras a familiares en caso de una muerte prematura	Desconocimiento o poca información de cómo funcionan y sus beneficios.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a familias de Bogotá en el marco del proyecto de investigación del Centro de Servicios Financieros (SENA, 2024).

Historia del seguro de vida en Europa

El seguro de vida tiene una historia bastante larga en Europa, incluso desde tiempos antiguos. Los griegos y romanos desarrollaron un sistema muy primitivo de seguro de vida, que consistía en que un consorcio de hombres ponía su dinero en un fondo, del cual se tomaba un solo pago y se entregaba al último sobreviviente del grupo de hombres. Los gremios, en la Edad Media, cubrían los costos de los funerales de sus miembros (Tevere, s. f.).

El seguro de vida, tal como se concibe hoy en día, llegó en el siglo XVII, exactamente en 1963, con las tablas de vida del astrónomo Edmund Halley; estas proporcionaban medios de cálculo para

probabilidades de morir (Tevere, s. f.). El establecimiento de la Amicable Society en 1706 estableció por primera vez las primas de edad y las clasificaciones de mortalidad, y allanó el camino para la provisión que requeriría contratar a un actuario, sostiene Clark (1999). En el siglo XVIII, el sector mostró cierta resistencia a sustituir los métodos empíricos tradicionales por técnicas actuariales más refinadas. Esta reticencia se debía a que las prácticas establecidas ofrecían una base conocida, mientras que aún no se percibía con claridad la utilidad práctica o la precisión de las nuevas herramientas matemáticas en el cálculo de riesgos (Clark, 1999). Sin embargo, el seguro de vida no se detuvo en su mejora, y la primera propuesta que utilizó eficazmente los datos de mortalidad fue la propuesta de pensión de viudez de la Iglesia de Escocia, en 1779 (Clark, 1999).

Efecto social del seguro de vida

El seguro de vida ha tenido un gran impacto en la sociedad europea, ya que proporciona a las familias una fuente de sustento financiero en caso de muerte del principal contribuyente económico. Esto se convierte en un factor muy importante para proporcionar apoyo financiero a las familias en términos de un amortiguador en tiempos de emergencia (Binder et ál., 2018). El seguro de vida también ha habilitado a las personas para tener esquemas de ahorro a largo plazo y de jubilación, lo que se ha traducido en estabilidad financiera individual y en la planificación del futuro (European Insurance and Occupational Pensions Authority [Eiopa], 2022). La industria de los seguros de vida vio cómo la pandemia por Covid-19 se convirtió en un reto, pues la incertidumbre económica, combinada con la volatilidad del mercado, tuvo un efecto en la demanda de productos tradicionales de seguros. Mientras tanto, se vieron productos vinculados a índices e híbridos que surgían como un desarrollo positivo y que evidenciaron la capacidad de la industria de adaptarse a las nuevas realidades (Eiopa, 2022).

Estadísticas recientes

La industria de seguros de vida en Europa es grande y diversa. El negocio de seguros de vida representó alrededor del 60 % de toda la prima de seguros en Europa en 2020 (Eiopa, 2022). Mientras que la prima de seguros tradicionales disminuyó debido a la caída de las tasas de interés y la incertidumbre relacionada con la pandemia, la tendencia positiva siguió en el caso de los productos vinculados a índices. En algunos Estados miembros, las ofertas de seguros indexados aumentaron en más del 15 % en 2020 (Eiopa, 2022). En Alemania y Suiza, las tarifas de primas para nuevos negocios han disminuido recientemente en el rango de 20-25 %, como resultado de una creciente competencia y nuevos marcos regulatorios (Binder et ál., 2018). Además, a partir del año 2022, se redujo el límite a la tasa de interés técnico de Alemania de 0.9 % a 0.25 %, aumentando así las presiones sobre el cumplimiento de las garantías.

Desafíos y futuro del seguro de vida en Europa

La industria de seguros de vida en Europa está realmente bajo la presión competitiva que ejercen las empresas tecnológicas y de gestión de activos, junto con una atmósfera turbia relacionada a la regulación y las tasas de interés. El papel de la Directiva de Solvencia II ha remodelado por completo los ratios de solvencia y la rentabilidad del capital, y como tal, ha ejercido presión sobre

las empresas de seguros para que sean innovadoras y cambien el negocio (Binder et ál., 2018). Si la industria de los seguros quiere experimentar un crecimiento rentable tendrá que hacer cambios realmente radicales, incluyendo la digitalización y la innovación de productos que sean más aptos para el mercado (Binder et ál., 2018).

Seguros de vida en Latinoamérica

Concepto y tipos de seguros de vida

Los seguros de vida son contratos establecidos entre una aseguradora y un asegurado, en los cuales, la aseguradora se compromete a pagar una suma de dinero a los beneficiarios designados en caso de fallecimiento del asegurado. Este tipo de seguro ofrece una protección financiera crucial para las familias, pues garantizan que los seres queridos del asegurado no enfrenten dificultades económicas tras su muerte. Existen varios tipos de seguros de vida, cada uno diseñado para satisfacer diferentes necesidades y circunstancias (Bravo y Fernández, 2011).

El seguro de vida temporal es una opción que proporciona cobertura por un periodo específico; si el asegurado fallece durante este tiempo, los beneficiarios reciben el beneficio acordado. Este tipo de seguro es ideal para quienes buscan una protección a corto plazo, como durante los años en que los hijos son dependientes o mientras se paga una hipoteca (Moreno, 2024).

Por otro lado, el seguro de vida permanente ofrece cobertura de por vida y tiene la capacidad de acumular un valor en efectivo con el tiempo. Este valor en efectivo puede ser utilizado por el asegurado en vida, ya sea para emergencias, inversiones o cualquier otra necesidad financiera. Este tipo de seguro es adecuado para aquellos que desean una protección a largo plazo y una herramienta de ahorro adicional (Morales, 2024).

Por último, el seguro de vida universal combina la cobertura de vida con una cuenta de ahorros que gana intereses. Este tipo de seguro ofrece flexibilidad en las primas y la posibilidad de ajustar la cobertura según las necesidades cambiantes del asegurado. Es una opción atractiva para quienes buscan tanto protección como una forma de inversión (Superintendencia Financiera de Colombia, 2024).

El mercado de seguros de vida en Latinoamérica ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas. Este crecimiento ha sido impulsado por el aumento de la clase media y una mayor conciencia sobre la importancia de la planificación financiera. Sin embargo, a pesar de este crecimiento, la penetración de los seguros de vida en la región sigue siendo baja en comparación con otras partes del mundo. Esto indica que aún hay un gran potencial de expansión y desarrollo en el mercado latinoamericano (Fasecolda, 2023).

Los factores que influyen en la decisión de adquirir un seguro de vida son diversos, y uno de los más importantes es el nivel de ingresos. Las personas con mayores ingresos tienen más probabilidades de adquirir seguros de vida, ya que pueden permitirse pagar las primas y valoran la protección financiera que estos seguros ofrecen (Binder et ál., 2018). Otro factor crucial es la educación financiera, pues un mayor conocimiento sobre la planificación financiera y los

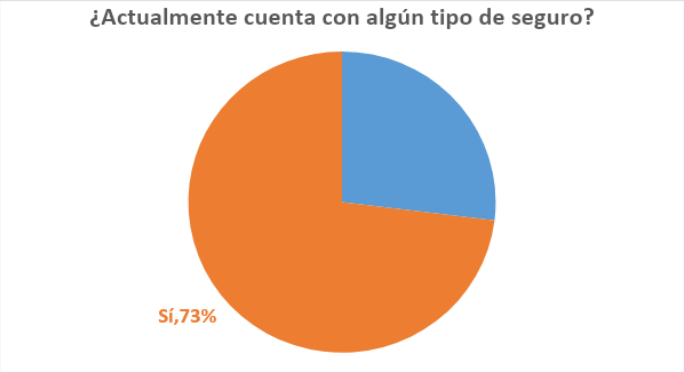
beneficios de los seguros de vida aumenta la probabilidad de que las personas adquieran este tipo de protección. La educación financiera permite a las personas entender mejor cómo funcionan los seguros de vida y cómo pueden integrarse en su estrategia financiera general (Eiopa, 2022).

Finalmente, las percepciones culturales sobre la muerte y el riesgo también juegan un papel importante en la adquisición de seguros de vida. En algunas culturas, hablar de la muerte y planificar para el futuro puede ser un tema tabú, lo que dificulta la adopción de seguros de vida. Sin embargo, a medida que las percepciones cambian y las personas se vuelven más conscientes de los riesgos y la importancia de la planificación, es probable que la adopción de seguros de vida aumente (Clark, 1999).

Resultados

Como se puede observar en la figura 3, a la pregunta de si actualmente cuenta con algún tipo de seguro, existe una marcada tendencia en que las personas participantes sí cuentan con algún seguro (73 %), mientras que el 27 % restante manifiestan no contar con ningún tipo de seguro.

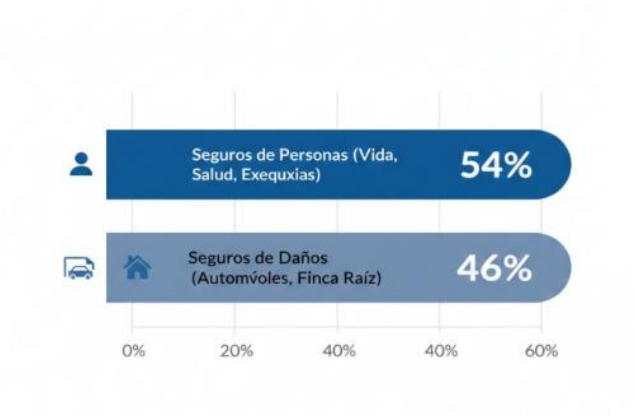
Figura 3.
Distribución porcentual de la tenencia de seguros en la población encuestada



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta (2024).

Por su parte, la pregunta sobre cuál seguro tiene profundiza la respuesta anterior. Como se puede ver en la figura 4, se observa que la mayoría de las personas encuestadas priorizan la protección personal sobre la de bienes materiales. Específicamente, el 54% de los participantes manifestó contar con seguros que respaldan contingencias humanas (como vida, salud o exequias), superando a aquellos que protegen bienes patrimoniales como automóviles o finca raíz, los cuales representan el 46% de la tenencia reportada.

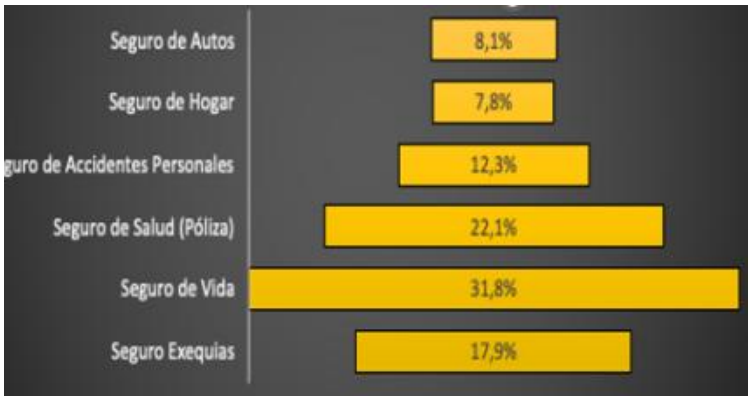
Figura 4.
Comparativa entre la tenencia de seguros de personas y seguros de daños



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

En cuanto a la pregunta sobre qué tipo de seguro considera más importante para su situación actual, se evidencia en la figura 5 que el seguro de vida tiene una prelación (31.8 %), seguido por las pólizas de salud (22.1 %), el seguro exequial (17.9 %) y el seguro de accidentes personales (12.3 %), lo que confirma la preferencia por asegurar la vida ante cualquier imprevisto. Después de estos, se encuentran los seguros patrimoniales, como el seguro de automóviles (8.1 %) y el seguro de hogar (7.8 %).

Figura 5.
Comparativa entre la tenencia de seguros de personas y seguros de daños

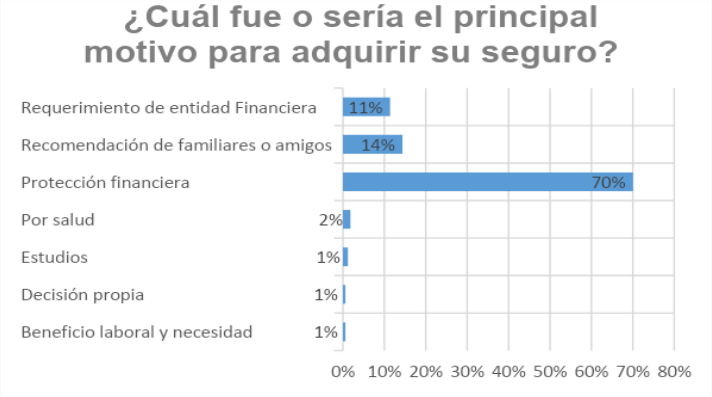


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Respecto a la pregunta sobre cuál fue o sería el principal motivo para adquirir su seguro, la mayoría de los participantes manifestaron interés por tener una protección financiera (70 %), seguido por la recomendación de familiares o amigos (14 %), requerimiento de alguna entidad (11 %), por salud

(2 %) y, con un 1 % respectivamente, por estudios, por decisión propia o por un beneficio laboral (figura 6).

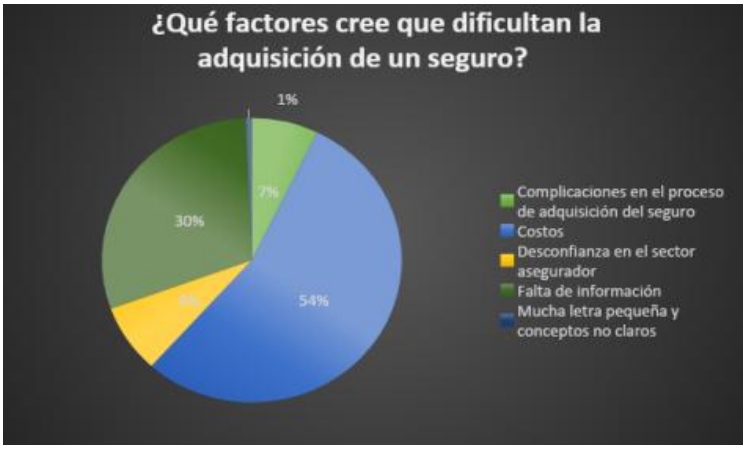
Figura 6.
Motivaciones principales para la adquisición de productos de seguros



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Frente a la pregunta sobre qué factores cree que dificultan la adquisición de un seguro, la mayoría de los encuestados considera que son los costos (54 %), seguido por la de falta de información (30 %), desconfianza en el sector asegurador (8 %), complicaciones en el proceso de adquisición (7 %) y poco entendimiento de los seguros (1 %) (figura 7).

Figura 7.
Percepción de barreras económicas y de información para la contratación de pólizas

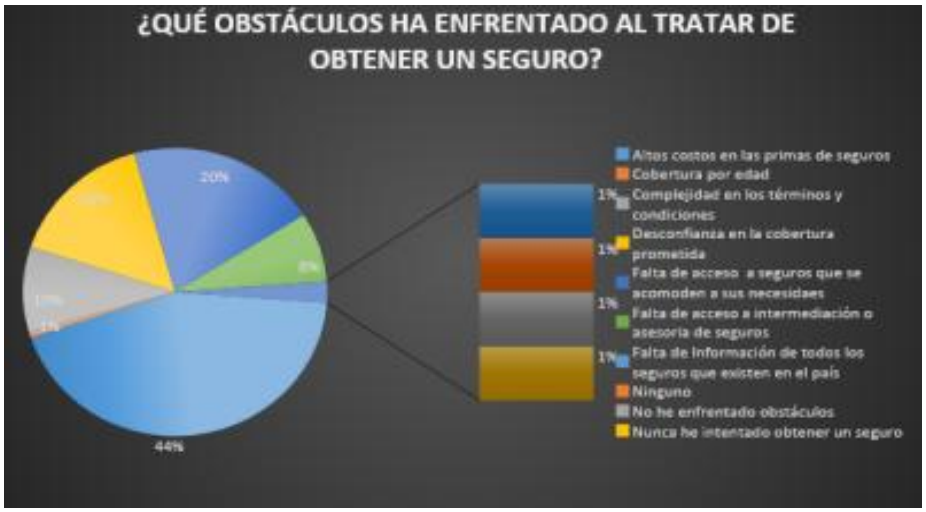


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Sobre qué obstáculos ha enfrentado al tratar de obtener un seguro, gran parte de los encuestados considera que la principal razón son los altos costos (44 %), seguido de la falta de acceso a seguros

que se acomoden a las necesidades (20 %), desconfianza de la cobertura prometida (15 %), complejidad de los términos y condiciones (9 %), falta de acceso a intermediario o asesorías (8 %) y otras razones (4 %) (figura 8).

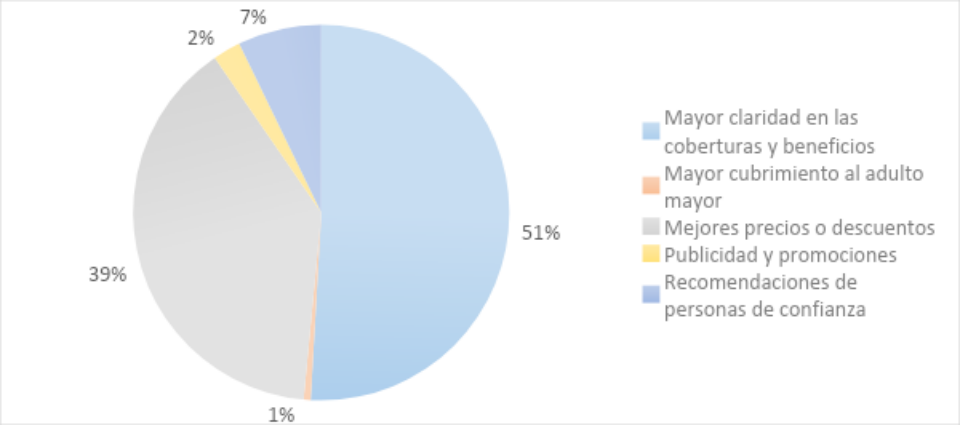
Figura 8.
Identificación de dificultades prácticas para el acceso a servicios de aseguramiento



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

En cuanto a los aspectos que podrían motivarle a adquirir un seguro que no ha considerado hasta ahora, las respuestas evidencian una preferencia por una mayor claridad en coberturas y beneficios (51 %), seguida de mejores precios o descuentos (39 %), recomendaciones de personas de confianza (7 %), publicidad (2 %) y mayor cobertura al adulto mayor (1 %) (figura 9).

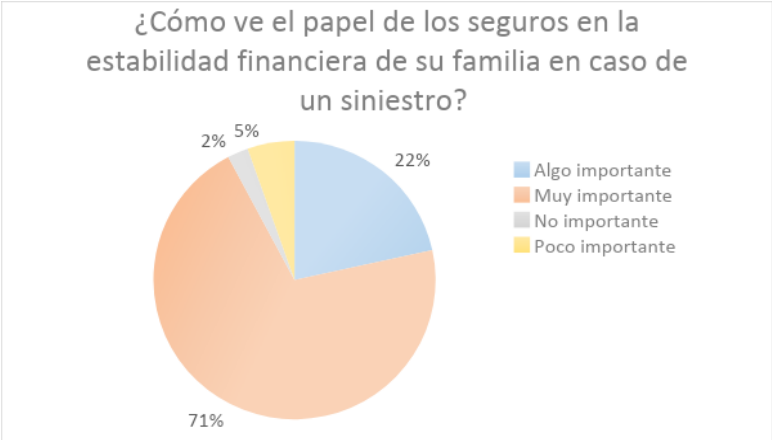
Figura 9.
Factores determinantes para el incentivo de contratación de nuevos seguros



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Respecto a cómo ve el papel de los seguros en la estabilidad financiera de su familia en caso de un siniestro, la mayoría de los encuestados consideran que es muy importante (71 %), seguido por las percepciones algo importante (22 %), poco importante (5 %) y no importante (2 %) (figura 10).

Figura 10.
Percepción sobre la importancia de los seguros en la estabilidad financiera familiar



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Sobre qué tan seguro se siente con el sistema de seguros en Colombia para la protección de su familia en caso de un siniestro, gran parte de los encuestados respondió que siente una seguridad moderada (47 %), seguido por una seguridad alta (26 %), una seguridad muy alta (13 %), una seguridad baja (12 %) y una muy baja (2 %) (figura 11).

Figura 11.
Niveles de confianza percibida en el sistema de seguros en Colombia para la protección familiar



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Con relación a cómo piensa que un seguro podría afectar la estabilidad financiera de su familia si uno de los proveedores económicos falleciera, la mitad de los encuestados considera que le ayudaría a cubrir gastos inesperados (50 %), mientras que otros perciben que les proporcionaría una protección financiera sólida (36 %), que tendría un impacto limitado dada la cobertura (10 %) y un pequeño porcentaje de los participantes piensa que no tendría un impacto significativo (4 %) (figura 12).

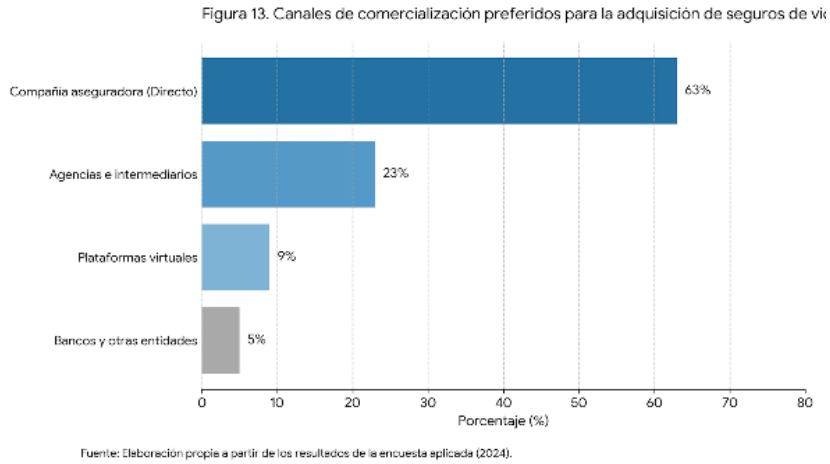
Figura 12.
Percepción del impacto de los seguros en la estabilidad financiera ante el fallecimiento del proveedor económico



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

En lo que respecta a qué canal considera más efectivo para adquirir un seguro de vida, la mayoría de los participantes considera que directamente con una compañía aseguradora (63 %), seguido de agencias de seguros e intermediarios (23 %), plataformas virtuales (9 %) y finaliza con banco y otras entidades (5 %) (figura 13).

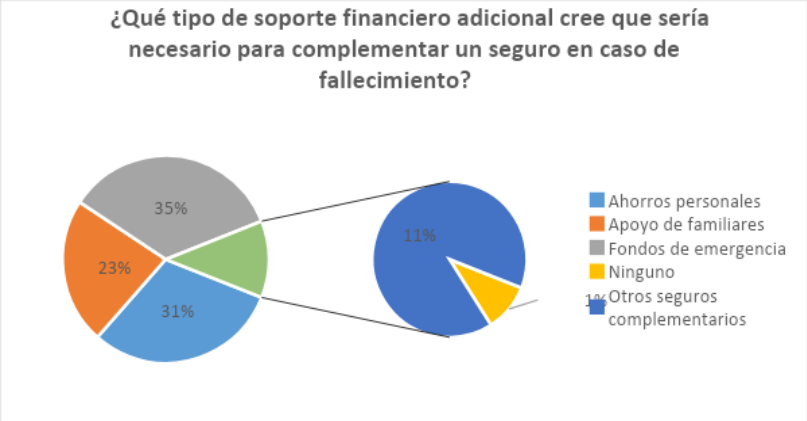
Figura 13.
Canales de comercialización preferidos para la adquisición de seguros de vida



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Finalmente, frente a la pregunta sobre qué tipo de soporte financiero adicional cree que sería necesario para complementar un seguro en caso de fallecimiento, los participantes consideran principalmente necesario tener fondos de emergencia (34.7 %), ahorros personales (30.5 %), apoyo de familiares (22.8 %), otros seguros complementarios (10.8 %) y ningún soporte (1.3 %) (figura 14).

Figura 14.
Percepción sobre soportes financieros complementarios al seguro de vida



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada (2024).

Discusión

Los resultados evidencian que el 73 % de los encuestados cuenta con algún tipo de seguro, cifra que contrasta significativamente con el índice de penetración del seguro a nivel nacional, estimado en 3.22 %. Esta diferencia puede explicarse por un posible sesgo de selección, dado que la muestra se concentra en población urbana de Bogotá que pertenece a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, los cuales presentan mejores condiciones de acceso a productos financieros frente al promedio nacional.

Este hallazgo sugiere que la cultura de aseguramiento es más fuerte en ciertos segmentos urbanos, lo cual no refleja la realidad de las zonas rurales o de los estratos más bajos. La preferencia por los seguros de vida y salud indica que los encuestados priorizan la protección de la vida y la salud por encima de los bienes materiales, lo cual coincide con estudios previos que vinculan la toma de seguros con la percepción de vulnerabilidad económica.

Las barreras identificadas, especialmente los altos costos y la falta de información, confirman que no solo existen limitaciones económicas, sino también fallas estructurales en la educación financiera. Estos resultados coinciden con la literatura internacional, que señala que la falta de comprensión sobre los seguros disminuye su adopción, incluso en poblaciones con capacidad de pago.

Por esta razón, los resultados deben interpretarse con cautela, reconociendo las limitaciones de la muestra y la necesidad de estudios con mayor alcance y representatividad nacional.

Conclusiones

El estudio revela que el 73 % de los encuestados posee algún tipo de seguro, y se destaca la preferencia por seguros de vida (31.8 %) y salud (22.1 %). Este hallazgo subraya la motivación principal de los participantes: el 70 % busca protección financiera ante riesgos económicos, lo que refleja una alta conciencia sobre la importancia de los seguros como sustento financiero en situaciones críticas. Esto se alinea con el objetivo de analizar cómo los seguros pueden servir como un soporte familiar en caso de siniestro.

A pesar de esta disposición hacia la adquisición de seguros, existen barreras significativas que obstaculizan el acceso. El 54 % menciona los altos costos como el principal impedimento, mientras que el 30 % señala la falta de información. Estas dificultades resaltan la necesidad de analizar y mejorar tanto la oferta de seguros disponible en el mercado colombiano como el servicio proporcionado, para que se adecúe a las necesidades de los consumidores.

La claridad en las coberturas y precios accesibles son aspectos cruciales que los consumidores valoran al considerar la compra de seguros. Aunque el 47 % se siente moderadamente seguro en el sistema, hay oportunidades para fortalecer la confianza en la industria; también existe un deseo de mayor transparencia, pues el 63 % prefiere adquirir seguros directamente de las compañías. Finalmente, el 50 % de los encuestados considera que un seguro es esencial para enfrentar gastos inesperados tras la pérdida de un proveedor económico, lo que resalta la relevancia de entender la utilidad y los beneficios de los seguros de vida en la decisión de compra.

Referencias

Binder, S., Gancia, P., Mottone, D., Ramezani, S., Ring, I. y Straub, M. (2018). A vision for European life insurance: The time for bold actions has come. McKinsey & Company. https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/a-vision-for-european-life-insurance-the-time-for-bold-actions-has-come

Bravo Reyes, J. y Fernández Molano, N. (2011). Una mirada histórica sobre los seguros y sus inicios en Colombia. Gestión y Sociedad, 4(2), 141-154. https://revistas.lasalle.edu.co/files-articles/gs/vol4/iss2/11/fulltext.pdf

Clark, G. (1999). Betting on lives: The culture of life insurance in England, 1695-1775. Manchester University Press.

European Insurance and Occupational Pensions Authority [Eiopa]. (2022). Navigating low rates, the pandemic and inflation – shifting patterns in life insurance. Eiopa. https://www.eiopa.europa.eu/navigating-low-rates-pandemic-and-inflation-shifting-patterns-life-insurance-2022-08-30_en

Fasecolda. (2024). El sector asegurador colombiano en 2023: Desempeño y cifras clave. Federación de Aseguradores Colombianos. https://fasecolda.com

Federación de Aseguradores Colombianos [Fasecolda]. (2023). Estadísticas del mercado de seguros. https://www.fasecolda.com

Majewicz, C. (2008). The Historical Society of Pennsylvania. Morales Cobo, G. (2024). El mundo y el sector asegurador colombiano en 2024. Algunos desafíos e infinitas posibilidades de crecimiento. Revista Fasecolda, (192), 6–9. Recuperado de https://revista.fasecolda.com/index.php/revfasecolda/article/view/945

Moreno, M. (2024). Composición del mercado de seguros de vida y personas en Colombia. Revista Fasecolda, (193), 12-20. https://revista.fasecolda.com/index.php/revfasecolda/article/view/971

Nájera, A. A., & Duran, A. (2024). Resultados de la industria a diciembre de 2023. Revista Fasecolda, (193), 46–54. https://revista.fasecolda.com/index.php/revfasecolda/article/view/977

Superintendencia Financiera de Colombia. (2024, 29 de julio). Actualidad del Sistema Financiero Colombiano - Mayo de 2024. https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/10113261

Swiss Re Institute. (2023). World insurance: Stirred, and not shaken (Sigma No. 3/2023). Swiss Re. https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2023-03.html

Tevere, C. (s. f.). History of life insurance in Europe. Life Insurance 360. https://www.life-insurance360.com/en/fundamentals-life-insurance/history-life-insurance-europe

Wood, S. (2024). 2023 Insurance Barometer Study. Limra. https://www.limra.com/en/research/research-abstracts-public/2023/2023-insurance-barometer-study

Cómo citar este artículo

Fajardo Sánchez, M. P., Cardona Giraldo, L. C., Gómez Higuera, C. A., & Prieto, S. M. (2026). Comportamiento y barreras en la adquisición del seguro de vida en familias de Bogotá: un análisis descriptivo y comparativo con tendencias globales. *Citas 12 (2*), 228-247.

https://doi.org/10.15332/24224529.11457