



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera
Financiera**

Tema:

“Predisposición del consumo en seguros de vida y el impacto en las finanzas familiares en la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito en el primer semestre del 2017”

Autora: Endara Camacho, Daysi Gabriela

Tutora: Ing. Córdova Pacheco, Ana Consuelo

Ambato – Ecuador

2018

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco con cédula de identidad No. 0502758782, en mi calidad de Tutora del proyecto de investigación sobre el tema: **“PREDISPOSICIÓN DEL CONSUMO EN SEGUROS DE VIDA Y EL IMPACTO EN LAS FINANZAS FAMILIARES EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2017”**, desarrollado por Daysi Gabriela Endara Camacho, de la Carrera de Ingeniería Financiera, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Abril 2018.

TUTORA



Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco


C.I. 0502758782

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Daysi Gabriela Endara Camacho con cédula de identidad No. 180364222-0, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema: **“PREDISPOSICIÓN DEL CONSUMO EN SEGUROS DE VIDA Y EL IMPACTO EN LAS FINANZAS FAMILIARES EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2017”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Abril 2018.

AUTORA



Daysi Gabriela Endara Camacho

C.I. 180364222-0

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Abril 2018.

AUTORA



.....
Daysi Gabriela Endara Camacho

C.I. 180364222-0


APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: **“PREDISPOSICIÓN DEL CONSUMO EN SEGUROS DE VIDA Y EL IMPACTO EN LAS FINANZAS FAMILIARES EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2017”**, elaborado por Daysi Gabriela Endara Camacho, estudiante de la Carrera de Ingeniería Financiera, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Abril 2018.



.....
Eco. Diego Proaño Córdova
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Mauricio Sánchez

MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Luis López

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado con todo el amor de mi corazón para mi familia, mis hijos Gaby Alejandra y José Francisco que a su manera caminaron conmigo, mostrando su apoyo y su amor, haciendo que esta meta sea más fácil de alcanzar.

A mi compañero de mi vida, mi amigo, mi apoyo y mi amor; mi esposo Iván, que con su fortaleza, ejemplo profesional y empuje me ayudo a que pueda cumplir con este gran anhelo en mi vida.

A mis adorables padres José y Genoveva, que con su tiempo, con su esfuerzo, consejos y apoyo total hicieron que esta etapa de mi vida haya sido cumplida.

A mis hermanas Andy y Verito, quienes siempre me apoyaron durante toda mi vida y fueron un gran ejemplo en mi vida personal como profesional.

Les amo con todo mi corazón.

Daysi Gabriela Endara Camacho

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato por encaminarme con todos los conocimientos impartidos, valores proporcionados y por enseñarme a ser una persona responsable, para así poder cumplir las metas propuestas en mi vida.

Un agradecimiento especial a mi Tutora Ing. Ana Córdova por su colaboración, su comprensión, por brindarme sus conocimientos y por su paciencia para poder culminar este trabajo.

Daysi Gabriela Endara Camacho

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

TEMA: “PREDISPOSICIÓN DEL CONSUMO EN SEGUROS DE VIDA Y EL IMPACTO EN LAS FINANZAS FAMILIARES EN LA PARROQUIA DE CUMBAYÁ DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2017”

AUTORA: Daysi Gabriela Endara Camacho

TUTORA: Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco

FECHA: Abril 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se cimenta en el estudio de la predisposición del consumo en seguros de vida y el impacto en las finanzas familiares en la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito en el primer semestre del 2017.

Para poder cumplir con los objetivos de este trabajo se utilizó la información obtenida de las encuestas que fueron realizadas a las familias del sector de Cumbayá, las mismas que fueron tabuladas, analizadas e interpretadas; se encontró que las variables si tienen correlación directa, donde las familias si pueden generar un ahorro para futuras situaciones. Con esta relación las familias del sector de Cumbayá sí pueden designar un valor para el consumo de un seguro de vida en el presupuesto mensual de los hogares del sector. Estableciendo que el presente trabajo demuestra que si se reduce gastos innecesarios en el hogar y así generar un ahorro familiar el cual se lo puede asignar para la adquisición de un seguro de vida dentro del presupuesto de las familias del sector de Cumbayá sin afectar el estilo de vida y al mismo tiempo que dichos hogares puedan contar con un valor económico para afrontar gastos en caso de una muerte de un miembro de la familia y con este tratamiento se puede mejorar el control de las finanzas familiares.

PALABRAS DESCRIPTORAS: SEGUROS DE VIDA, PREDISPOSICIÓN DEL CONSUMO, AHORRO, GASTOS, INGRESOS.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
CAREER OF FINANCIAL ENGINEERING

TOPIC: “PREDISPOSITION OF CONSUMPTION IN LIFE INSURANCE AND THE IMPACT ON FAMILY FINANCES IN THE PARISH OF CUMBAYÁ OF THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO IN THE FIRST SEMESTER OF 2017”.

AUTHOR: Daysi Gabriela Endara Camacho

TUTOR: Ing. Ana Consuelo Córdova Pacheco

DATE: April 2018

ABSTRACT

This research project is based on the study of the predisposition of consumption in life insurance and the impact on family finances in the Cumbayá parish of the Metropolitan District of Quito in the first semester of 2017.

In order to fulfill the objectives of this work, the information obtained from the surveys that were carried out to the families of the Cumbayá sector were used, which were tabulated, analyzed and interpreted; It was found that the variables do have a direct correlation, where families can generate savings for future situations. With this relationship, families in the Cumbayá sector can designate a value for the consumption of a life insurance in the monthly budget of households in the sector. Establishing that the present work demonstrates that if it reduces unnecessary expenses in the home and thus generate a family saving which can be assigned for the acquisition of life insurance within the budget of families in the Cumbayá sector without affecting the style of life and at the same time that these households can have an economic value to meet expenses in the event of the death of a family member and with this treatment can improve control of family finances.

KEYWORDS: LIFE INSURANCE, PREDISPOSITION OF CONSUMPTION, SAVINGS, EXPENSES, INCOME.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUDITORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1.TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1. Contextualización del Problema.....	2
1.2.1.1.Macro.....	2

1.2.1.2.Meso.....	3
1.2.1.3.Micro.....	9
1.2.2. Análisis Crítico.....	12
1.2.3. Prognosis.....	13
1.2.4. Formulación del Problema.....	14
1.2.4.1.Variable Independiente.....	14
1.2.4.2.Variable Dependiente.....	14
1.2.5. Preguntas Directrices.....	14
1.2.6. Delimitación del Problema.....	14
1.2.6.1.Campo.....	15
1.2.6.2.Área.....	15
1.2.6.3.Aspecto.....	15
1.2.6.4.Delimitación Espacial.....	15
1.2.6.5.Delimitación Temporal.....	15
1.3.JUSTIFICACIÓN.....	15
1.4.OBJETIVOS.....	16
1.4.1. Objetivo General.....	16
1.4.2. Objetivos Específicos.....	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	17
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	23
2.3.FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	23
2.4.CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	24
2.4.1. Gestión Financiera.....	25
2.4.2. Finanzas Conductuales.....	28
2.4.3. Finanzas Personales.....	29
2.4.4. Finanzas Familiares.....	32
2.4.5. Marketing.....	35
2.4.6. Comportamiento del Consumidor.....	40
2.4.7. Teoría del Consumo.....	44

2.4.8. Consumo de Seguros de Vida.....	47
--	----

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE.....	49
3.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	49
3.2.1. Modalidad de Campo.....	49
3.2.2. Modalidad Documental o Bibliográfica	49
3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	50
3.3.1. Investigación Exploratoria.....	50
3.3.2. Investigación Descriptiva.....	50
3.3.3. Investigación Correlacional.....	51
3.4. POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	51
3.4.1. Población.....	51
3.4.2. Muestra.....	53
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	54
3.5.1. Operacionalización de Variable Independiente.....	54
3.5.2. Operacionalización de Variable Dependiente.....	56
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	57
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	57
3.8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA.....	57
3.9. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	71
3.9.1. Planteamiento de Hipótesis.....	71
3.9.2. Procedimiento de Verificación de Hipótesis.....	71
3.9.3. Formulación de Hipótesis Opuestas.....	73
3.9.4. Chi Cuadrado Crítico.....	73
3.9.5. Cálculo de Chi Cuadrado.....	74
3.9.6. Criterio de Decisión.....	75

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PRINCIPALES RESULTADOS.....	77
4.2. LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....	78
4.3. CONCLUSIONES.....	78
4.4. RECOMENDACIONES.....	79
4.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
TABLA 1.1. Participación en el Mercado.....	5
TABLA 1.2. Localización de la Empresa.....	9
TABLA 3.1. Población Cumbayá.....	53
TABLA 3.2. Cálculo de la Muestra.....	54
TABLA 3.3. Miembros del Hogar.....	57
TABLA 3.4. Personas que Trabajan en el Hogar.....	58
TABLA 3.5. Tipo de Trabajo que Realizan.....	59
TABLA 3.6. Ingresos Familiares Promedio.....	60
TABLA 3.7. Valor Promedio Mensual.....	61
TABLA 3.8. Gasto a Eliminar.....	63
TABLA 3.9. Mantiene un Seguro de Vida.....	64
TABLA 3.10. Causa Principal de Contratación de un Seguro de Vida.....	65
TABLA 3.11. Personas que Poseen Seguros de Vida.....	66
TABLA 3.12. A Quiénes Aseguraría.....	67
TABLA 3.13. Factores que Motivan a Adquirir un Seguro de Vida.....	68
TABLA 3.14. Prima Preferida.....	69
TABLA 3.15. Valor que Pagaría por un Seguro de Vida.....	70
TABLA 3.16. Frecuencia Observada (FO).....	72
TABLA 3.17. Frecuencia Esperada (FE)	73
TABLA 3.18. Grados de Libertad.....	74

TABLA 3.19. FO - FE.....	74
TABLA 3.20. (FO – FE) ²	74
TABLA 3.21. (FO – FE) ² /FE.....	75
TABLA 4.1. Gastos Promedio mensual.....	80
TABLA 4.2. Ingreso Familiar Promedio.....	81
TABLA 4.3. Flujo de Efectivo Escenario Pesimista.....	81
TABLA 4.4. Flujo de Efectivo Escenario Medio	82
TABLA 4.5. Flujo de Efectivo Escenario Optimista.....	82
TABLA 4.6. Simulación de Pago de un Seguro de Vida (Escenario Pesimista).....	84
TABLA 4.7. Simulación de Pago de un Seguro de Vida (Escenario Pesimista con cambio en los gastos).....	84
TABLA 4.8. Simulación de Pago de un Seguro de Vida (Escenario Medio).....	85
TABLA 4.9. Simulación de Pago de un Seguro de Vida (Escenario Optimista).....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	PÁGINA
FIGURA 1.1. Árbol de Problemas.....	13
FIGURA 2.1. Red de Inclusiones Conceptuales.....	24

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁGINA
CUADRO 3.1. Operacionalización de Variable Independiente.....	55
CUADRO 3.2. Operacionalización de Variable Dependiente.....	56
CUADRO 3.3. Aceptar H_0	75
CUADRO 3.4. Aceptar H_1	75

ÍNDICE DE IMÁGENES

CONTENIDO	PÁGINA
IMAGEN 1.1. Seguros de Vida en América Latina.....	3
IMAGEN 1.2. Seguros Sucre.....	4
IMAGEN 1.3. Seguros Equinoccial.....	4
IMAGEN 1.4. QBE Colonial.....	4
IMAGEN 1.5. Chubb Seguros Ecuador.....	5
IMAGEN 1.6. Pichincha.....	5
IMAGEN 1.7. Nómina de Empresas de Seguros y Compañías de Reaseguros Autorizadas a Operar en el País.....	7
IMAGEN 1.8. Ejemplos de Sueldos por Actividad.....	10
IMAGEN 1.9. Canasta Familiar Básica.....	11
IMAGEN 3.1. Población, Superficie (Km ²), Densidad Poblacional a Nivel Parroquial.....	52
IMAGEN 3.2. Población por Grupos de Edad, Según Provincia, Cantón, Parroquia y Área de Empadronamiento.....	52
IMAGEN 3.3. Composición de la Población: Total rural.....	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
GRÁFICOS 1.1. Participación en el Mercado 01/12/2013.....	6
GRÁFICOS 1.2. Participación en el Mercado 01/12/2014.....	6
GRÁFICOS 1.3. Participación en el Mercado 01/12/2015.....	7
GRÁFICOS 3.1. Miembros del Hogar.....	58
GRÁFICOS 3.2. Personas que Trabajan en el Hogar.....	59
GRÁFICOS 3.3. Tipo de Trabajo que Realizan.....	60
GRÁFICOS 3.4. Ingreso Familiar Promedio.....	61
GRÁFICOS 3.5. Valor Promedio Mensual.....	62
GRÁFICOS 3.6. Gasto a Eliminar.....	63
GRÁFICOS 3.7. Mantiene un Seguro de Vida.....	64
GRÁFICOS 3.8. Causa Principal de Contratación de un Seguro de Vida.....	65
GRÁFICOS 3.9. Personas que Poseen Seguro de Vida.....	66
GRÁFICOS 3.10. A Quienes Aseguraría.....	67
GRÁFICOS 3.11. Factores que Motivan a Adquirir un Seguro de Vida.....	68
GRÁFICOS 3.12. Prima Preferida.....	69
GRÁFICOS 3.13. Valor que Pagaría por un Seguro de Vida.....	70
GRÁFICOS 3.14. Verificación de la Hipótesis.....	76

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene los capítulos detallados a continuación, los cuales se hallan completamente desarrollados con fundamentos teóricos habilitantes:

Capítulo I – El Problema

Dentro de este capítulo se encuentra el análisis y descripción del problema, incluye la justificación de la investigación de la cual surge el diseño de los objetivos los que son el propósito que se debe cumplir durante el progreso de la investigación.

Capítulo II – Marco Teórico

Este capítulo está compuesto por el marco teórico, donde se cita a varios autores que contribuyen con sus investigaciones para estudiar a cada una de las variables, todos los componentes son de manera científica y técnica, da una idea a posibles soluciones al problema con diferentes teorías examinadas.

Capítulo III – Marco Metodológico

En este capítulo se desarrolla la metodología de la investigación, la que tiene un enfoque de carácter cuantitativo, la misma se basa en una investigación bibliográfica o documental, aquí también se muestra cual es la muestra que se utilizara durante la investigación.

Con un profundo análisis se realiza la operacionalización de variables y se encuentra la interpretación y análisis de los datos que se recogieron por las encuestas.

El desarrollo de hipótesis, los cálculos del Chi cuadrado y la presentación del criterio de decisión.

Capítulo IV - Resultados

En este capítulo se encuentra los principales resultados, presenta las conclusiones y recomendación de esta investigación y se presenta un Modelo Operativo de la propuesta de solución.

CAPITULO I

1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

“Predisposición del consumo en seguros de vida y el impacto en las finanzas familiares en la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito en el primer semestre del 2017”

1.2.Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización del problema

1.2.1.1.Macro

La protección de daños y muerte en Latinoamérica es un desafío permanente ya que por el desarrollo económico y el aumento de la urbanización deja expuesto a riesgos el valor de los bienes y de la vida. Las diferencias entre las pérdidas económicas totales y las pérdidas aseguradas es abismal, la protección de los familiares al presentar una muerte es mínima por no decir casi inexistente en ciertas regiones de Latinoamérica, datos de la revista Ekos (2016).

El mercado de seguros en Latinoamérica según BSLatAm (2017) al tener un escenario sin grandes impactos cambiarios ni crisis macroeconómicas rígidas, para el período 2018-2020 el conjunto del negocio asegurador en los 18 principales mercados de América Latina que incluyen: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela se puede alcanzar los USD 245.000 millones en 2020.

En opinión de BSLatAm, este desarrollo regional está lejos de ser alcanzado y elementos de inseguridad en países como Brasil o México, situaciones muy delicadas como la de Venezuela, el riesgo de intensificación de eventos catastróficos en la región y barreras culturales en algunos segmentos de potenciales asegurados, quitan fuerza al lanzamiento que los seguros podrían tener hacia 2020.

Entre los países de Latinoamérica considerado con la mayor devastación por la falta de aseguramiento está considerado el Ecuador con una pérdida aproximada del 0.486% de pérdidas en el Producto Interno Bruto, se encuentra antes que Chile y en a nivel mundial se encuentra luego de Japón por perdidas económicas, al ser un país tan pequeño las pérdidas son demasiado altas de acuerdo a la revista Ekos negocios (2016).

De acuerdo a la revista Mundo Sputniknews (2017) en Latinoamérica los sueldos no dependen del valor real de mercado pero si están por debajo de los países desarrollados, los latinos no tienen la cultura del aseguramiento de bienes y de vida, sus sueldos son destinados para otro tipo de gastos y tomando en cuenta que con sus salarios no pueden cubrir la canasta básica, por ende no pueden incurrir en un gasto adicional como el pago de una prima para un seguro de vida; pero esto implica también que hay una falla en el presupuesto familiar de los Latinos ya que si se presenta la muerte de uno de los familiares no podrán afrontar los gastos obligatorios y requeridos en esas situaciones.

De acuerdo al Diario Las Américas (2016) el Ecuador al tener el sexto puesto de los salarios en Latinoamérica no significa que los ecuatorianos accedan a un seguro de vida por falta de efectivo, si no por no tener una adecuada previsión de gastos necesarios en el vivir mensual.

De acuerdo BSLaTAm (2016) en los países Latinoamericanos gastan menos de USD 3 al mes en seguros de vida siendo una brecha que puede ser alcanzada si se llegara con más información a las personas ganando así el mercado que no ha sido aún explotado como se indica en la siguiente imagen:

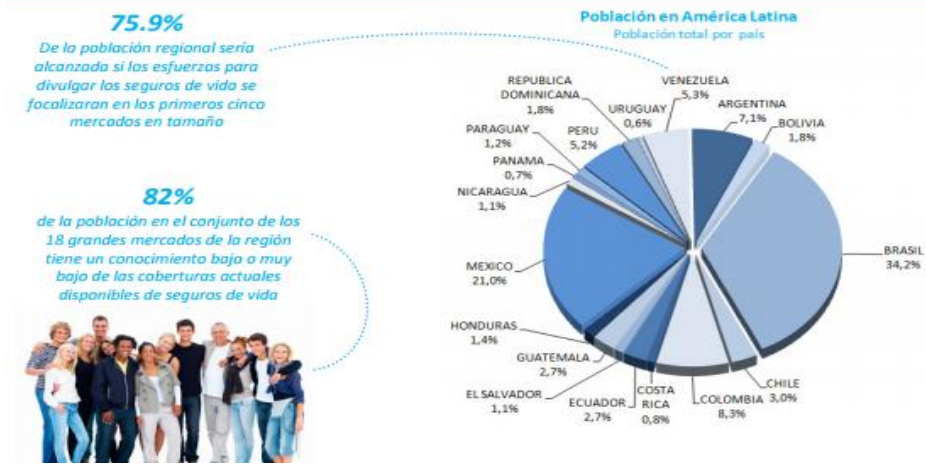


Imagen 1.1 Seguro de vida en América Latina

Fuente: BSLatAm

Autor: Investigaciones de mercado sobre Banca y Seguros en Latinoamérica BSLatAm (2016).

La misma muestra que solo al 24.1% de la población total de los habitantes de cada país ha llegado la información de seguros de vida y que solo a ellos les llegará ese beneficio y el 75.9% se encuentra sin los beneficios de un seguro de vida.

1.2.1.2.Meso

En Ecuador el sector de los seguros ha existido hace más de cien años y aun así la protección no es una cultura que prevalezca en los ecuatorianos, tal vez por la creencia de que no va a pasar nada y que eso le pasa solo a los demás, anteponiendo gastos innecesarios a la previsión de proteger a la familia en caso de muerte.

En el Ecuador el progreso de las compañías de seguros ha sido relativamente constante en los últimos años, a excepción del 2016 por el terremoto en la provincia de Manabí, las aseguradoras tuvieron que cancelar más de 80 millones de dólares, los principales reclamos fueron por pólizas de seguro de personas y a daños de bienes según el diario El Universo (2016).

En la ciudad de Quito funcionan las principales aseguradoras del Ecuador y de acuerdo a la Guía de negocios ECKOS (2015), en el Top Número 5 de aseguradoras se encuentran las siguientes:

SEGURO SUCRE	MILLONES DE DÓLARES			PARTICIPACIÓN DE MERCADO		
	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015
CUENTA						
TOTAL ACTIVO	204,7	283,4	320,2	12,4%	15,3%	15,9%
UTILIDAD NETA	4,8	14,6	15,6	15,5%	23,8%	30,8%
PRIMA NETA EMITIDA	186,5	193,5	208,3	11,2%	11,4%	12,5%
COSTO DE SINIESTRO	17,7	13,1	17,7	5,1%	3,9%	4,3%
DEUDORES POR PRIMAS	71,6	109,1	121,9	19,1%	24,4%	25,6%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, (2015).

Imagen 1.2. Seguro Sucre

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015).

Autor: Guía de negocios Eckos (2015).

SEGUROS EQUINOCCIAL	MILLONES DE DÓLARES			PARTICIPACIÓN DE MERCADO		
	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015
CUENTA						
TOTAL ACTIVO	171,2	203,7	231,6	10,4%	11,0%	11,5%
UTILIDAD NETA	4,4	4,1	0,1	14,3%	6,8%	0,2%
PRIMA NETA EMITIDA	160,9	175,1	170,6	9,7%	10,3%	10,2%
COSTO DE SINIESTRO	27,0	32,7	50,0	7,8%	9,6%	12,2%
DEUDORES POR PRIMAS	49,9	63,2	52,8	13,3%	14,2%	11,1%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, (2015).

Imagen 1.3. Seguros Equinoccial

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015).

Autor: Guía de negocios Eckos (2015).

QBE COLONIAL	MILLONES DE DÓLARES			PARTICIPACIÓN DE MERCADO		
	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015
CUENTA						
TOTAL ACTIVO	145,3	171,9	166,9	8,8%	9,3%	8,3%
UTILIDAD NETA	-2,2	2,3	2,4	-7,1%	3,8%	4,8%
PRIMA NETA EMITIDA	155,2	154,7	157,9	9,4%	9,1%	9,5%
COSTO DE SINIESTRO	63,8	40,0	53,4	18,5%	11,8%	13,0%
DEUDORES POR PRIMAS	38,7	41,6	44,6	10,3%	9,3%	9,4%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, (2015).

Imagen 1.4. QBE Colonial

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015).

Autor: Guía de negocios Eckos (2015).

CHUBB SEGUROS ECUADOR	MILLONES DE DÓLARES			PARTICIPACIÓN DE MERCADO		
	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015
CUENTA						
TOTAL ACTIVO	101,5	101,3	127,4	6,2%	5,5%	6,3%
UTILIDAD NETA	5,0	4,1	5,2	16,0%	6,7%	10,3%
PRIMA NETA EMITIDA	133,2	134,4	135,0	8,0%	7,9%	8,1%
COSTO DE SINIESTRO	23,7	21,8	29,2	6,9%	6,4%	7,1%
DEUDORES POR PRIMAS	20,5	19,6	29,8	5,5%	4,4%	6,3%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, (2015).

Imagen 1.5. Chubb seguros Ecuador

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015).

Autor: Guía de negocios Eckos (2015).

PICHINCHA	MILLONES DE DÓLARES			PARTICIPACIÓN DE MERCADO		
	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015	DIC/2013	DIC/2014	DIC/2015
CUENTA						
TOTAL ACTIVO	81,0	97,8	92,7	4,9%	5,3%	4,6%
UTILIDAD NETA	10,8	7,1	8,6	35,0%	11,6%	17,0%
PRIMA NETA EMITIDA	82,0	93,8	104,5	4,9%	5,5%	6,3%
COSTO DE SINIESTRO	22,5	26,1	30,8	6,5%	7,7%	7,5%
DEUDORES POR PRIMAS	2,5	2,5	2,8	0,7%	0,6%	0,6%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, (2015).

Imagen 1.6. Pichincha

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015).

Autor: Guía de negocios Eckos (2015).

Dichas aseguradoras son las empresas que más participación en el mercado tienen en el país, de los datos publicados se puede ver que de año a año se tiene un aumento en la su participación, tal vez no tan alto pero si presenta un incremento, como se puede visualizar en el siguiente gráfico:

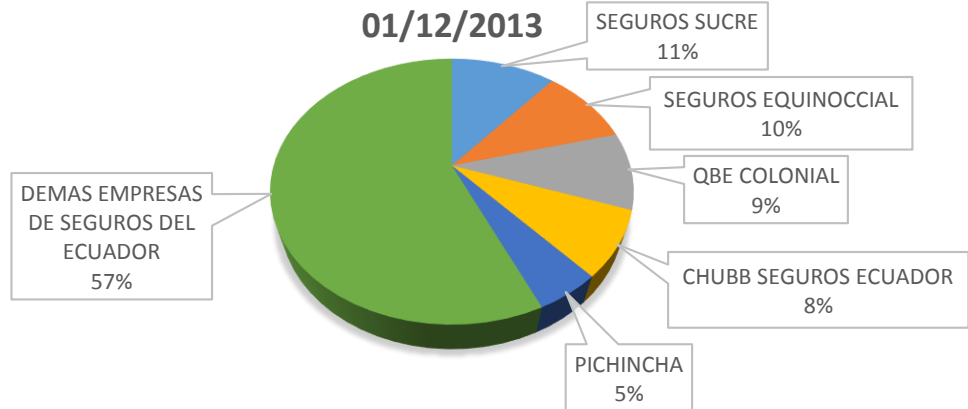
EMPRESAS	PARTICIPACION EN EL MERCADO		
	dic-13	dic-14	dic-15
SEGUROS SUCRE	11.2%	11.4%	12.5%
SEGUROS EQUINOCCIAL	9.7%	10.3%	10.2%
QBE COLONIAL	9.4%	9.1%	9.5%
CHUBB SEGUROS ECUADOR	8.0%	7.9%	8.1%
PICHINCHA	4.9%	5.5%	6.3%

Tabla 1.1. Participación en el mercado

Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

GRAFICO 1.1. PARTICIPACION EN EL MERCADO

01/12/2013

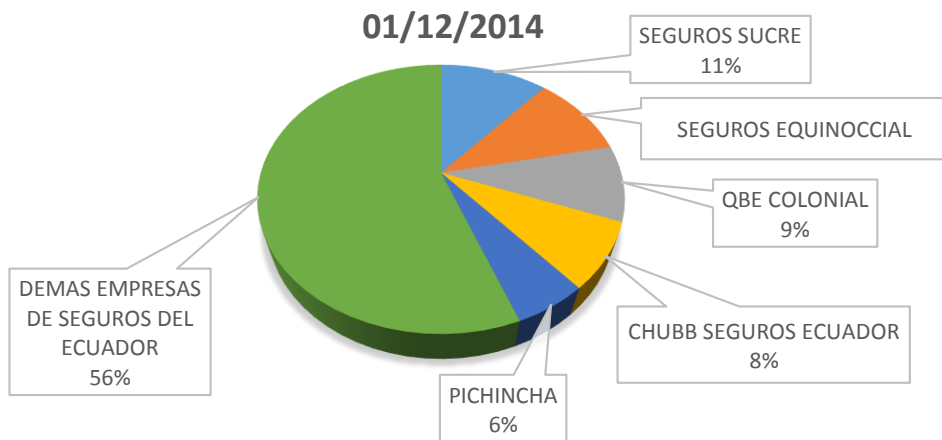


Fuente: Tabla 1.1. Participación en el mercado

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

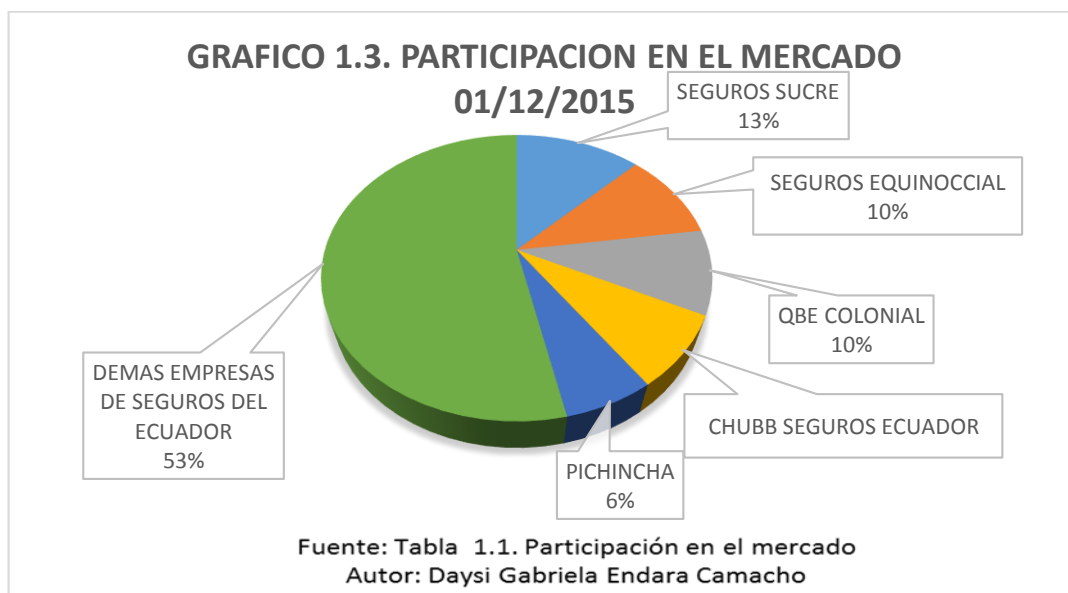
GRAFICO 1.2. PARTICIPACION EN EL MERCADO

01/12/2014



Fuente: Tabla 1.1. Participación en el mercado

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



De acuerdo a la Súper intendencia de compañías las empresas autorizadas son las siguientes:

NOMINA DE EMPRESAS DE SEGUROS Y COMPAÑIAS DE REASEGUROS AUTORIZADAS A OPERAR EN EL PAIS		
Fecha actualización: 20 DE ENERO DEL 2015		
1	ACE SEGUROS S.A.	Quito
2	AIG-METROPOLITANA CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Quito
3	ALIANZA CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Quito
4	ASEGURADORA DEL SUR C.A.	Quito
5	BALBOA COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Guayaquil
6	BMI DEL ECUADOR COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA S.A.	Quito
7	BUPA ECUADOR S.A. COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS	Quito
8	COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA COLVIDA S.A.	Quito
9	COMPAÑÍA DE SEGUROS CONDOR S.A.	Guayaquil
10	COMPAÑÍA DE SEGUROS ECUATORIANO SUIZA S.A.	Guayaquil
11	COMPAÑÍA FRANCESA DE SEGUROS PARA COM. EXT. COFACE S.A. SUCURSAL ECUADOR	Quito
12	CONFIANZA COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Guayaquil
13	CONSTITUCION C.A. COMPAÑÍA DE SEGUROS	Quito
14	EQUIVIDA COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Quito

15	GENERALI ECUADOR COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.	Guayaquil
16	HISPANA DE SEGUROS S.A.	Guayaquil
17	INTEROCEANICA C.A. DE SEGUROS Y REASEGUROS	Quito
18	LATINA SEGUROS Y REASEGUROS C.A.	Guayaquil
19	LATINA VIDA COMPAÑÍA DE SEGUROS C.A.	Guayaquil
20	LA UNION COMPAÑÍA NACIONAL DE SEGUROS S.A.	Guayaquil
21	LIBERTY SEGUROS S.A.	Quito
22	LONG LIFE SEGUROS LLS EMPRESA DE SEGUROS S.A.	Guayaquil
23	MAPFRE ATLAS COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.	Guayaquil
24	PAN AMERICAN LIFE INSURANCE COMPANY	Quito
25	QBE SEGUROS COLONIAL S.A.	Quito
26	ROCAFUERTE SEGUROS S.A.	Guayaquil
27	SEGUROS COLON S.A.	Guayaquil
28	SEGUROS DEL PICHINCHA S.A. CIA .DE SEGUROS Y REASEG.	Quito
29	SEGUROS EQUINOCCIAL S.A.	Quito
30	SEGUROS ORIENTE S.A.	Quito
31	SEGUROS SUCRE S.A.	Guayaquil
32	SEGUROS UNIDOS S.A.	Quito
33	SWEADEN COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Quito
34	COMPAÑÍA REASEGURADORA DEL ECUADOR S.A.	Guayaquil
35	TOPSEG COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	Quito
36	UNIVERSAL COMPAÑÍA DE REASEGUROS S.A.	Quito
37	VAZ SEGUROS S.A. COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS	Cuenca

Imagen 1.7. Nómina de empresas de seguros y compañías de reaseguros autorizadas a operar en el país

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015).

Autor: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2015).

Dichas empresas localizadas en un 57% en la ciudad de Quito, 41% en la ciudad de Guayaquil y el 3% en la ciudad de Cuenca.

LOCALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	# EMPRESAS	% EMPRESAS
Quito	21	57%
Guayaquil	15	41%
Cuenca	1	3%
TOTAL DE ASEGURADORAS	37	100%

Tabla 1.2. Localización de las empresas
Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

Tomando en cuenta que del ranking, tres están localizadas en Quito y dos en Guayaquil, siendo la ciudad con más ingresos por empresas de seguros Quito.

Todas estas aseguradoras se han preparado para los desastres naturales como los volcanes Cotopaxi, Tungurahua y los que conllevan los fenómenos del niño. Al estar en el cinturón de fuego del Pacífico los sismos tienen una alta probabilidad de ocurrencia es de suma importancia la prevención para el Ecuador y que realmente los ecuatorianos estén preparados para dichas eventualidades.

1.2.1.3.Micro

En el Ecuador la falta de empleo o la carencia del mismo estimulan que las familias no pueden aplicar un monto para un seguro de vida. La falta de seguros ha provocado una pérdida considerable de bienes para los familiares, los que no tienen como solventar gastos que no fueron considerados en el presupuesto familiar.

De acuerdo a una investigación realizada por el Diario El Comercio (2016) publicó los sueldos que se iba a percibir en el año 2017, los mismos fueron:



Imagen 1.8. Ejemplos de sueldos por actividad

Fuente: El Comercio GG

Autor: Acuerdo Ministerial 03 (2016).

Mientras que el INEC publicó, que la canasta básica en los últimos meses del año sobre pasaba el valor de los sueldos esperados para el 2017:

CANASTA FAMILIAR BÁSICA

BASE: Noviembre de 1982 = 100

GOBIERNOS	MESES	AÑOS	COSTO CANASTA BÁSICA (dólares)	INGRESO FAMILIAR MENSUAL*** (dólares)	RESTRICCIÓN EN CONSUMO (costo-ingreso) (dólares)	RESTRICCIÓN (porcentual)
Lenín Moreno	Enero	2017	701,93	700,00	1,94	0,28%
	Febrero	2017	708,52	700,00	8,52	1,20%
	Marzo	2017	709,22	700,00	9,23	1,30%
	Abril	2017	706,04	700,00	6,04	0,86%
	Mayo	2017	709,18	700,00	9,18	1,29%
	Junio	2017	707,47	700,00	7,47	1,06%
	Julio	2017	708,51	700,00	8,51	1,20%
	Agosto	2017	709,25	700,00	9,26	1,30%
	Septiembre	2017	708,79	700,00	8,79	1,24%

* Desde el mes de julio de 2000 se calcula el ingreso familiar con un hogar tipo de cuatro miembros con 1.60 perceptores de la Remuneración Básica unificada mínima.

** Desde el mes de enero de 2015 se empieza a publicar la serie oficial del Índice de Precios al Consumidor año base 2014.

*** El cálculo del Ingreso Familiar Mensual del hogar tipo no incluye los fondos de reserva mensualizados.

Imagen 1.9. Canasta familiar básica

Fuente: INEC

Autor: INEC (2016).

Se puede mencionar que los ingresos familiares mensuales que el INEC toma como referencia son de una familia de cuatro miembros con 1.60 perceptores de la Remuneración Básica, este es el motivo por el cual toma 700 dólares como ingreso familiar mensual. Se puede mirar que todos los meses hay un valor que no se puede cubrir con dichos ingresos, por este tipo de fallas entre el sueldo y el valor de lo que se necesita para sobrevivir siempre se va a encontrar una discrepancia en las finanzas familiares, las que provocan que exista una negativa para la adquisición de un seguro de vida, lo cual provoca en corto plazo una deuda económica sin tomar en cuenta que en un futuro no se contará con un apoyo familiar económico, el cual ocasione que no se pueda solventar gastos por el fallecimiento, se debe pensar que la muerte no solo es para la gente adulta mayor si no que todos están expuestos a una muerte tal vez temprana. Hoy en día las personas que forman un hogar eligen cumplir sus gustos inmediatos en vez de prever una seguridad para el futuro protegiendo su patrimonio, vida y salud. Esto se convierte en un problema para la seguridad financiera de las familias.

En este tiempo en el que todas las personas quieren estar con la tecnológica en vanguardia están más interesadas en tener el último celular y también tener todos sus

aditamentos como el reloj que se sincronice con el celular, cámaras profesionales, visores, bandas inteligentes, etc., son muy pocas las personas que han considerado que con lo que gastan en estos dispositivos podrían adquirir un seguro de vida, de salud o de vehículo.

Todos los seres humanos tienden a no prestar atención a la posibilidad de sufrir los efectos o daños de ciertas situaciones en la vida y a preferir un bien en el presente sobre uno futuro, aun cuando al tomar la primera decisión sea mucho más cara.

El seguro de vida sería la mejor opción para tener una tranquilidad sobre cualquier eventualidad y así queden protegidos todos los familiares, se debe tener en cuenta que el uso de seguros de vida deben tener mayor ayuda para contribuir de manera efectiva a la economía familiar.

De acuerdo al periódico El Universo (2017) "Los Planes de vida aumentan en el mercado, incluso como servicio de ahorro", se debe tener estabilidad financiera si el principal proveedor del hogar faltara, esta pregunta se ha convertido para la nueva generación de padres de familia lo principal, al tener una protección económica con su seguro de vida buscan igualmente acumular un fondo adicional para su familia. Al incorporarlo como un ahorro se detalla un crecimiento en los programas de seguros de vida. El entrevistado por el Diario El Universo, el Sr. Ricardo Loaiza, quien es el principal de Custodia-empresa que lleva 15 años en la intermediación de seguros, manifiesta que al medir las primas recaudadas en el ramo de seguro de vida individual del 2016 frente al 2015, se observa un ligero incremento de un 3 %. Lo esperado que por lo menos en el mismo porcentaje crezca en el período del 2017.

1.2.2. Análisis crítico

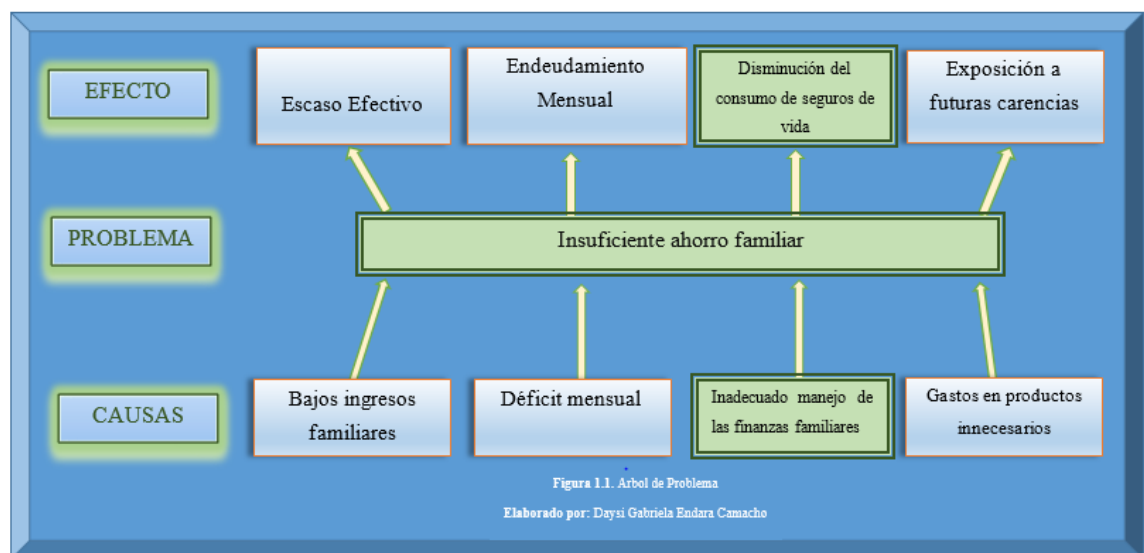
Es tan común encontrarse con problemas en las finanzas de las familias, es muy importantes saber y definir la situación económica en un hogar, dando un estado de conocimiento acerca de cómo deben ser administrados los ingresos para tener suficiente ahorro de una forma correcta, la mayoría de hogares realiza cada día algunas transacciones que deben estar controladas para obtener un adecuado manejo del dinero del hogar.

Muchos hogares consideran que la adquisición de un seguro de vida es un gasto inútil ya que al no contar con un suficiente ahorro para considerar sobre estar protegidos y

no creen que pueden estar expuestos a algún acontecimiento donde se pueda perder la vida, donde los familiares tengan que afrontar egresos que no fueron considerados, esto puede llegar que al no tener con que afrontar dichos gastos tienen que deshacerse de los bienes familiares y no tener con que subsistir en los meses consiguientes por no tener un apoyo financiero.

Hay muchas familias que tienen incorrectas finanzas familiares lo cual conlleva a que sus gastos innecesarios generen un desbalance en sus ingresos y gastos, lo que determina que no exista un ahorro para poder ser destinados para un seguro de vida, la negativa a la adquisición los lleva a estar expuestos a muchos más gastos en el caso de ocurrir una desgracia.

A continuación, se detalla el árbol de problemas que se ha realizado para analizar la problemática sobre la negativa en la adquisición de seguros de vida:



Como se puede observar en la figura 1.1., el problema escogido se encuentra resaltado con color verde.

1.2.3. Prognosis

El insuficiente ahorro familiar conlleva a que las hogares no cuenten con un soporte económico para el futuro, esta situación conlleva a la disminución de los seguros de vida por ende las familias se encuentren desprotegidas en caso del fallecimiento de un miembro del hogar, la falta de previsión sobre alguna situación catastrófica terminaría con la calamidad de los hogares.

Al no solucionar el problema del manejo inadecuado de las finanzas familiares se puede incurrir en elevaciones en el estilo de vida pensando en que la muerte no llegará tan rápido y así no se alcanzará contar con el tiempo para organizar a toda la familiar y no dejarlos desprotegidos.

Las necesidades eventuales no podrán ser cubiertas sin un ahorro o soporte para enfrentar algún tipo de situación no contemplada en las finanzas familiares, ciertos gastos cuando no agregan valor al hogar son innecesarios, pero utilizar parte del ingreso para un ahorro y asegurar a la familia no es un despilfarro de dinero ya que al no realizarlo se puede presentar inconvenientes como la falta de dinero para resolver los gastos funerarios, la pérdida de bienes y no poder supervivir durante algún tiempo luego del fallecimiento, a largo plazo el costo de un seguro de vida es más bajo que al no tener un seguro y enfrentar una muerte.

Todos los factores mencionados afectan directamente a la disminución del consumo de los seguros de vida.

1.2.4. Formulación del Problema

¿De qué manera las inadecuadas finanzas familiares provocan un insuficiente ahorro familiar y lo que conlleva a una disminución del consumo de seguros de vida?

1.2.4.1. Variable Independiente

Finanzas familiares.

1.2.4.2. Variable Dependiente

Predisposición del consumo de seguros de vida.

1.2.5. Preguntas directrices

¿Por qué nace la inadecuada administración las finanzas familiares en el sector de Cumbayá?

¿Cuáles son las causas o factores que definen la predisposición de adquirir un seguro de vida?

¿De qué manera el inadecuado manejo de las finanzas familiares desecha la adquisición de un seguro de vida?

1.2.6. Delimitación del Problema

1.2.6.1.Campo

Financiera

1.2.6.2.Área

Planificación Financiera

1.2.6.3.Aspecto

Seguros de vida

1.2.6.4.Delimitación espacial

Esta investigación se llevará a cabo en la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito perteneciente a la provincia de Pichincha.

1.2.6.5.Delimitación temporal

La investigación se realizará en el primer semestre del 2017.

1.3.Justificación

Se ha tomado en cuenta este estudio debido al movimiento de las finanzas familiares, su capacidad y disposición de los individuos para la adquisición de seguros de vida, se debe entender que el mismo no es una inversión ya que esta correría un riesgo financiero en el que se podría ganar dinero, pero también podría perder una parte o todo el dinero.

El seguro de vida paga un beneficio garantizado por causa de muerte y se debe entender que no todas las personas necesitan un seguro de vida, para establecer si la compra de un seguro de vida es una opción adecuada se debe considerar la edad, los bienes y si alguna persona depende económicamente de la persona que va a adquirir un seguro.

Los seguros de vida proporcionan dinero a la familia después del fallecimiento del asegurado para ayudarlos a pagar por el costo del entierro, por los gastos de la vida diaria, las facturas y la educación. En ciertos tipos de pólizas también pueden brindar beneficios cuando el asegurado esta con vida.

Los asegurados que tienen personas que dependen económicamente de ellos deben considerar obtener un seguro de vida que sea suficiente para pagar sus deudas y para proporcionarles a sus beneficiarios algunos ingresos. Para la adquisición de un seguro

de vida depende de las circunstancias y el tipo de calidad de vida que se desea para los dependientes del asegurado.

Para muchas personas un seguro de vida es un gasto superfluo y hasta irónico para un individuo que no tiene a quién proteger y considerado un gasto inútil si se tiene lo suficiente para cuando ya no se esté y si no se tiene deudas, en estos casos ya se asegurado a la familia con el propio patrimonio.

Si no se está en una posición de independencia financiera y se quiere resguardar a la familia se debe adquirir un seguro de vida, todos actuamos como si fuéramos a vivir para siempre, pero todos sabemos que no es así y creer que con evitar el tema añadimos días a nuestra existencia, al tener un seguro de vida no significa apresurar la muerte solo es para preparar a los seres queridos para que soporten el dolor sin deuda alguna y con poca soltura económica.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar las finanzas familiares y el impacto en la predisposición al consumo de seguros de vida para la protección de las familias de la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito perteneciente a la provincia de Pichincha.

1.4.2. Objetivos específicos

3. Analizar las finanzas familiares en las personas de la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito perteneciente a la provincia de Pichincha, para definir el volumen de ahorro para poder tener un seguro de vida.
4. Indagar sobre la predisposición en el consumo de un seguro de vida para delimitar los factores conductuales de consumo.
5. Relacionar la predisposición del consumo de un seguro de vida a las finanzas familiares de la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito perteneciente a la provincia de Pichincha.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

De acuerdo a Vargas Gómez, Felipe (2009) en su estudio de los “Determinantes macroeconómicos del consumo de seguros de vida en Colombia” trata sobre el mercado asegurador a nivel mundial mostró una buena dinámica, que fue particularmente visible dentro de las compañías de seguros de vida, lo cual permitió que este tipo de entidades ganaran importancia dentro del sistema financiero global y, en general, dentro de la economía mundial.

El presente estudio se tomó en cuenta por que utilizo variables de la demanda de seguros de vida en este estudio es el caso particular de las ramas de la vida individual y la vida global donde toma en cuenta las primas emitidas de las compañías de seguros de vida donde determina si el comportamiento de una variable tiene un efecto positivo o negativo sobre la demanda de los seguros de vida y si el determinante del valor de la prima tiene alguna repercusión sobre la decisión de la adquisición de un seguro de vida individual o de un seguro de grupal; este estudio ayudará a entender el comportamiento de la variable del consumo de seguros de vida y su repercusión en la toma de decisiones de las familias y tambien demuestra que el consumo sigue aumentando a nivel mundial, lo cual nos permite que se pueda desarrollo nuestro trabajo en lugar que aún no han sido explotados.

Según Pieschacon Velasco, Camilo (2011) en su publicación El Seguro de Vida en América Latina en este estudio trata las teorías sobre los temas de los seguros principalmente tratando la demanda de lo mismo; hace una identificación de la evolución del mercado para Latinoamérica, demostrando dentro del mismo una desaceleración evidente en el caso principalmente de la economía peruana.

Se toma este estudio por que utiliza comparaciones entre países latinos similares a la economía ecuatoriana con respecto al consumo de seguros de vida, tomando en

cuenta funciones microeconómica como la aceptación por parte del asegurador de riesgos limitados y bien definidos; toma en cuenta los costos de los seguros. En el caso de las funciones macroeconómicas habla sobre el seguro de vida canaliza el ahorro y como esto aumenta la productividad económica. Trata el impacto del consumo de seguros de vida en el mercado secundario y en el mercado primario. Con este estudio me ayuda a reconocer que impacto tiene el consumo de seguros de vida con el presupuesto de las familias y si generan un determinante para el ahorro conociendo la situación actual de los países latinos que fueron estudiados, para tener una idea comparativa con nuestro país.

Sen, S., & Madheswaran, S. (2013). *Regional Determinants of Life Insurance Consumption: Evidence from Select Asian* de acuerdo a su estudio sugieren que los ingresos, la inflación, la profundidad financiera, la tasa de interés real y la relación de dependencia juvenil son significativos del consumo de seguro de vida. El estudio reconoce que la industria de seguros de vida tiene un bajo desarrollo comparado con la industria dentro de los estándares globales, realizan un análisis de los factores que revelan la demanda de seguros vida en doce economías asiáticas.

Se toma en cuenta este estudio ya que se basa en probar la significancia de los determinantes tradicionales de la demanda por seguros de vida, también analiza variables económicas tales como: el PIB, PIB per cápita, ahorro bruto doméstico, el índice de precios al consumidor, la liquidez y la inflación; variables demográficas como la población, la esperanza de vida, variables propias de la industria de los seguros y otras variables como la religión y la política; destaca las limitaciones de los estudios que utilizan macro datos y contribuye a la comprensión de la creciente industria de seguros en la región. La principal variante para el estudio es el ahorro bruto doméstico, se denota que mientras menos desarrolla es la economía de un país menos es el consumo de seguros de vida y el riesgo es más alto en estas economías.

Lee, S.-J., Kwon, S., & Chung, S. (2010). *Determinants of Household Demand for*

Insurance: The case of Korea. Geneva papers on Risk & Insurance-Issues en este estudio se analiza los efectos y las características de los hogares sobre la demanda de seguros, usan los datos de la encuesta de consumo en Corea. Logran identificar que los trabajadores independientes tienen una demanda por seguros mucho más altas que los trabajadores que tienen un sueldo fijo, y que los residentes en ciudades pequeñas o en áreas rurales, compran más seguros que los de las áreas metropolitanas, este estudio comprueba que la demanda de seguros puede depender del tipo de empleo y del área donde resida.

Este estudio ayuda a la investigación para identificar los efectos de las características de los hogares en la demanda no solo para la vida a término, sino también para otros tipos de protección y seguros. Permite conocer como el seguro es un tipo de ahorro que venden las compañías de seguros privadas el cual es la combinación de ahorro y seguro. Ayuda a entender el diferente grado de riesgo que perciben las personas en función de las diferentes áreas residenciales y esto puede generar diferentes demandas de seguro. Se toma en cuenta el monto de la prima pagada como la mejor manera de medir la demanda de seguros y la prevención al riesgo, ya que las primas varían elocuentemente entre los diferentes tipos de seguros o riesgos cubiertos.

Según Duflo, E., y Banerjee, A. (2011) en su estudio “Risk and Insurance”, trata que la pregunta el bajo nivel de demanda y consumo de seguros no es exclusiva del ciertos mercados, sino que viene ocupando la investigación de cientos de académicos e instituciones financieras a nivel mundial. Instituciones financieras y organismos multilaterales ven en el micro seguro la próxima gran revolución social y han apoyado y promovido investigaciones que expliquen las causas de la baja demanda y la baja utilización de los seguros en distintos grupos sociales.

Este estudio fue tomado en cuenta por la manera que utilizaron las variables como lugar, educación, ingresos y egresos se los sectores estudiados y así asimilar por qué del bajo consumo de seguros de vida en ciertos sectores y que el micro seguro es uno de los caminos que se está considerando para combatir esa evidente baja de demanda con respecto a los seguros de vida. Se enfocan en el movimiento de

efectivo, el valor con que la gente sobrevive y que tipo de población tiene una diferencia positiva en sus presupuestos financieros y así poder acceder a la adquisición de un seguro de vida y minimizar el riesgos frente algún inconveniente.

De acuerdo a Concha, Angela (2011) en su estudio “Determinantes de la demanda de seguros en Colombia”. Responde a la gran interrogante, ¿Por qué es tan bajo el consumo de seguros en algunos grupos sociales? Desde siempre el consumo de seguros es aún muy desigual a nivel mundial. En términos agregados se evidencia una relación 1 a 10 en el consumo anual per cápita entre los países más rezagados y los países de mayor consumo, los ciudadanos de Estados Unidos consumen diez veces más seguros que los ciudadanos de algún país de África Subsahariana. Cabe señalar que los números agregados pueden conllevar a percepciones equivocadas, pues también dentro de cada país, la distribución del consumo es desigual, y tanto los pobres del mundo, como los pobres de Estados Unidos presentan una marcada tendencia a un bajo consumo de seguros.

Este estudio se toma como referencia ya que utiliza la mayoría de variables macroeconómicas que determinan el consumo de seguros, los que pueden tener una relación de doble causa con las primas, mide las variables económicas, de estabilidad y sociales. Analiza la relación entre la demanda del sector asegurador medida a través de la participación de las primas en la economía y algunas variables macroeconómicas que pueden afectar su desarrollo con el PIB y el PIB per capital. Se puede hacer un comparativo con la situación ecuatoriana referente al sector de las personas de escasos recursos que independientemente del lugar donde se encuentre el hogar no cuenta con un seguro de vida y que están expuestos a riesgos en el futuro, lo que evidencia que el ingreso de las familias tiene mucho que ver con la toma de decisiones en el momento de consumir un seguro de vida.

Según Castiblanco Guerrero, Cindy Lorena y Ladino Aguilar, William Alfonso (2015) en su trabajo Factores determinantes de la demanda de seguros de vida en Colombia 2001 – 2014 trata sobre la teoría de la demanda de seguros de vida, muchas de las estudios empíricas realizadas acerca del tema desacuerdan en los factores que determinan la demanda de este tipo de productos; unos estudios

plantean que se deriva de una situación socioeconómica, política y social, mientras que otros revelan que se trata de una situación educativa. En Colombia la adquisición de seguros ha ido en aumento, indicando que para los colombianos es de mucha importancia tener un respaldo con respecto a los riesgos.

Este estudio es de interés ya que orienta a determinar si variables como la tasa de interés, el desempleo, el nivel de ingreso, el nivel de violencia y la profundización del sector financiero son los factores que determinan la demanda de los seguros de vida grupales e individuales en Colombia para el periodo 2001 – 2014, el cual serviría de guía para la investigación para determinar si el mercado de seguros de vida individual, el nivel de ingreso y la tasa de interés son determinantes de la demanda de seguros, mientras que para el mercado de seguros de vida grupal sería el único determinante de la demanda de seguros es la profundización del sistema financiero. Se puede utilizar los lineamientos de este estudio para poder compararlos en el mercado ecuatoriano por tener similitudes en el comportamiento del mercado de seguros de vida.

Según Lenten, Liam J. A. y Rulli, David N. (2004) en su estudio *A Time-Series Analysis of the Demand for Life Insurance Companies in Australia: An Unobserved Components Approach* exploran sistemáticamente las propiedades de cadena de tiempo de la demanda de seguro de vida, utilizando un novedoso procedimiento estadístico que permite extraer múltiples componentes inobservables que si se puede interpretar, esto explica fácilmente el comportamiento de la demanda de seguro de vida durante el período de muestra (1981-2003), Un modelo multivariado que incluye una serie de variables que se cree que influyen en la demanda la cual produce resultados bastante satisfactorios en general.

Este documento sirve para la investigación por que aplica un modelo estructural de series de tiempo como medio para describir el comportamiento estructural de la demanda de seguro de vida, considera que los datos de series de tiempo comprenden componentes distintos, como los componentes de tendencia, cíclicos, estacionales e irregulares, cada uno de los cuales puede plasmarse por separado,

esto permite encontrar propiedades dinámicas complejas de las series temporales observadas y comprender mejor la naturaleza de la demanda. Tomando en cuenta otras variables que se cree que tienen poder aclaratorio sobre la demanda del seguro de vida, tales como el nivel de precios, los ingresos, la tasa de interés, el desempleo y la población los que afectan a los países de bajos ingresos en Australia, los que pueden ser comparables con los ingresos en el mercado ecuatoriano.

Según Mayorga M., Wilson (2014), en su estudio Determinantes macroeconómicos de los seguros de vida y personas, donde trata la estimación de modelos de regresión lineal para cuantificar el impacto de las variables macroeconómicas en el comportamiento de las primas emitidas de los ramos de seguros de vida y personas en un periodo de análisis del primer trimestre de 2002 hasta el tercer trimestre de 2013, las variables que capturan el entorno macroeconómico usualmente no son estacionarias, con lo cual garantiza la consistencia y eficiencia de los estimadores obtenidos.

Se pone atención a este estudio ya que las variables macroeconómicas que podrían ser determinantes del comportamiento de las primas emitidas de los secciones de los seguros de vida en grupo, vida individual, salud, exequias y accidentes personales pueden ser relacionadas en el campo ecuatoriano y en el estudio refiriéndose al grupo de seguros de vida y como esto afecta al comportamiento del consumo de los seguros de vida, reflejándose en las primas emitidas y asociando la actividad económica real, la evolución de los precios y aquellas variables asociadas a la actividad del sistema financiero, tanto como en el monto de créditos contratados con el sector financiero como tasas de interés de colocación de dichos créditos.

Según Guerra Salazar, Juan Camilo (2016) en su trabajo Principales factores económicos que determinan la demanda de seguros de vida en Colombia entre 1975-2015, desde la óptica macroeconomía y microeconómica mide la demanda de seguros de vida. Las investigaciones microeconómicas se dan principalmente en países desarrollados dado el acceso a los datos, donde se analiza como un seguro

de vida maximiza la función de utilidad de un individuo y cómo éste tiene un comportamiento parecido a una herencia. Los estudios macroeconómicos están enfocados hacia qué factores determinan la demanda de seguros, dentro de estos factores se agrupan variables sociales, económicas y demográficas.

Es estudio se toma como referencia, por que miden a la demanda de seguros de vida por determinantes microeconómicos como el consumidor y su función de bienestar ya que la decisión de consumo de este tipo de servicios está en función del bienestar del individuo, de la tasa de interés, de su nivel de riqueza y del deseo de dejarle un recurso a sus herederos, determina que la demanda aumenta a medida que aumenta la riesgo de muerte de un individuo y el grado de prevención al riesgo. Sirve este estudio para demostrar que países donde existe mayor inequidad, la educación financiera es menor por lo que los individuos prefieren primero satisfacer sus necesidades del presente, dándole menor importancia al consumo futuro y esto finalmente tiene un efecto negativo sobre la demanda de los seguros de vida.

2.2. Fundamentación filosófica

La filosofía es una forma de la comprensión de las cosas por sus orígenes, que parte de lo común y necesario para poder encontrar las explicaciones y así se analizará ampliando la razón. Como está relacionado con los conocimientos de la realidad el problema escogido el cual se emplea los datos y contribuciones de las ciencias, con el paradigma crítico propositivo, puesto que con él se buscara soluciones recomendables a los problemas encontrados en el presente trabajo investigativo.

2.3. Fundamentación legal

A las empresas se seguros de vida en el Ecuador se basan en las siguientes instituciones y reglamentos:

REGLAMENTO A LA LEY GENERAL DE SEGUROS dictado de acuerdo al Decreto Ejecutivo número 1510, el cual sigue vigente y fue publicado en el Registro Oficial 342 con fecha 18 de Junio de 1998 la misma que fue renovada

como Ley General de seguros – Codificación es de donde se toma las leyes para las empresas de seguros, la que fue actualizada el 12 de septiembre del 2014.

LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS Y VALORES tomó la competencia en el área de seguros desde el 14 de septiembre del 2015 fundamentándose en el Código Orgánico Monetario y Financiero (COMF) que dispone a la Institución ejercer la vigilancia, auditoría, intervención, control y supervisión del régimen de seguros.

SRI al tener que ser una empresa, esta sean extranjera o ecuatoriana tienen que cumplir con toda la reglamentación de facturación y declaración de impuesto que exige el Servicios de Rentas Internas que rigie en el Ecuador.

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS de acuerdo a la resolución No. 2124 del registro oficial 677 expedida el 5 de abril del 2012, se encuentran los requisitos que deben cumplir las empresas de seguros extranjeras o ecuatorianas.

2.4. Categorías fundamentales

Superordinación y Subordinación

➤ Red de inclusiones conceptuales

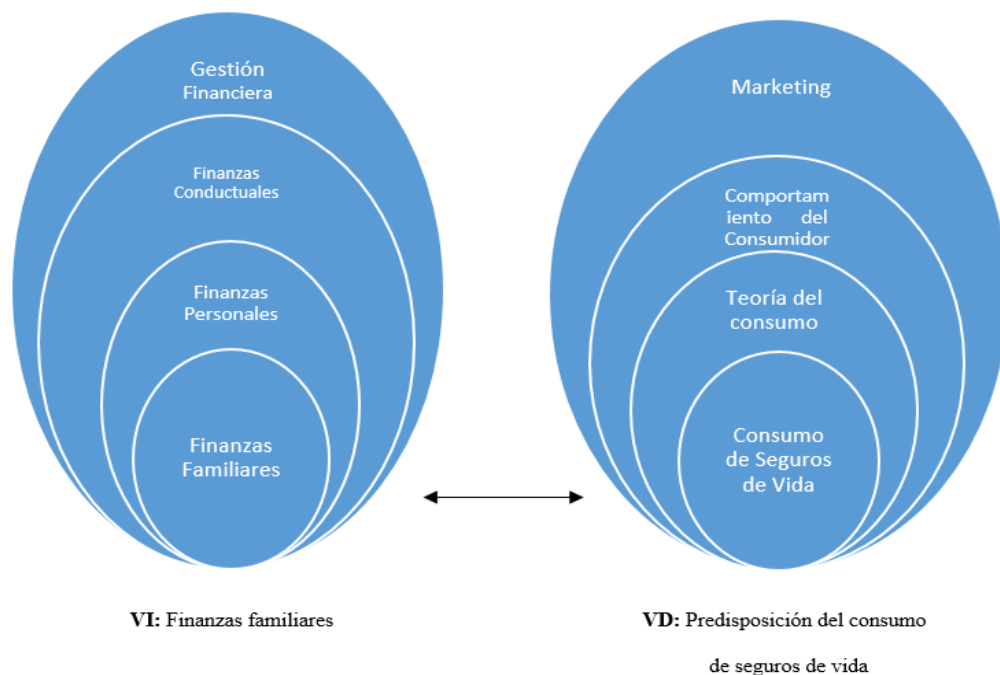


Figura 2.1. Red de Inclusiones Conceptuales

Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

2.4.1. Gestión financiera

De acuerdo a Martino Mendiluce, Fernando (2001) en su Diccionario de conceptos económicos y financieros, la gestión financiera son todas las acciones que aseguren a la empresa, el aprovisionamiento de recursos financieros al mínimo de costo y su utilización de forma de que se alcance la máxima productividad tanto en la actividad interna como en las eventuales inversiones ajenas al giro de la empresa, implica la determinación de los recursos económicos necesarios al escoger entre distintas alternativas de obtención como pueden ser fuentes propias o externas a la empresa y que resultan de menor costo y riesgo, distribuir los recursos financieros entre las distintas áreas y un aspecto principal es cuidar que los recursos no estén ociosos y asegurar la liquidez apropiada para mantener el cumplimiento de las obligaciones con terceros y no caer en la insolvencia.

Según Dávalos A., Nelson y Córdova J., Geovanny (2003) en el Diccionario contable y más, dice que la gestión financiera es un conjunto orgánico y sistemático de principios, métodos, técnicas y procedimientos aplicados en una empresa con el propósito de dirigir, ejecutar, registrar y controlar para lograr los objetivos de las diversas áreas financieras mediante la selección y adecuación de los medios recursos disponibles que posibiliten los resultados previstos de manera eficiente y efectiva.

Según Marcuse, Robert (2002) en su diccionario de términos financieros y bancarios son el conjunto de actividades y operaciones relacionadas con el manejo de dinero o de valores; expresados, medidos, negociados o financiados en o con dinero. Las actividades bancarias, las inversiones en la bolsa de valores, las operaciones de cambio, son de naturaleza financiera y se desarrollan en el mundo de las finanzas.

Según Ámez, Fernando Martín (2002) en el diccionario de contabilidad y finanzas, la gestión financiera es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a dotar a una empresa de la estructura financiera idónea en

función de sus necesidades mediante una adecuada planificación, elección y control, tanto en la obtención como en la utilización de los recursos financieros.

Según Toro Baena, Diego (2012) en su libro *Análisis financiero* nos habla del papel de las finanzas como el arte y la ciencia de administrar el dinero. Casi todos los individuos y organizaciones ganan o recaudan dinero, y así mismo lo gastan o lo invierten. El objetivo básico de toda empresa es maximizar el valor de la empresa, significa incrementar el valor de riqueza o de su misma inversión, de los accionistas, propietarios o inversionistas.

De acuerdo a Córdoba Padilla, Marcial (2012) en su libro *Gestión financiera*, habla que la gestión financiera es un proceso que involucra los ingresos y egresos atribuibles a la realización del manejo racional del dinero en las organizaciones y en consecuencia, la rentabilidad financiera generada por el mismo. Esto permite definir el objetivo básico de la gestión financiera desde dos elementos:

- La generación de recursos o ingresos, incluyendo los aportados por los asociados.
- La eficacia y eficiencia o esfuerzos y exigencias en el control de los recursos financieros, para obtener niveles aceptables y satisfactorios en su manejo.

La gestión financiera es aquella disciplina que se ocupa de determinar el valor y toma de decisiones. La función primordial de las finanzas es asignar recursos, lo que incluye adquirirlos, invertirlos y administrarlos. La gestión financiera se interesa en la adquisición, financiamiento y administración de activos con alguna meta global. La gestión financiera es la que convierte a la misión y visión en operaciones monetarias.

Según Fainstein, Héctor y Abadi, Mauricio (2007) en su libro *Tecnología de Gestión – polimodal* denomina a la gestión financiera (o gestión de movimiento de fondos) a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros

instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias.

Funciones de la gestión financiera:

- La determinación de las necesidades de recursos financieros: planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de la financiación externa.
- La consecución de financiación según su forma más beneficiosa: teniendo en cuenta los costes, plazos y otras condiciones contractuales, las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa.
- La aplicación juiciosa de los recursos financieros, incluyendo los excedentes de tesorería: de manera a obtener una estructura financiera equilibrada y adecuados niveles de eficiencia y rentabilidad.
- El análisis financiero: incluyendo bien la recolección, bien el estudio de información de manera a obtener respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa. El análisis con respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones.

Distinción entre los conceptos económicos y financieros:

El concepto económico está relacionado con los resultados, las ganancias y las pérdidas, los costos.

Lo financiero es todo lo relacionado con el movimiento concreto de fondos, los ingresos (orígenes) o los egresos (aplicaciones).

De acuerdo a la página de la Universidad de Cegos (2017) Gestión financiera y contable habla que la gestión financiera se basa en la administración efectiva de los recursos que posee la organización. Así, la empresa podrá gestionar sus gastos e ingresos de la forma más adecuada para que todo funcione correctamente.

El responsable de este tipo de gestión es el gestor financiero. Y dentro del organigrama financiero de la empresa, él es el encargado de planificar y organizar la estrategia financiera de la empresa pero también de controlar las operaciones financieras que se llevan a cabo en la compañía. Por ello, la

función del gestor financiero es vital para la salud de cualquier organización, ya que tiene que tener en cuenta tanto el pasado, como el presente y el futuro de la organización y del mercado. Solo así podrá evitar errores pasados, evaluar riesgos u oportunidades futuras y analizar la situación económico-financiera actual para lograr mayores niveles de rentabilidad y beneficios.

2.4.2. Finanzas conductuales

Según Manrique, Hernández, Ramírez (2009) en su libro Finanzas conductuales: un enfoque para Latinoamérica habla sobre las finanzas conductuales son, en esencia, el estudio de la influencia de psicología y la sociología en el comportamiento de practicantes financieros y el efecto subsecuente que estos tienen en los mercados. Es el análisis de las finanzas desde un matiz de ciencia social más amplio, que ha causado un gran interés y revuelo al intentar explicar por qué y cómo los mercados pueden ser ineficientes. Las finanzas conductuales son un nuevo campo de investigación que se orienta en los factores cognoscitivos y asuntos emocionales que impactan los procesos de toma de decisiones de individuos, grupos y organizaciones.

De acuerdo a Economipedia (2015) las finanzas conductuales o finanzas del comportamiento son un campo de las finanzas que analiza las finanzas desde un punto de vista psicológico. Describe cómo se comportan las personas y como toman las decisiones. Nace de la unión de la psicología, la economía tradicional y la neuroeconomía. Las finanzas del comportamiento admiten que en la toma de decisiones hay sesgos emocionales y cognitivos. Entre ellos, reconoce que la toma de decisiones puede verse alterada según la forma en que se presenta la información y según las características de los participantes del mercado. Además, según la teoría prospectiva, las personas valoran de diferente manera las pérdidas y las ganancias.

Las finanzas del comportamiento se dividen en dos categorías:

- a. Micro finanzas del comportamiento: Explican el proceso de toma de decisiones de los individuos.

- b. Macro finanzas del comportamiento: Describen cómo y por qué los mercados se desvían de lo que las finanzas tradicionales llaman mercados eficientes.

Según Shiller, R. y Thaler, R. (2007) en su trabajo *Workshop in Behavioral Finance* dicen que las finanzas conductuales son un nuevo campo de investigación que se orienta en los factores cognoscitivos y asuntos emocionales que impactan los procesos de toma de decisiones de individuos, grupos y organizaciones. La teoría es, en esencia, contradictoria a la mayor parte de la teoría fundamentada en la idea de que los mercados son eficientes, teoría que alcanzó su dominio en círculos académicos alrededor de la década de los setenta y en la que se fundamenta gran parte de la teoría financiera, considerada como moderna o neoclásica. Para ese mismo tiempo se dio la revolución de las expectativas racionales en la teoría económica, que llenó de entusiasmo a la academia y ocupó su atención, al instaurarse como una idea fresca.

La teoría económica financiera moderna está basada en la creencia de que el agente representativo en la economía es racional de dos formas: toma decisiones según los axiomas de la teoría de utilidad esperada y hace pronósticos imparciales sobre el futuro. Un extremo de la versión de esta teoría asume que cada agente se comporta de acuerdo con estos paradigmas.

2.4.3. Finanzas personales

De acuerdo Olmedo Figueroa Delgado, Luis (2009) en su libro *Las finanzas personales*, el éxito en la administración de las finanzas personales puede provenir de diversas categorías, se estructura un elemento esencial que permite tomar decisiones consientes y más coherentes en el quehacer diario, el cual es el “presupuesto”, es por ello que en este artículo se tomara esta herramienta financiera como elemento pivote que cumplirá dos fines principales: El resultado lógico y eficiente de una serie de actividades cotidianas que permite tomar decisiones en beneficio personal, en donde podremos entender el vocablo personal si se quiere familiar y el punto de partida para elaborar alguna estrategia que genere un rediseño los gastos o las inversiones actualmente

realizadas y de esta manera encontrar un bienestar adicional en la administración de las finanzas personales. Por otro lado, se encontrará que el manejo financiero personal en sus principios y motivaciones no es muy distante de la administración financiera empresarial, guardando las debidas proporciones, llevándonos a una clara conclusión que la planeación financiera es una aliada, motivadora y generadora del valor agregado en nuestro quehacer diario.

De acuerdo a Crece Negocios (2010), las finanzas personales son la gestión financiera que requiere un individuo o unidad familiar para presupuestar, ahorrar y gastar sus recursos monetarios a través del tiempo, teniendo en cuenta los riesgos financieros y los acontecimientos futuros de su vida. Al organizar las finanzas personales, el individuo debería tener en cuenta cómo se ajustan a sus necesidades una gama de productos bancarios (cuentas corrientes, cuentas de ahorro, tarjetas de crédito y créditos al consumo) o la inversión de capital privado, (mercado de valores, bonos, fondos mutualistas) y los seguros (seguros de vida, seguro de salud, seguro de invalidez) los productos y la participación y el seguimiento de los planes de jubilación -individuales o patrocinados por el empleador-, las prestaciones de seguridad social y la gestión de los impuestos sobre la renta.

El componente clave de las finanzas personales es la planificación financiera, que es un proceso dinámico que requiere un seguimiento y una evaluación periódica. En general, se trata de cinco pasos:

1. Evaluación: La situación financiera de una persona se evalúa mediante la compilación de versiones simplificadas de los estados financieros, incluyendo los balances y cuentas de resultados. En un balance personal se muestran los valores de los bienes personales (por ejemplo, automóvil, casa, ropa, acciones, cuentas bancarias), junto con los pasivos personales (por ejemplo, la deuda de tarjetas de crédito, préstamos bancarios, hipotecas). En una declaración de renta personal se enumeran los ingresos y gastos personales.

2. El establecimiento de objetivos: Tener múltiples objetivos es común, incluyendo una mezcla de objetivos a corto y largo plazo. Por ejemplo, un objetivo a largo plazo sería la de "retirarse a los 65 años con un patrimonio personal de \$ 1.000.000," mientras que un objetivo a corto plazo sería la de "ahorrar para un nuevo equipo en el próximo mes." El establecimiento de objetivos financieros ayuda a dirigir la planificación financiera. El establecimiento de objetivos se realiza con el objetivo de cumplir con los requisitos financieros específicos.
3. Creación del plan: El plan financiero detalla cómo llevar a cabo los objetivos. Podría incluir, por ejemplo, la reducción de gastos innecesarios, aumentando los rendimientos del trabajo, o invertir en el mercado de valores.
4. Ejecución: La ejecución de un plan financiero a menudo requiere disciplina y perseverancia. Muchas personas obtienen ayuda de profesionales como contadores, asesores financieros, asesores de inversión, y los abogados.
5. Vigilancia y la re-evaluación: A medida que pasa el tiempo, el plan financiero es monitoreado por posibles ajustes o re-evaluaciones, así como un previo plan de contingencias para casos especiales.

Como explica Economipedia.com (2015) habla sobre las finanzas personales tratan de la aplicación de los principios de las finanzas en la gestión de los recursos de un individuo o familia. Las finanzas personales se ocupan de cómo los individuos o familias administran sus recursos a lo largo de su vida. En su análisis se incluyen no sólo los ingresos y gastos recibidos o pagados durante la vida sino que también, las herramientas o productos financieros con los que cuenta los individuos o familias para optimizar el manejo de sus recursos.

Objetivo de las finanzas personales

El objetivo principal de las finanzas personales es ayudar a las personas y familias a que tomen decisiones informadas que permitan optimizar el manejo de sus recursos. Lo anterior contempla poder alcanzar una serie de sub-objetivos entre los que se encuentran:

2. Protección: contar con una protección adecuada ante riesgos o imprevistos

3. Inversión: lograr acumular o conseguir suficientes recursos para poder invertir en activos que afectan positivamente la calidad de vida pero que son costos. Así por ejemplo, estudiar una carrera en la universidad, adquirir un coche o casa, iniciar un negocio propio, etc.
4. Cumplimiento de impuestos: contar con los recursos para pagar a tiempo los impuestos y otros gastos exigibles por ley
5. Jubilación: mantener los recursos suficientes para poder vivir bien en la etapa de vida en donde dejamos de trabajar
6. Liquidez: contar con los recursos para financiar nuestras actividades cotidianas
7. Traspaso: cumplir con el objetivo de dejar recursos a alguna persona u organización tras nuestra muerte

Las finanzas personales cuentan con los siguientes elementos básicos:

- Ingresos: son todos los recursos o entradas de los que se dispone. Por ejemplo: salarios, rentas de alquiler de piso o coche, venta de bienes, etc.
- Gastos: se refiere a las salidas o pago por distintos conceptos. Así por ejemplo: pago del alquiler, compra de alimentos, etc.
- Activos: bienes de larga duración con los que se dispone. Por ejemplo: casas, terrenos, coches, etc.
- Pasivos: deudas que mantenemos con terceros. Por ejemplo: deuda con un banco o un amigo.

Las personas y familias cuentan con una gran variedad de instrumentos financieros que les pueden ayudar a gestionar de mejor forma sus recursos. Entre estos instrumentos encontramos:

- Bancarios: Cuentas corrientes, cuentas de ahorro, préstamos de consumo, tarjetas de crédito, tarjetas de débito, etc.
- Inversión: acciones, fondos mutuos, bonos, etc.
- Seguros: seguros de vida, de accidentes, de salud, seguro con ahorro, etc.

La elección de cada tipo de instrumento depende de las características del individuo o familia, de su ciclo de vida y de sus propias preferencias.

2.4.4. Finanzas familiares

Según Merton, Robert y Zvi, Bodie (1999) en su libro Finanzas habla sobre las finanzas familiares, donde la mayoría de los hogares son familias, las que presentan muchas formas y tamaños. En un extremo encontramos a la extendida, compuesta por varias generaciones que viven bajo un mismo techo y comparten sus recursos económicos. En el otro extremo está la persona que vive sola y a quien pocos darían el nombre de familia. Sin embargo, en finanzas todos estos grupos se clasifican como familias.

Las familias afrontan cuatro tipos de decisiones financieras:

1. Decisiones de consumo y de ahorro
2. Decisiones de inversión
3. Decisiones de financiamiento
4. Decisiones de administración

Según Araque J., Wilson (2017) en su publicación Hacia donde orientar la educación financiera con enfoque personal y familiar, se plantea una duda ¿Qué son finanzas personales y familiares?

- Según el ámbito de la administración financiera está dirigido a proveer de principios y herramientas que ayuden a optimizar los recursos financieras con que cuenta una persona y/o familia
- Optimización es el uso eficiente de los recursos a la hora de conseguir los objetivos.
- Eficiencia es el producto o resultado logrado dividido para los insumos o recursos usados.

¿Para qué sirven?

Facilitan la toma de decisiones de una forma lógica y sobre todo técnica, analiza el beneficio / costo.

Decisiones vinculadas:

- Generación de ingresos,
- Realización de gastos en bienes y servicios inmediatos o de corto plazo,
- Contratación de deudas,
- Acumulación de ahorro,

– Realización de inversiones en bienes duraderos

De acuerdo a Aibar Ortiz, María José (2014) en su publicación Finanzas personales: planificación, control y gestión, define al presupuesto familiar como el documento en el que se plasman de forma ordenada y por escrito la relación de gastos e ingresos, previstos en una unidad familiar durante un periodo de tiempo determinado. De esta definición se derivan las características que va a tener el presupuesto familiar:

- Unidad familiar. Es importante identificar y delimitar correctamente la unidad familiar para la elaboración del presupuesto familiar, e implicar a todos los miembros tanto en su elaboración, como en su control y revisión. La unidad familiar estará formada por el conjunto de personas, generalmente con vínculos familiares, y que viven juntos, compartiendo casa, gastos e ingresos. Evidentemente existirán unidades familiares formadas por un único miembro, que son las personas que viven solas, y aunque realmente no hay un conjunto de individuos que formen la unidad familiar, le aplicaremos igualmente el término. Por otro lado, también se da el caso, de personas sin vínculos familiares, que conviven juntos, y que no forman una unidad familiar, ya que, aunque comparten ciertos gastos, cada uno de ellos es independiente económicamente (estudiantes que comparten piso,...) Para la realización del presupuesto familiar, habrá que tener en cuenta todas las aportaciones de dinero que realizan todos y cada uno de los miembros de la unidad familiar, así como los gastos de todos los miembros.
- Recopilación de gastos e ingresos. Para elaborar un presupuesto útil y que se ajuste a la realidad es necesario recopilar todos los ingresos y todos los gastos que realice la unidad familiar. Esto implica una labor de puesta en común de todos los miembros de la unidad principalmente de los gastos que realizan, ya que generalmente los ingresos suelen ser más fácilmente identificados y recopilados.
- Periodo de tiempo. Es muy importante delimitar el presupuesto en un periodo de tiempo, para enfrentar de esta forma, los gastos y los ingresos que se

producen entre dos fechas concretas. Así, podemos hablar de presupuesto mensual, bimensual, trimestral, anual,...

Gracias al presupuesto personal o familiar vamos a:

- Saber en qué se nos va el dinero
- Priorizar y ajustar gastos.
- Controlar el gasto.
- Identificar deudas.
- Planificar el ahorro.
- Hacer previsiones para el futuro.
- Ajustar nuestro nivel de vida.

2.4.5. Marketing

De acuerdo a Pujol Bengoechea, Bruno (1999) en su Diccionario de marketing nos dice que entre las distintas definiciones que se han hecho del concepto de marketing podemos dar como válida la que propone Philip Kotler: Marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando satisfactores con valor para ellos.

Según Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane (2009) en la publicación Dirección de Marketing, marketing es el proceso de planear y ejecutar el concepto, el precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios con el fin de crear intercambios que satisfagan los objetivos particulares y de las organizaciones, marketing consiste en satisfacer necesidades de forma rentable. Marketing es un proceso social por el cual tanto grupos como individuos consiguen lo que necesitan y desean mediante la creación, la oferta y el libre intercambio de productos y servicios de valor para otros grupos o individuos.

Según Drucker, Peter F. (1986) en su estudio *Tasks, Responsibilities, Practices* habla sobre el objetivo del marketing que es conocer y entender tan bien al consumidor que los productos o servicios se ajusten perfectamente a sus necesidades y se vendan solos. En una situación ideal, el marketing haría que los consumidores estuviesen dispuestos a comprar, y entonces sólo habría que hacerles llegar los productos o servicios.

El principal objetivo del marketing consiste en buscar la satisfacción de las necesidades de los consumidores mediante un grupo de actividades coordinadas, que al mismo tiempo, permita a la organización alcanzar sus metas. Siendo la satisfacción de los clientes lo más importante para el marketing, la empresa debe:

- Investigar cuáles son las necesidades de su cliente para poder crear productos realmente satisfactorios;
- Hacer llegar estos productos a los consumidores;
- Continuar adaptando y modificando los productos con el fin de mantenerlos actualizados, de acuerdo con los cambios en los deseos y preferencias del consumidor;

Las funciones de la mercadotecnia comienzan y terminan en el cliente.

La mercadotecnia tiene la tarea de regular la demanda de productos, de esta forma es posible que la empresa logre sus objetivos:

- Si existe una demanda negativa, es decir, si la gente tiene opiniones en contra y de sus beneficios, hay que utilizar una mercadotecnia de conversión que trate de cambiar la imagen negativa del producto para hacerla positiva.
- Cuando no existe ninguna demanda, cuando el consumidor no requiere algunos productos (por ejemplo: yogurt, cigarrillos, productos naturistas) o sea que la mayoría de los productos existentes en el mercado no tienen ninguna demanda, la tarea de la mercadotecnia es estimularla creando en el consumidor un deseo del producto.

Cuando tenemos una demanda plena es necesario mantenerla.

Según Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2012) en su estudio Marketing dice que el marketing es el proceso mediante el cual las compañías crean valor para sus clientes y establecen relaciones sólidas con ellos para obtener a cambio valor de éstos.

Según Santambrosio, Mau (2013) en su publicación Todo lo que debes saber sobre marketing, dice que el marketing es el proceso de gestión responsable de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo a cambio un beneficio económico.

Según Lamb, Charles W. y McDaniel, Carl. (2006) en su publicación Fundamentos de marketing, habla que el marketing tiene dos facetas:

- La primera es una filosofía, una actitud, perspectiva u orientación administrativa que pone énfasis en la satisfacción del cliente.
- La segunda consiste en que el marketing es una serie de actividades que se utilizan para implantar esta filosofía.

Este es el proceso del marketing.

De acuerdo a Kotler, Philip (2005) en su estudio Las preguntas más frecuentes sobre marketing, determina que el marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo, y obtener así una utilidad. El marketing identifica las necesidades y los deseos insatisfechos; define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y la potencial utilidad; determina con precisión cuáles segmentos puede atender mejor la compañía; y diseña y promueve los productos y servicios apropiados.

Según Dvoskin, Roberto (2004) en su publicación Fundamentos de marketing. Teoría y experiencia explica que el marketing es una disciplina, tiene un orden interno y un grado de sistematización, cuyo objetivo es conocer al cliente y sus

necesidades, y buscar la forma de satisfacerlas. Para ello cuenta con herramientas que le son propias, como los modelos de segmentación de mercado, la investigación de mercado, los análisis del comportamiento del consumidor, el estudio de los costos que implica para el consumidor satisfacer sus necesidades, la determinación del lugar de conveniencia de compra y la comunicación que se establece entre la organización que ofrece un satisfactor y el potencial receptor de dicho satisfactor.

Para Zyman, Sergio (1999) en su estudio El final del marketing que conocemos, el marketing es una actividad estratégica y una disciplina centrada en el objetivo de conseguir que más consumidores compren un mayor número de productos y más a menudo de manera que nuestra empresa gane más dinero. La función del marketing es vender mucho y ganar mucho dinero; es conseguir que más gente compre un mayor número de productos, más a menudo y a precios más altos. ... Cuando entendemos que el marketing es lo que hacemos para vender, el dinero que le dedicamos es una inversión y no un gasto.

Rivera Camino, Jaime y de Garcillán López Rúa, Mencía (2012) en su publicación Dirección de Marketing plantean que desde una perspectiva teórica, el marketing es la ciencia social que estudia todos los intercambios que envuelven una forma de transacciones de valores entre las partes. Esto supone que se busca conocer, explicar y predecir cómo se forman, estimulan, evalúan y mantienen los intercambios que implican una transacción de valor. Para ello se debe realizar un análisis de cuatro aspectos:

- Comportamiento de los compradores.
- El comportamiento de los vendedores.
- Las instituciones y factores que pueden facilitar o impedir el intercambio de valores.
- Las consecuencias sociales que se derivan de las relaciones establecidas por los tres agentes anteriores.

Desde una perspectiva práctica o aplicada a las empresas, el marketing es el proceso social que desarrollan las organizaciones e individuos cuando se relacionan para satisfacer sus necesidades. Este proceso se basa en la creación e intercambio voluntario y competitivo de satisfactores, Tiene como objetivo establecer una transacción o la generación mutua de utilidad. Todo este proceso se mantiene cuando ambas partes sienten que están ganando y se interrumpe cuando una percibe que está recibiendo menos de lo que entrega.

El marketing puede ser considerado como una filosofía de negocios que configura un conjunto de creencias, valores, opiniones y actitudes respecto al mercado. Esta filosofía es proactiva, creativa, activa y metódica:

- Es proactiva porque el marketing busca prever las necesidades de los consumidores para desarrollar su oferta y las estructuras y acciones necesarias para anticiparse a la competencia.
- Es creativa porque la empresa debe construir una realidad (el producto) a partir de su interpretación de los resultados de los estudios de mercado.
- Es activa porque para vender un satisfactor no es suficiente fabricarlo sino que debe hacerse conocer. También se debe convencer al mercado para que lo pruebe. lo adopte y lo prefiera a otros productos competidores.

Es metódica porque la satisfacción de los mercados es el resultado de un proceso, el cual está formado por etapas ordenadas que están estructuradas por un objetivo común. La omisión o la falta de rigor en una etapa tienen impacto en todo el proceso e impide la satisfacción de los mercados.

Según Downes, John (2003) en su Diccionario de términos de finanzas e inversiones, trata de que el marketing es un movimiento de bienes y servicios del proveedor al consumidor. Esto incluye creación y diseño del producto, desarrollo, distribución, anuncio, promoción y publicidad, además de análisis de mercado para definir el apropiado.

De acuerdo a Kotler, Philip (2008) en su publicación Principles of Marketing se refiere al Marketing o mercadotecnia en español como el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

La mercadotecnia es también un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

Según Philip Kotler el objetivo principal de la mercadotecnia es llevar al cliente hasta el límite de la decisión de compra. Además la mercadotecnia tiene también como objetivo favorecer el intercambio de valor entre dos partes (comprador y vendedor), de manera que ambas resulten beneficiadas., se entiende por intercambio al acto de obtener un producto deseado de otra persona.

Para que se produzca, es necesario que se den cinco condiciones:

- Debe haber al menos dos partes.
- Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
- Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
- Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
- Cada parte debe creer que es apropiado.

Si por algún motivo, alguna de las partes implicadas en el intercambio no queda satisfecha, evitará que se repita de nuevo dicho intercambio.

2.4.6. Comportamiento del consumidor

Según Schiffman, León y Kanuk, Leslie (2005) en su libro Comportamiento del consumidor, el comportamiento del consumidor es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus

necesidades. El comportamiento del consumidor, como una disciplina del Marketing se enfoca en la forma que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo.

El estudio de los consumidores lleva a la diferenciación de dos principales tipos de consumidor, que conllevan diferentes actitudes, motivaciones y percepciones. Estos son:

- Consumidor personal. Aquél que compra (o consume) los bienes y los servicios con la finalidad de satisfacer los deseos o necesidades de sí mismo.
- Consumidor organizacional. El que compra para una organización entera, como son instituciones o empresas.

Según Pujol Bengoechea, Bruno (1999) en su Diccionario de marketing nos dice que el comportamiento del consumidor relacionado con actividades del individuo orientadas a la adquisición y uso de bienes y/o servicios, incluyendo los procesos de decisión que proceden y determinan esas actividades. Acciones que el consumidor lleva a cabo en la búsqueda, compra, uso y evaluación de productos que espera servirán para satisfacer sus necesidades.

En su libro Comportamiento del consumidor (2008), Solomon, Michael R. habla sobre el comportamiento del consumidor como un estudio de los procesos que intervienen cuando las personas o los grupos eligen, compran, utilizan o desechan productos que les ayuden a representar sus diversos papeles.

De acuerdo a Schiffman, L. (2010) es su estudio Consumer behavior El comportamiento del consumidor es interdisciplinario; es decir, se basa en conceptos y teorías sobre el ser humano que han sido desarrollados por científicos de disciplinas tan diversas como psicología, sociología, psicología social, antropología cultural y economía. Debido a que en la década de los 60s

era un campo de estudio relativamente nuevo, puesto que no se contaba con antecedentes o elementos de investigación propia, los teóricos del marketing tomaron con mucha liberalidad los conceptos desarrollados en otras disciplinas científicas, como la psicología (el estudio del individuo), la sociología (el estudio de grupos), la psicología social (el estudio de la forma en que se desenvuelve el individuo en grupos), la antropología (la influencia de la cultura sobre el individuo) y la economía, para establecer las bases de esta nueva área del marketing.

Para conocer al consumidor, se puede recurrir a dos tipos de investigación:

- Cualitativa. Que se enfoca en conocer cada detalle sin perder de vista los más pequeños acerca de su consumidor. Consisten en entrevistas a fondo, grupos de enfoque, análisis de metáforas, investigación de montajes y técnicas proyectivas.
- Cuantitativa. Este tipo de investigación suele arrojar datos sobre los cuales se pueda generalizar. Recurre principalmente a los métodos de investigación positivistas, como experimentos, observación y técnicas de encuesta.

Según Giraldo López, José Ariel (2008) en su estudio Comportamiento del consumidor por comportamientos del consumidor entendemos todas aquellas actividades internas y externas de un individuo o grupo de individuos dirigidas hacia la satisfacción de sus necesidades. Este comportamiento parte de la existencia de una carencia, el reconocimiento de una necesidad, la búsqueda de alternativas de satisfacción, decisión de compra y la evaluación posterior, (antes, durante y después.

El comportamiento del consumidor es el intercambio de bienes entre individuos grupos e empresas, para satisfacer sus necesidades. Implica aspectos como:

- Consumidores individuales, niños, hombres, adultos, amas de casa.
- Agrupaciones, familias, empresas y grupos.

- Fenómenos internos y externos. La marca, la percepción, publicidad, búsqueda, compra, de bienes.

El consumidor es el elemento más relevante en el mercadeo, para las orientaciones de la gerencia de mercadeo, ventas, producción, el consumidor es el individuo que usa o dispone finalmente del producto, el cliente es aquel individuo que compra o adquiere el producto, al definir las estrategias de mercadeo se debe tener en cuenta el comportamiento de ambos.

Los participantes en el proceso de compra son:

- El iniciador, sugiere la idea de comprar.
- El influyente, su opinión es muy importante en el momento de decidir que comprar.
- El decisor, define sí, que, como, cuando, cuanto, comprar.
- El comprador es quien adquiere el producto.
- El consumidor es quien usa el producto.
- El producto se debe relacionar con la persona que va a usarlo y las variables que se relacionan con él.

En el comportamiento de compra existen una serie de influencias de los participantes en el proceso de compra.

- El precio guarda relación con el comportamiento, significa la valoración que el individuo asigna al bienestar que recibirá.
- Al definir el canal de distribución se deben conocer los hábitos del consumidor, la utilización de su tiempo, su capacidad de gasto, los gustos y deseos.
- El análisis del consumidor es muy importante en la ubicación de productos en los supermercados, tiendas, centros comerciales y así mismo, definir la ubicación de los locales y vitrinas.
- La publicidad tiene influencia directa en los aspectos intelectuales, preceptuales, sensitivos y emotivos del consumidor.
- Un nivel adecuado de servicio implica un acercamiento psicológico, brindar tranquilidad y seguridad, buen manejo de expectativas respecto a la postventa.

- La opinión pública logra una imagen del producto y de la empresa en los consumidores y la sociedad, favoreciendo la aceptabilidad del producto y la facilidad para hacer negocios. Las decisiones del consumidor están en continuo cambio, en la actual economía de mercado, el consumidor cuenta con muchas opciones.

Las decisiones que el consumidor debe tomar son:

- ¿Qué comprar? Actividad fundamental del consumidor, decisión referente a un producto, abarca la categoría genérica de bienes como los productos para el hogar, productos para la cocina, características de ellos, marcas, precios.
- ¿Cuánto comprar? Determina el número de unidades de producto a adquirir.
- ¿Dónde comprar? Productos iguales se perciben diferentes de acuerdo al sitio de compra, naturaleza de los servicios, comodidad y precios, también del sitio, los sitios también son diferentes.
- ¿Cuándo comprar? En esta decisión influye la urgencia de la necesidad, la disponibilidad del producto, horario del establecimiento, los periodos de oferta y disponibilidad del transporte.
- ¿Cómo comprar? influyen factores de diversas categorías, comprar en los primeros sitios que hallemos, en efectivo, cheque o tarjeta, la disponibilidad del transporte, a llevarlo personalmente domicilio, crédito, contado.

2.4.7. Teoría del consumo

Según la recopilación de Seldon, Arthur y Pennance, F.G. (1997) en el Diccionario de economía nos habla sobre el consumo como un proceso de obtener utilidad de una mercancía o servicio. En sentido más general, describe el proceso de adquisición de mercancías y servicios para obtener satisfacciones directas de ellas; o indica la cantidad de gasto que se realiza en ellas.

Según Marcuse, Robert (2002) en su diccionario de términos financieros y bancarios, consumidor es la persona que necesita o quiere comprar productos o servicios y tiene los medios para hacerlo. El que desea un bien pero no tiene dinero para comprarlo no es un consumidor. El que tiene dinero pero no lo necesita ni quiere los productos que le ofrecen porque ya los tiene, tampoco lo es. Por eso, los muy pobres y los muy ricos, por diferentes razones, son malos consumidores.

Según Solomon, Michael R. (2008) en su libro Comportamiento del consumidor trata el tema sobre la teoría del consumo donde se refiere a que la gente no compra productos por lo que hacen, sino por lo que significan, este principio no significa que la función básica del producto no sea importante, sino que los papeles que los productos tienen en nuestras vidas van más allá de las tareas que desempeñan.

Según Prestan Serrano, Carlos Javier (2017) en su estudio Teoría del consumo centra el consumo de los individuos en las motivaciones del mismo (búsqueda del estatus o estima social) y en los cambios sociales. El hombre, básicamente toma sus decisiones de consumo guiado por cinco instintos:

- El de trabajo eficaz
- El de emulación o tendencia a seguir la conducta del grupo de referencia e imitar la de los pares
- El de curiosidad ociosa o inclinación al saber desinteresado
- El de inclinación paternal, que es la preocupación no solo por el bienestar presente, sino también por el bienestar futuro de la descendencia
- El de auto conservación

Estos cinco patrones definen el consumo de los individuos desde una perspectiva psicológica, ya que básicamente las personas siempre tendemos a comprar lo que consideramos útil y que nos genera una satisfacción eficaz y no un esfuerzo inútil, luego de esto la auto superación personal lleva al individuo a realizar un consumo cada vez más ostentoso, ya que el tipo de gastos aceptado en la comunidad o en la clase a que pertenece

una persona determina en parte cuál ha de ser su nivel de vida; situación que genera irremediamente la emulación y a la curiosidad de consumo. Directriz que todos los seres humanos socialmente adaptados seguimos.

Según Sevilla Díaz, Victorina (2004) en su estudio Teoría del consumo y el ahorro en economía, el consumo es la síntesis de la actividad económica, pues representa la etapa del disfrute personal de bienes y servicios que produce una sociedad en conjunto. En esta fase intervienen todos los agentes que determinan al sistema económico-mercado productores y consumidores; en donde cada quien por su cuenta, consumirá la cantidad suficiente y necesaria de bienes y servicios.

La renta, el consumo y el ahorro están estrechamente relacionados entre sí, más concretamente, el ahorro personal es la parte de la renta disponible que no se consume, el ahorro es igual a la renta menos el consumo.

Una de las relaciones más importantes de toda la macroeconomía es la función del consumo, que muestra la relación entre nivel de gasto y consumo; y el nivel de renta disponible.

La relación entre el consumo y la renta se denomina función de consumo, donde el gasto de consumo es exactamente igual a la renta disponible: el hogar no es ni un prestario ni un ahorrador.

La macroeconomía moderna concede una gran importancia a la respuesta del consumo a las variaciones de la renta. Este concepto se denomina propensión marginal a consumir o PMC. La propensión marginal a consumir es la cantidad adicional que consumen los individuos cuando reciben un dólar adicional a la renta. En economía, la palabra marginal significa incremento.

En macroeconomía, propensión a consumir se refiere al nivel deseado de consumo. Por tanto, PMC es el consumo adicional derivado de un dólar adicional a la renta disponible.

La conducta del consumo es fundamental para comprender los ciclos económicos a corto plazo como el crecimiento económico a largo plazo. A corto plazo el consumo es un gran componente del gasto agregado. Cuando varía bruscamente, es probable que la variación afecte a la producción y al empleo a través de su influencia en la demanda agregada.

La conducta del consumo también es importante porque el país dispone de lo que se consume, es decir; de lo que se ahorra para invertir en nuevos bienes de capital; el capitales la fuerza motriz del crecimiento económico a largo plazo.

El comportamiento del consumo y del ahorro es clave para comprender el crecimiento económico y los ciclos económicos

2.4.8. Consumo de Seguros de Vida

Según Yaari, Menahem (1965) en su documento *Uncertain Lifetime, Life insurance, and the Theory of Consume*, considera la demanda de seguros de vida dentro del proceso de asignación de recursos que enfrenta un individuo a lo largo de su vida, sujeto al deseo personal de dejar recursos para sus dependientes en el momento de su muerte o tener una fuente de ingresos para su época de retiro.

El consumidor que hace planes para su futuro debe de una forma u otra, tener en cuenta que no tiene certeza de cuánto va a vivir.

La compra de seguros de vida permite que el individuo se cubra de dos riesgos:

- De una muerte prematura que implica un corte al flujo de ingresos de sus dependientes, o
- De no tener los ingresos suficientes para sobrevivir luego del retiro del mercado laboral, por presentar extra longevidad.

El problema de la incertidumbre de la expectativa de vida y la demanda por seguros de vida usa una función de utilidad esperada en tiempo continuo, de donde deriva una caracterización de los patrones de consumo y ahorro, incluyendo el riesgo de morir durante el ciclo de vida.

Los planes de consumo y ahorro óptimos al incluir la posibilidad de aseguramiento son simétricos, los agentes pueden separar las decisiones de consumo y las decisiones de dejar una herencia, lo que no ocurría en el caso de ausencia de seguros.

Según Fernández, Oscar (2014) en su documento La contratación de seguros, los seguros de vida tienen como objeto la obtención por parte del beneficiario de una prestación económica cuando se produzca el riesgo asegurado.

El asegurador se obliga a pagar al tomador o a otra persona designada (beneficiario), un capital o una renta en caso de fallecimiento o de supervivencia transcurrido el plazo determinado en la póliza.

Las coberturas básicas de este tipo de seguro son, por tanto, fallecimiento y supervivencia:

- Seguros de fallecimiento: Son aquellos que garantizan un capital o renta en el caso de que el asegurado fallezca dentro del período de duración del seguro.
- Seguros diferidos o de supervivencia: Son aquellas pólizas que garantizan al beneficiario el pago de un capital o renta en una determinada fecha, siempre que no hubiese ocurrido el fallecimiento del asegurado.
- Seguros mixtos: El asegurador cubre alternativamente el riesgo de fallecimiento y de supervivencia del asegurado, garantizando un capital o renta a una determinada fecha y otro capital o renta, que puede ser o no igual al anterior, en el caso de que el asegurado fallezca durante la duración del seguro.

Es frecuente encontrarse con garantías complementarias tales como invalidez permanente o doble capital por accidente.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1.Enfoque

El enfoque del estudio a realizarse es de carácter Cuantitativo ya que se basa en el estudio y análisis de la realidad a través de diferentes procedimientos basados en la medición esto de acuerdo a Castillero Mimenza, Oscar (2017), porque lo que se busca es identificar el número de personas que piensan adquirir un seguros de vida, y por otro lado determinar si la adquisición del seguro de vida afecta o no a las finanzas familiares.

3.2.Modalidad de investigación

3.2.1. Modalidad de campo

La investigación es de campo ya que se aplica la técnica de la encuesta a las familias que viven en el sector de Cumbayá, esta herramienta sirve para indagar la predisposición del consumo de los seguros de vida y el impacto en las finanzas familiares, dicha encuesta está conformada de trece preguntas enfocadas para conocer ingresos, gastos, número de personas que trabajan en los hogares, cuantas personas trabajan, también ayuda a determinar que prefieren las personas sobre los seguros de vida tal como cobertura, valor de primas y que valor están dispuestos a pagar por un seguro de vida.

Como explica Tamayo, Mario (2003) esta investigación será de Campo debido a que su estudio será en el lugar de los hechos, se tomara los datos directamente lo que nos servirá para palpar directamente los acontecimientos.

3.2.2. Modalidad documental o bibliográfica

La investigación también es documental o bibliográfica ya que se ocupa documentos, obras bibliográficas de personas especializadas y estudios anteriores realizados dentro del país y fuera del mismo. Como lo explica Muñoz Razo, Carlos (2011) en su libro como elaborar y asesorar una investigación de tesis, el propósito de la investigación documental o bibliográfica es conocer, profundizar y comparar diferentes enfoques tomando en cuenta a varios autores que han trabajado sobre el estudio y así teniendo contacto con el problema para de acuerdo a la situación actual proyectarse al futuro.

3.3. Nivel de investigación

3.3.1. Investigación exploratoria

Esta investigación es exploratoria ya que se utiliza encuestas direccionadas a las familias que residen en Cumbayá, de acuerdo a Tamayo, Mario (2003) en la investigación exploratoria se recolectará datos de la muestra que se extraerá de la población para establecer una estrategia operacional que permita observar, analizar y reflexionar sobre el entorno, esta investigación se concentrara en analizar e investigar aspectos concretos que aún no han sido analizados en profundidad como la predisposición del consumo de seguros de vida y explorar cómo influye o impacta una compra de seguro de vida en las finanzas familiares de las personas que viven en el sector de Cumbayá.

3.3.2. Investigación descriptiva

Esta investigación es descriptiva ya que el objetivo es establecer una descripción lo más completa posible de las finanzas familiares, donde se investiga cuantas personas integran en cada hogar y cuantas trabajan, los ingresos promedios mensuales de las familias, el valor promedio de gastos y con esta información se puede conocer como está integrado los ingresos y gastos en los hogares de Cumbayá. Para tener una idea sobre la predisposición de los seguros de vida se

necesita conocer que prefieren las familias sobre cobertura, valor de prima, tipo de prima y que desean al adquirir un seguro de vida.

Este tipo de investigaciones mide las características y observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlos esto según Castillero Mimenza, Oscar (2017).

3.3.3. Investigación correlacional

Esta investigación también es correlacional ya que se busca la correlación entre la variable de las finanzas familiares y la variable de la predisposición del consumo de seguros de vida, para buscar la relación se utiliza la técnica del Chi cuadrado, está es una prueba de hipótesis que compara la relación entre dos variables, como lo determina Siddharth Kalla (2011), si dos variables están correlacionadas o no, esto representa que se analizará si un aumento o disminución en una variable concuerda con un aumento o disminución en la otra variable del estudio.

3.4.Población y la muestra

3.4.1. Población

Cumbayá es una parroquia suburbana del Distrito Metropolitano de Quito, está ubicada al oriente en el valle de Tumbaco, es reconocida por su clima agradable y por ser una de las zonas residenciales más exclusivas de la ciudad.

En la parroquia de Cumbayá se encuentra una de las principales universidades del país la Universidad San Francisco de Quito. La Iglesia de Cumbayá en la Plaza central y la Iglesia de Miravalle, construida en 1987, se encuentra el complejo Rancho San Francisco, La Esquina, Centro Plaza y los centros comerciales Villa Cumbayá, Scala y Paseo San Francisco se localiza también muy próxima al Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.

De acuerdo al INEC la población de Cumbayá es la siguiente:



POBLACIÓN, SUPERFICIE (KM2), DENSIDAD POBLACIONAL A NIVEL PARROQUIAL

Código	Nombre de provincia	Nombre de cantón	Nombre de parroquia	Población	Superficie de la parroquia (km2)
170157	PICHINCHA	QUITO	CUMBAYA	31.463	21,12

Imagen 3.1. Población, superficie (km2), densidad poblacional a nivel parroquial

Fuente: INEC

La población está dividida de la siguiente manera de acuerdo a la última actualización presentada por el INEC (2010):



Título

POBLACION POR GRUPOS DE EDAD, SEGUN PROVINCIA, CANTON, PARROQUIA Y AREA DE EMPADRONAMIENTO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	AREA	Grupos de edad			
				Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años
Pichincha	QUITO	CUMBAYA					
			RURAL	410	2.072	2.733	2.744
			Total	410	2.072	2.733	2.744
				De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años
				2.680	2.542	2.502	2.370
			Total	2.680	2.542	2.502	2.370
				De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años
				2.570	2.254	2.181	1.711
			Total	2.570	2.254	2.181	1.711
				De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años
				1.479	1.094	779	512
			Total	1.479	1.094	779	512
				De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años
				362	250	144	50
			Total	362	250	144	50
				De 95 a 99 años	De 100 años y más	Total	
				13	11	31.463	
			Total	13	11	31.463	

Imagen 3.2. Población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento

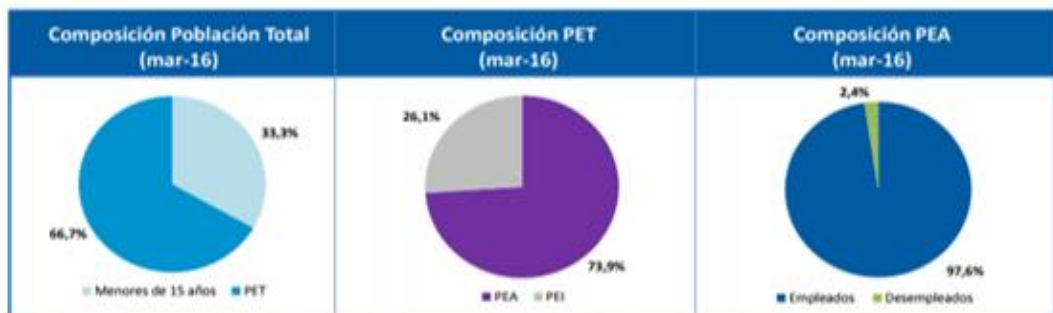
Fuente: INEC

Para determinar el universo se tomara encuesta los datos publicados por el INEC (2016) sobre el porcentaje de la población económicamente activa en los sectores rurales:

Composición de la población: Total rural

Durante marzo 2016 a nivel rural se tiene:

- Del 100% de la población, **66,7%** está en edad de trabajar.
- De la población en edad de trabajar, el **73,9%** se encuentran económicamente activa
- De la población económicamente activa, el **97,6%** tienen empleo.



PET= Población en edad de trabajar, PEA= Población económicamente activa, PEI= Población económicamente inactiva.

*La categoría de empleo incluye a los asalariados e independientes



Imagen 3.3. Composición de la población: Total rural

Fuente: INEC

Los datos obtenidos sobre la población nos dan que el universo es de 15.136 personas de acuerdo al cuadro realizado:

TABLA 3.1. POBLACION CUMBAYA			
Población total	PET	PEA	Tienen empleo
100%	66,70%	73,90%	97,60%
31463	20986	15509	15136
Total de población que tiene empleo			15136

Tabla 3.1. Población Cumbayá

Fuente: Imagen 3.2 e Imagen 3.3

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

3.4.2. Muestra

Se calcula la muestra con los siguientes datos:

Población N = 15136

Nivel de confianza del 95%

Margen de error del 5% $e = 0,05$

Nivel de confianza $Z=1,96$

Desviación estándar $\sigma = 0,5$

El cálculo de la muestra se ha realizado en Microsoft Excel utilizando la siguiente fórmula:

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

TABLA 3.2. Cálculo de la muestra

N	15136
E	0,05
Σ	0,5
Z	1,96
N	374,68

Tabla 3.2. Cálculo de la muestra

Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

De acuerdo a los cálculos se encuentra una muestra de 375.

3.5.Operacionalización de variables

3.5.1. Operacionalización de variable independiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE						
VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Finanzas familiares	Administración del dinero dentro de la familia	INGRESOS FAMILIARES	-SUELDO -OTROS INGRESO	¿Cuáles son las fuentes de ingreso y cuanto es el ingreso promedio familiar?	ENCUESTAS A LA MUESTRA	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
		GASTOS FAMILIARES	-ALIMENTACIÓN -VESTIMENTA -EDUCACIÓN -VIVIENDA -ENTRETENIMIENTO -SEGURO DE SALUD -SEGURO DE VIVIENDA -SEGURO DE VIDA	¿Cómo está formada la estructura de gastos familiar?	ENCUESTAS A LA MUESTRA	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
		SUPERAVIT O DEFICIT	DIFERENCIA ENTRE INGRESOS Y GASTOS FAMILIARES	¿CUAL ES EL AHORRO O DEUDA GENERADO A FAVOR DEL HOGAR?	ENCUESTAS A LA MUESTRA	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

Cuadro3.1. Operacionalización de Variable Independiente

Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

3.5.2. Operacionalización de variable dependiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE DEPENDIENTE						
VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Seguros de vida	ES UN CONTRATO QUE GARANTIZA LA ESTABILIDAD ECONÓMICA DE LOS SERES QUERIDOS O FAMILIARES EN CASO DE FALLECIMIENTO	Seguro de vida a término Seguro de vida de ahorro	Tiempo de duración	¿Por cuánto tiempo quería tener un seguro de vida, por un tiempo determinado o por toda su vida?	ENCUESTAS A LA MUESTRA	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
		Seguro de vida colectivos Seguros de vida individuales Seguros de vida de varias cabezas	Números de asegurados cubiertos por la póliza	¿Está dispuesto a tener a todos sus familiares asegurados o solo a los que trabajan?	ENCUESTAS A LA MUESTRA	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
		Prima nivelada Prima de riesgo	Valor de la prima contratada	¿Estaría dispuesto a pagar una prima constante? Aceptaría una prima variable que cambia dependiendo de la edad del asegurado?	ENCUESTAS A LA MUESTRA	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO
		Seguro de vida a término Seguro de vida con ahorro	Forma de pago de las primas	¿Prefiere que el pago de las primas sean como están estipulados o que dependa de los rendimientos de la inversión que realice la compañía de seguros?	ENCUESTAS A LA MUESTRA	CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

Cuadro 3.2. Operacionalización de Variable Dependiente
Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

3.6.Recolección de información

La recolección de la información será realizada únicamente por el investigador de una manera directa y participante, cabe señalar que para la recolección de datos se realizarán cuestionarios debidamente estructurados determinando un proceso sistemático.

3.7. Procesamiento y análisis

El procesamiento de la información se realizará de manera ordenada y minuciosa, determinando la veracidad de las respuestas, el análisis se realizará por medio del programa informático “EXCEL” utilizando tablas y gráficos de análisis para la mejor interpretación de los resultados obtenidos.

Para la determinación de la hipótesis se realizará con el método de Chi cuadrado, debido a que este estimador es uno de los ideales para universos muestrales pequeños.

3.8. Análisis e interpretación de la Encuesta

Encuesta dirigida a familias en la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito (anexo 1).

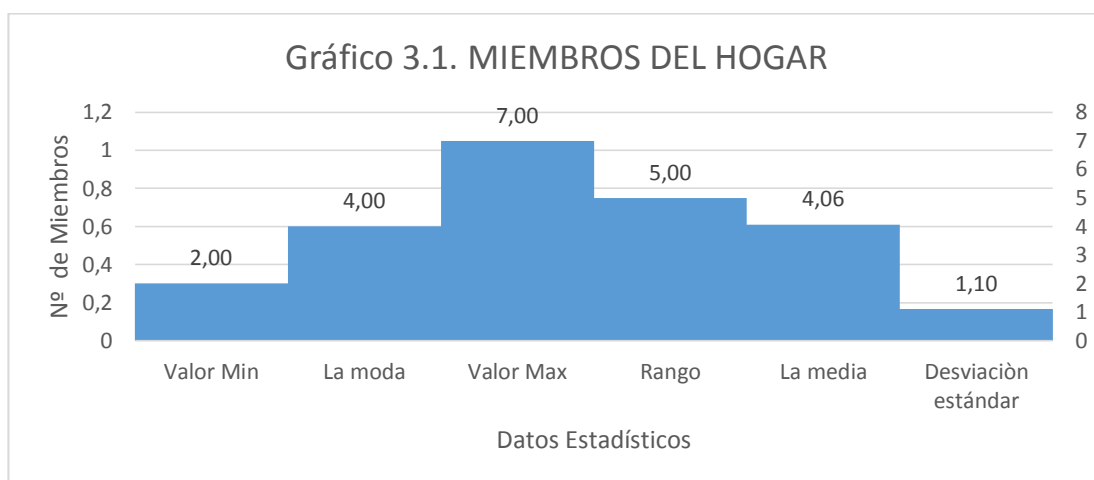
1. ¿Cuántos miembros son en su hogar?

TABLA 3.3. Miembros del hogar

Estadística Descriptiva

La media	4,061
La moda	4
Valor Max	7
Valor Min	2
Rango	5
Desviación estándar	1,1037

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares
Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.3. Miembros del hogar
 Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

El promedio de miembros en las familias de Cumbayá sería para determinar para cuantas personas se debe destinar los ingresos familiares, de acuerdo a las encuestas el promedio o la media es de 4 personas las que conforman a las familias, teniendo una desviación estándar de 1,1037 y un rango de 5 esto indica que los datos no están dispersos. En el gráfico se puede visualizar que la mayoría de las familias están conformadas por 4 personas.

2. ¿Cuántas personas en su hogar trabajan?

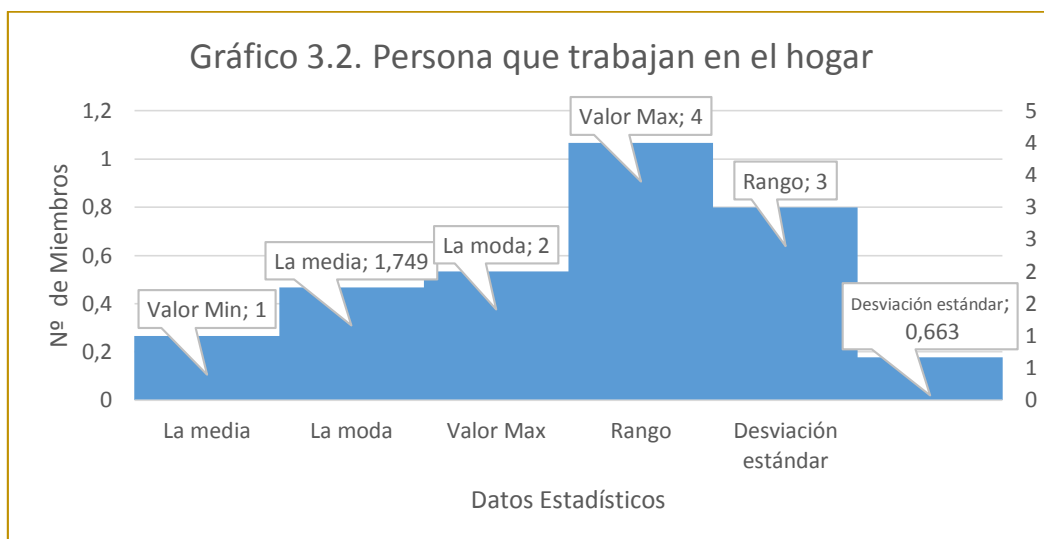
TABLA 3.4. Personas que trabajan en el hogar

Estadística Descriptiva

La media	1,749
La moda	2
Valor Max	4
Valor Min	1
Rango	3
Desviación estándar	0,663

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.4. Personas que trabajan en el hogar

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Cuántas personas contribuyen económicamente en el hogar y así poder determinar el ingreso promedio para las familias, como se presenta en las encuestas el promedio o la media es de 1.749 esto indica cuantas son las personas que trabajan dentro de las familias, teniendo una desviación estándar de 0,663 y un rango de 3 representan que los datos no están dispersos. En el gráfico se puede visualizar que la mayoría de las familias encuestadas cuentan con 2 miembros que trabajan.

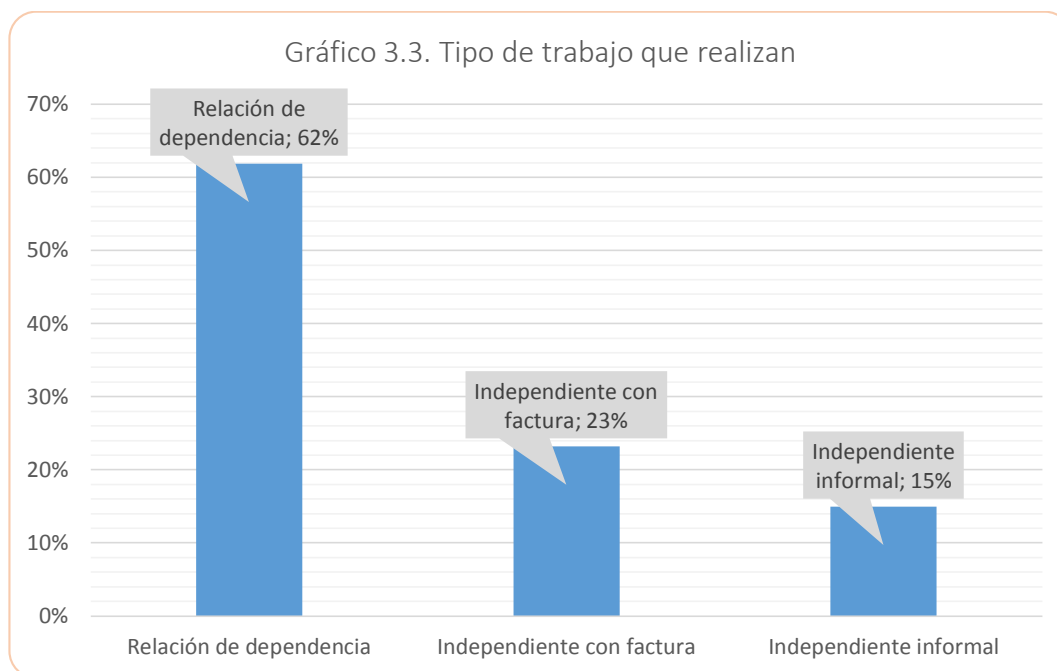
3. Escoja el tipo de trabajo que realizan las personas que viven en su hogar:

TABLA 3.5. Tipo de trabajo que realizan

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Relación de dependencia	232	62%
Independiente con factura	87	23%
Independiente informal	56	15%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.5. Tipo de trabajo que realizan

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

El tipo de modalidad laboral permite determinar la seguridad laboral en el pago de las primas con esto se determina que familias tienen ingresos constante y cuales no lo tienen, se ve en las encuestas el 62% de los encuestados trabajan con relación de dependencia, el 23% trabajan independientemente pero entregan facturas y el 15% trabajan de manera informal.

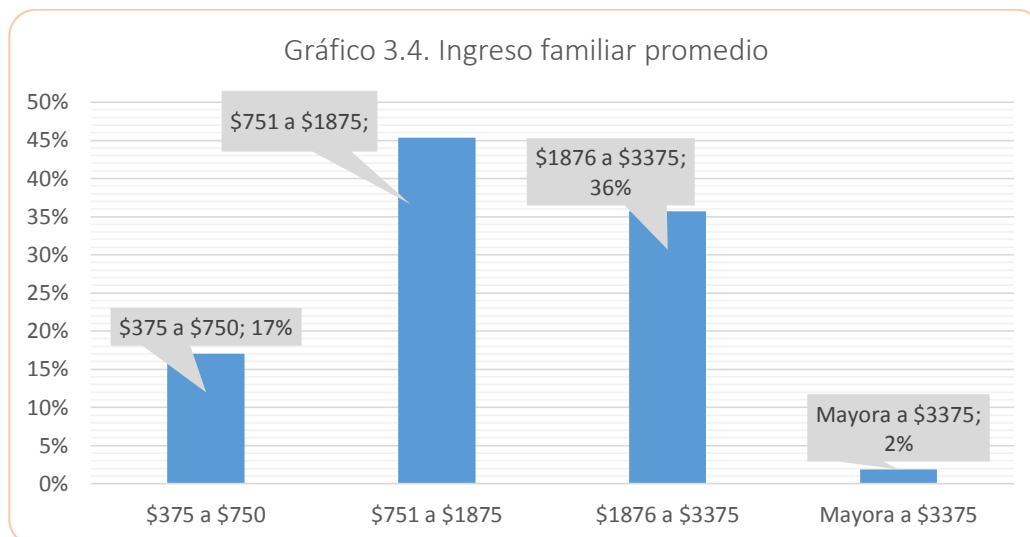
4. El ingreso familiar que aportan los miembros de la familia que trabajan es:

TABLA 3.6. Ingreso familiar promedio

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$375 a \$750	64	17%
\$751 a \$1875	170	45%
\$1876 a \$3375	134	36%
Mayora a \$3375	7	2%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.6. Ingreso familiar promedio
 Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

El promedio de ingresos de las familias sirve para saber con cuanto se podría contar al mes para destinarlo al pago del seguro de vida, las encuestas revelan que el 45% de los encuestados tienen un ingreso que está en el rango de \$751 a \$1875, el 36% está en el rango de \$1876 a \$3375, 17% tiene un ingreso que está entre \$375 a \$750 y el 2% gana más de \$3375.

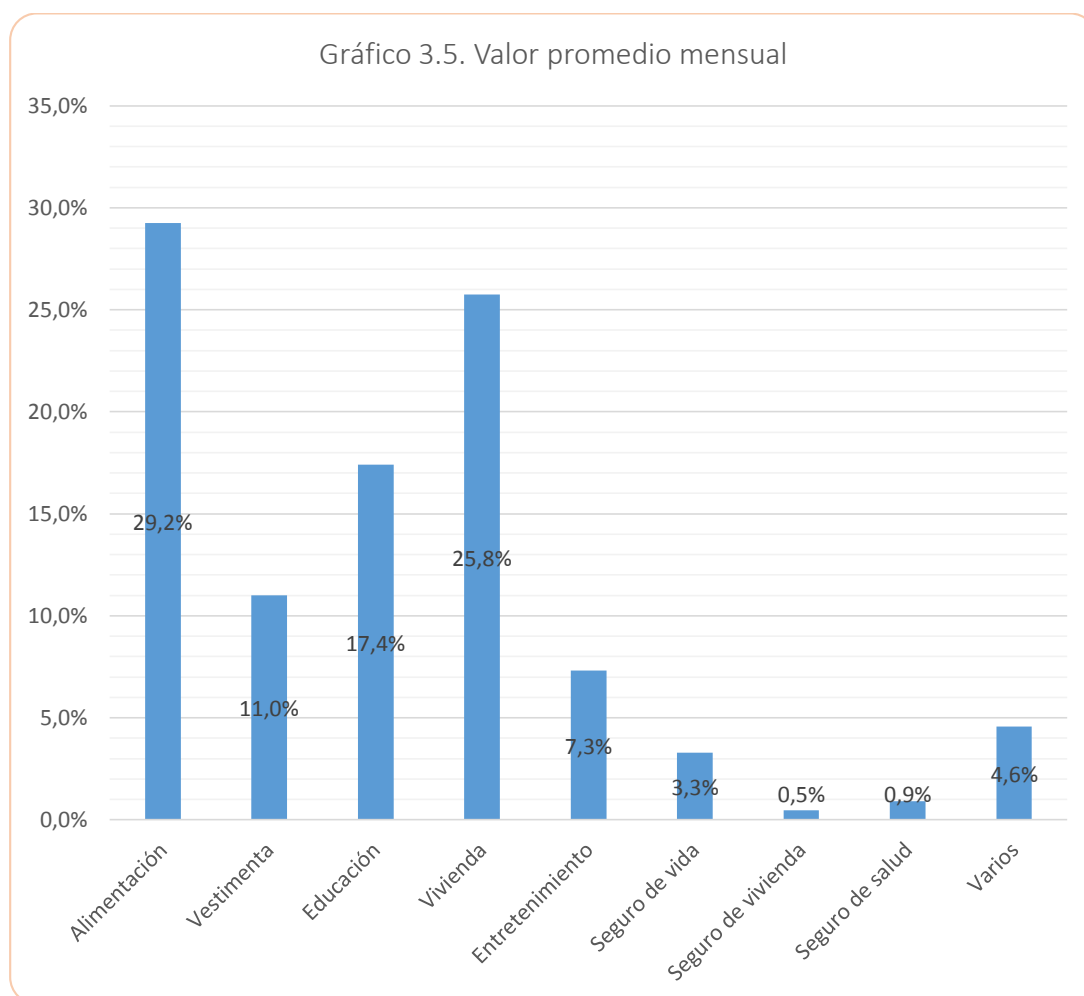
5. ¿Cuál es el valor mensual que su familia destina a los siguientes rubros:

TABLA 3.7. Valor promedio mensual (anexo 2)

Respuestas	Valor promedio	Frecuencia Relativa
Alimentación	\$ 230,21	29,2%
Vestimenta	\$ 86,69	11,0%
Educación	\$ 137,04	17,4%
Vivienda	\$ 202,72	25,8%
Entretenimiento	\$ 57,71	7,3%
Seguro de vida	\$ 25,95	3,3%
Seguro de vivienda	\$ 3,76	0,5%
Seguro de salud	\$ 7,11	0,9%
Varios	\$ 35,99	4,6%
Total promedio de gastos	\$ 787,17	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.7. Valor promedio mensual

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Determina el valor promedio destinado para cada gasto dentro de las familias y así poder evaluar en se está gastando inadecuadamente, se puede visualizar que el 29.2% se gasta en alimentación, el 25% en la vivienda, el 17,4% está destinado a la educación; el 11% se gasta en vestimenta, en entretenimiento un 7.3%, en varios es un 4.6%, en seguro de vida destinan un 3.3%, un 0.9% en gasto de seguro de salud y en seguro de vivienda un 0.5%.

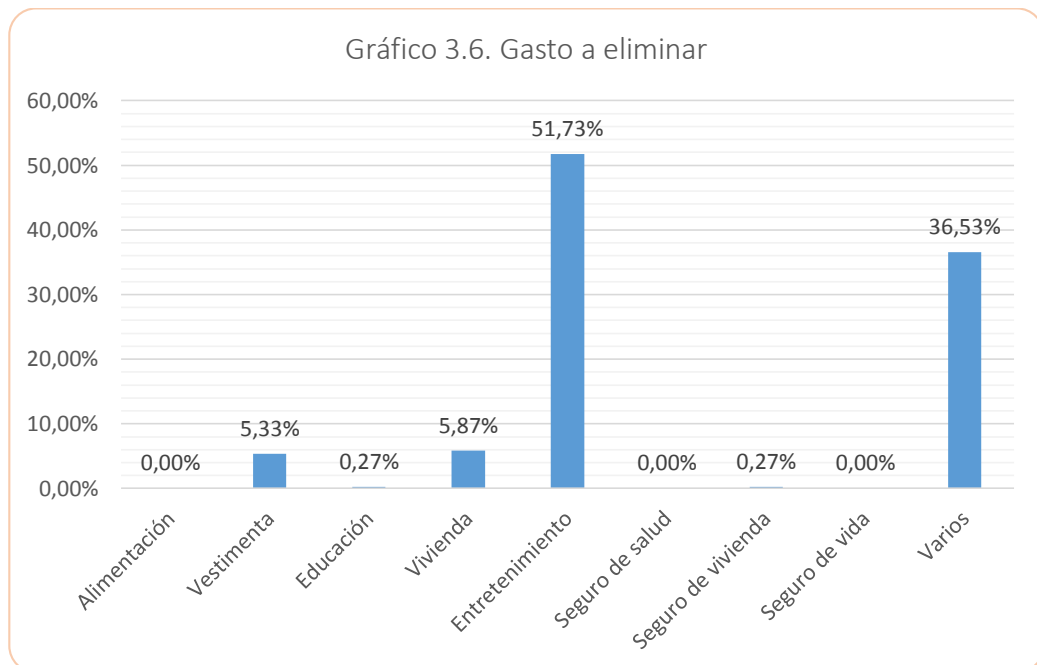
6. En caso de tener una emergencia familiar cual gasto eliminaría de su presupuesto:

TABLA 3.8. Gasto a eliminar

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alimentación		0,00%
Vestimenta	20	5,33%
Educación	1	0,27%
Vivienda	22	5,87%
Entretenimiento	194	51,73%
Seguro de salud		0,00%
Seguro de vivienda	1	0,27%
Seguro de vida		0,00%
Varios	137	36,53%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.8. Gasto a eliminar

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Determina que gasto las familias están dispuestos a eliminar y destinarlo para algún tipo de emergencia, de acuerdo a las encuestas las familias están dispuestos a eliminar

de sus gastos mensuales en un 51.73% el entretenimiento, en un 36.53% eliminarían el gasto de varios, en un 5.87% eliminarían el valor de la vivienda, 5.33% eliminaría la vestimenta; en un 0.27% eliminaría el seguro de vivienda y 0.27% eliminaría el gasto de educación.

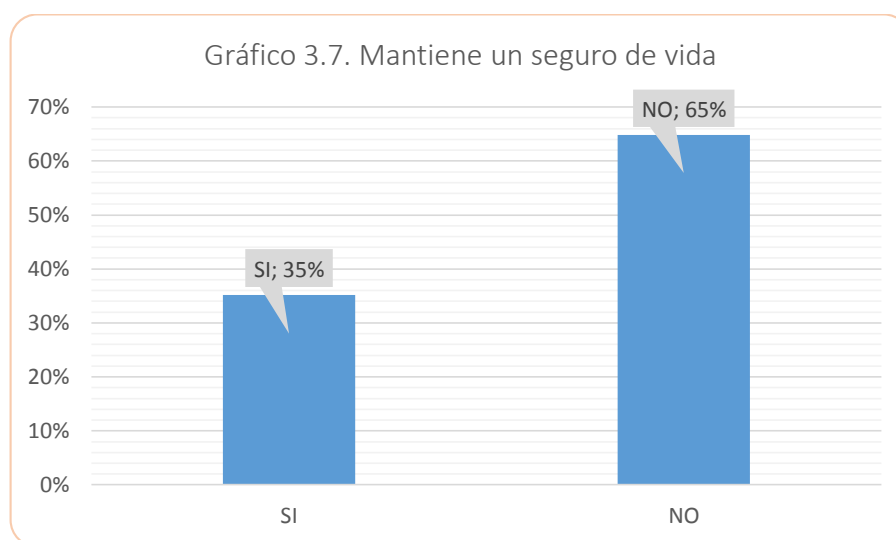
7. ¿Mantiene un seguro de vida en su hogar?

TABLA 3.9. Mantiene un seguro de vida

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	132	35%
NO	243	65%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.9. Mantiene un seguro de vida

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Conocer cuál es el mercado objetivo que existe para los seguros de vida al determinar si las familias tienen o no un seguro de vida, con la información adquirida por las encuestas indica que el 65% no cuentan con un seguro de vida y el 35% si cuentan con dicho seguro de vida.

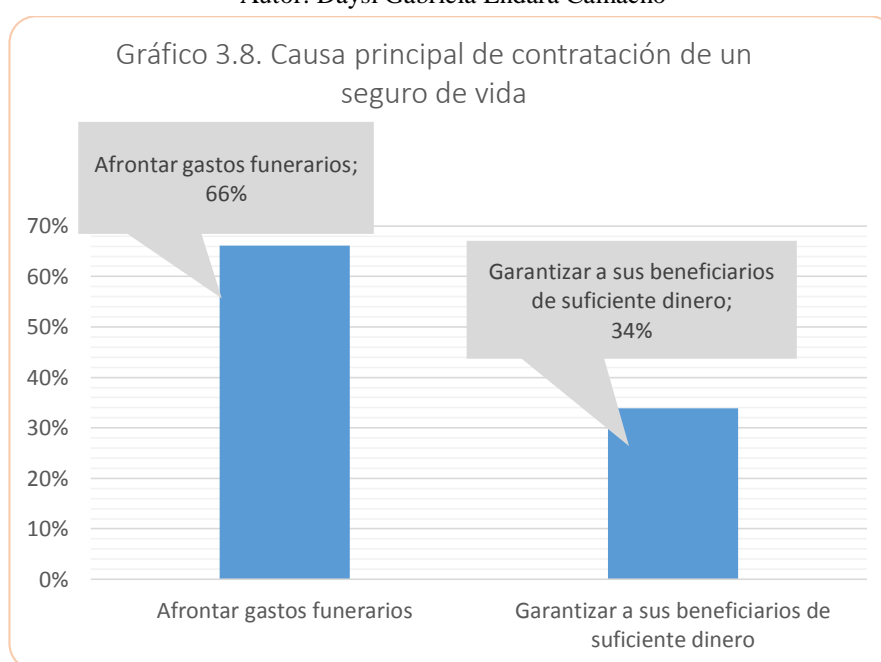
8. ¿Cuál es la causa principal para la contratación de un seguro de vida?

TABLA 3.10. Causa principal de contratación de un seguro de vida

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Afrontar gastos funerarios	248	66%
Garantizar a sus beneficiarios de suficiente dinero	127	34%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.10. Causa principal de contratación de un seguro de vida

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Establece las causas por las cuales las familias desean adquirir un seguro de vida esto determina la predisposición que tienen las familias con respecto a los seguros de vida.

De acuerdo a las encuestas el 66% compraría un seguro de vida para afrontar los gastos

funerarios, mientras que el 34% lo adquiriría para garantizar a sus beneficiarios el dinero suficiente para luego de fallecimiento.

9. ¿Cuántas personas poseen un seguro de vida en su familia?

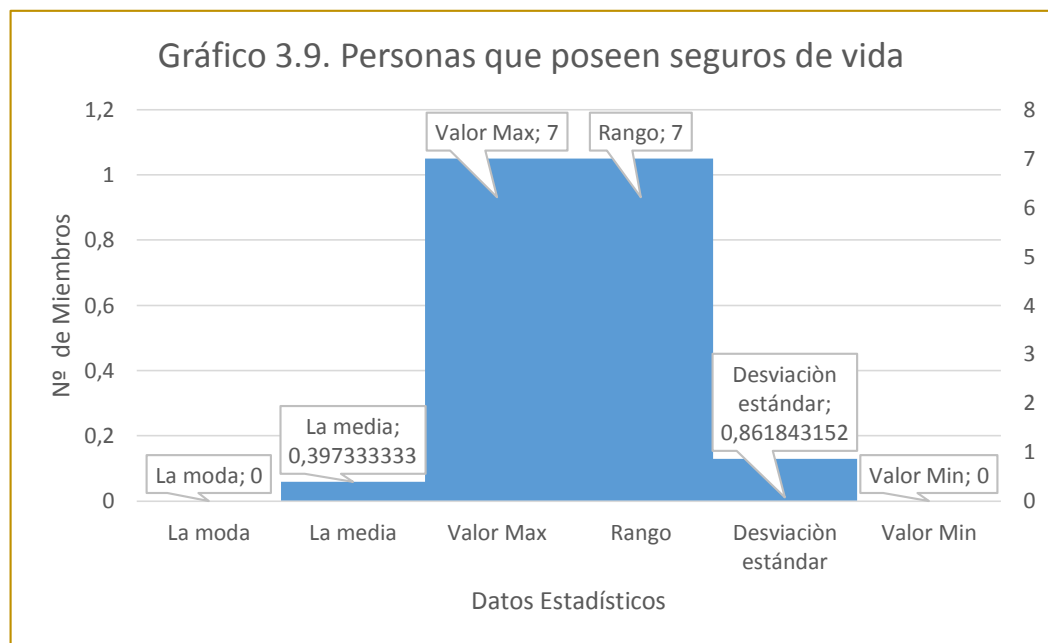
TABLA 3.11. Personas que poseen seguro de vida

Estadística Descriptiva

La media	0,397333333
La moda	0
Valor Max	7
Valor Min	0
Rango	7
Desviación estándar	0,861843152

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.11. Personas que poseen seguro de vida

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Cuántas personas tienen un seguro de vida dentro de las familias sirve para determinar el mercado potencial que existe para la adquisición de un seguro de vida, como se presenta en las encuestas el 0.40 es el promedio o la media de personas que tienen

seguro de vida en las familias, tomando en cuenta que la moda es de 0 quiere decir que la mayoría de las familias encuestadas no tienen a ningún familiar con un seguros de vida, al tener una desviación estándar de 0,86 y un rango de 7 representan que los datos están dispersos solo en 7 datos.

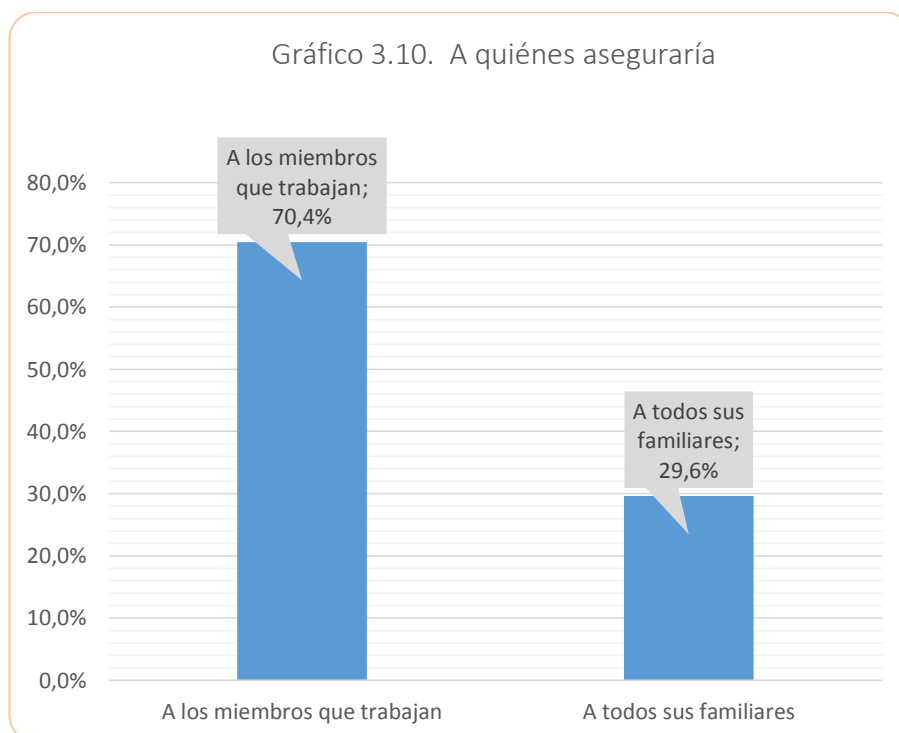
10. ¿A quiénes aseguraría?

TABLA 3.12. A quiénes aseguraría

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
A los miembros que trabajan	264	70,4%
A todos sus familiares	111	29,6%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.12. A quiénes aseguraría

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Conocer la predisposición de las familias para saber a qué personas asegurarían dentro del hogar; de acuerdo a las encuestas el 70.4% de las familias están dispuestas solo a asegurar a las personas que trabajan en los hogares y el 29.6% de las familias encuestadas dijeron que estarían dispuestos a asegurar a todos los miembros de sus familias.

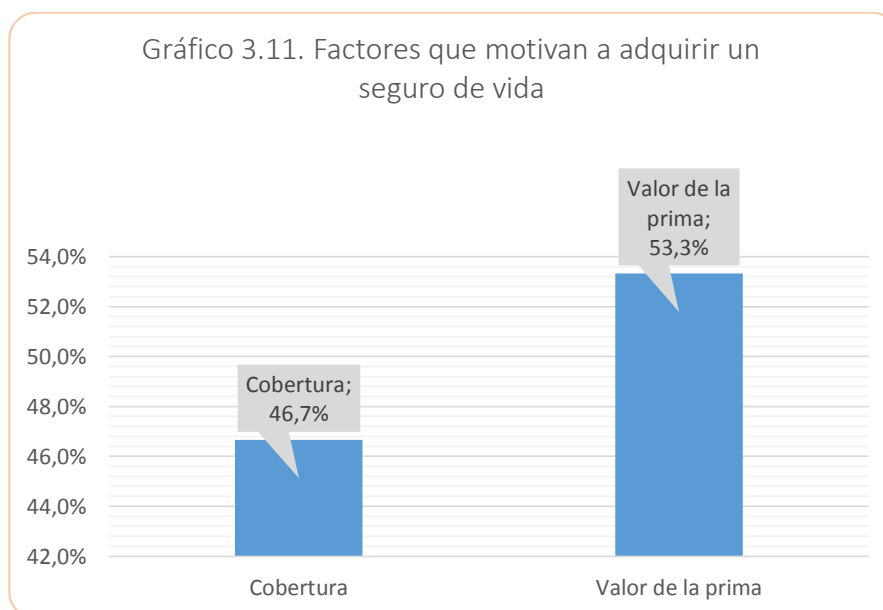
11. ¿Cuáles son los factores que motivan a adquirir un seguro de vida?

TABLA 3.13. Factores que motivan a adquirir un seguro de vida

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cobertura	175	46,7%
Valor de la prima	200	53,3%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.13. Factores que motivan a adquirir un seguro de vida

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Determinar cuál es el factor más importante para las familias en el momento de adquirir un seguro de vida para los miembros del hogar, de acuerdo a las encuestas el 53.3% de las familias se fijan más en el valor de la prima, mientras que el 46.7% les importa más la cobertura del seguro.

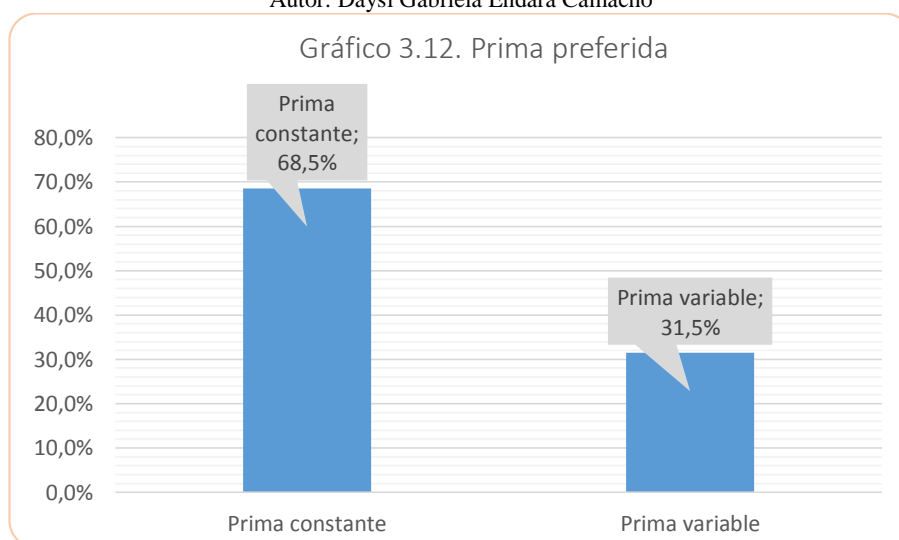
12. ¿Cuál prima preferiría tener?

TABLA 3.14. Prima preferida

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Prima constante (El valor de la prima sea el mismo durante todos los meses)	257	68,5%
Prima variable (El valor de la prima suba igual que la edad del asegurado)	118	31,5%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.14. Prima preferida

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Determinar qué valor de prima están dispuestos a adquirir las familias y con esto poder determinar si prefieren un valor constante durante el tiempo del seguro de vida o un valor variable que dependa de la edad del asegurado, mientras más joven menos valor de prima y viceversa; de acuerdo a las encuestas el 68.5% prefieren un valor constante y el 31.5% prefieren un valor variable.

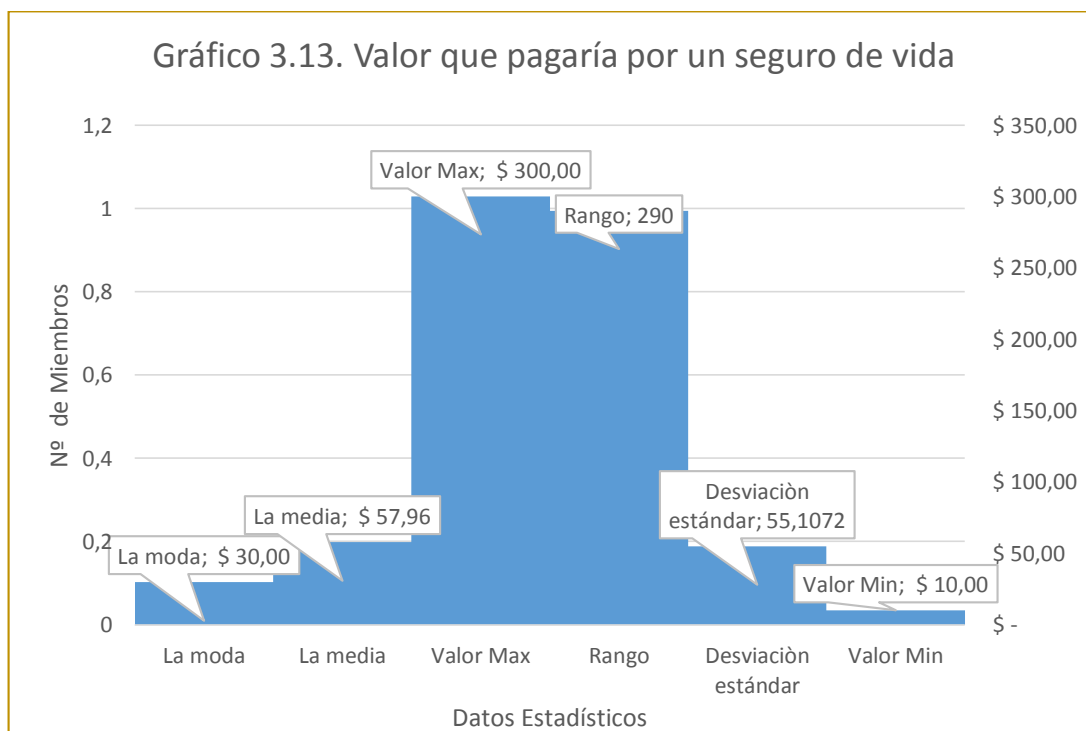
13. ¿Cuál es el valor que usted pagaría por un seguro de vida?

TABLA 3.15. Valor que pagaría por un seguro de vida

Estadística Descriptiva

La media	\$	57,96
La moda	\$	30,00
Valor Max	\$	300,00
Valor Min	\$	10,00
Rango		290
Desviación estándar		55,1072

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares
Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho



Fuente: Tabla 3.15. Valor que pagaría por un seguro de vida

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Análisis e interpretación

Conocer cuál sería el valor promedio que las familias están dispuestas a gastar en un seguro de vida para la protección de los miembros del hogar, como se presenta en las encuestas el promedio o la media que están dispuestos a gastar son \$57,96, tomando en cuenta que la moda es de un valor de \$30, y al tener una desviación estándar de \$55.11 y representa que los datos están dispersos en un rango de 290 datos.

Como demuestra la gráfica la mayoría de las familias encuestadas prefieren un pago de \$57,96 para un seguro de vida.

3.9.Verificación de Hipótesis

3.9.1. Planteamiento de Hipótesis

La predisposición del consumo en seguros de vida si tiene un impacto directo con las finanzas familiares en la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito en el primer semestre del 2017.

3.9.2. Procedimiento de Verificación de Hipótesis

Para la utilización del Chi cuadrado, se maneja como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la concordancia de los valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se quiere verificar.

Combinación de Frecuencias

11. ¿Cuáles son los factores que me motivan a adquirir un seguro de vida?

TABLA 3.13. Factores que motivan a adquirir un seguro de vida

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Cobertura	175	46,7%
Valor de la prima	200	53,3%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

4. El ingreso familiar que aportan los miembros de la familia que trabajan es:

TABLA 3.6. Ingreso familiar promedio

Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$375 a \$750	64	17%
\$751 a \$1875	170	45%
\$1876 a \$3375	134	36%
Mayor a \$3375	7	2%
Total encuestados	375	100%

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Tabla de Contingencia

TABLA3.16. Frecuencia Observada (FO)				
		Pregunta N° 11		
		Cobertura	Valor de la prima	TOTAL
Pregunta N°4	\$375 a \$750	3	63	66
	\$751 a \$1875	115	55	170
	\$1876 a \$3375	51	81	132
	Mayor a \$3375	5	2	7
	TOTAL	174	201	375

Fuente: Tabla 3.13.Factores que motivan a adquirir un seguro de vida y

Tabla 3.6. Ingreso familiar promedio

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

TABLA 3.17. Frecuencia Esperada (FE)				
		Pregunta N° 11		
		Cobertura	Valor de la prima	TOTAL
Pregunta N°4	\$375 a \$750	30,624	35,376	66
	\$751 a \$1875	78,88	91,12	170
	\$1876 a \$3375	61,248	70,752	132
	Mayor a \$3375	3,248	3,752	7
	TOTAL	174	201	375

Fuente: Tabla 3.16. Frecuencia Observada (FO)

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

3.9.3. Formulación de Hipótesis Opuestas

Hipótesis Alternativa H_1 = Los factores que motivan a adquirir un seguro de vida, si es causado por el promedio de ingreso familiar que aportan los miembros de la familia.

Hipótesis Nula H_0 = Los factores que motivan a adquirir un seguro de vida, no es causado por el promedio de ingreso familiar que aportan los miembros de la familia.

3.9.4. Chi Cuadrado Crítico

El nivel de significancia con el que se trabaja para la presente investigación es del 5%.

Grado de significancia

$$\alpha = 0.05$$

Grado de libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

TABLA 3.18. Grados de libertad
$GL = (f-1)(c-1)$
$GL = (4-1)(2-1)$
$GL = (3)(1)$
$GL = 3$

Fuente: Tabla 3.17. Frecuencia Esperada (FE)

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Valor Crítico

Según la tabla del Chi cuadrado con 0,05 de probabilidad, con 3 grado de libertad se obtiene el siguiente resultado (anexo 3):

$$X^2 = 7,815$$

3.9.5. Cálculo de Chi Cuadrado

TABLA 3.19. FO-FE			
		Pregunta N° 11	
		Cobertura	Valor de la prima
Pregunta N°4	\$375 a \$750	-27,62	27,62
	\$751 a \$1875	36,12	-36,12
	\$1876 a \$3375	-10,25	10,25
	Mayor a \$3375	1,75	-1,75

Fuente: Tabla 3.16. Frecuencia Observada (FO) y Tabla 3.17. Frecuencia Esperada (FE)

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

TABLA 3.20. $(FO-FE)^2$			
		Pregunta N° 11	
		Cobertura	Valor de la prima
Pregunta N°4	\$375 a \$750	763,09	763,09
	\$751 a \$1875	1304,65	1304,65
	\$1876 a \$3375	105,02	105,02
	Mayor a \$3375	3,07	3,07

Fuente: Tabla 3.19. FO-FE

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

TABLA 3.21. $(FO-FE)^2/FE$			
		Pregunta N° 11	
		Cobertura	Valor de la prima
Pregunta N°4	\$375 a \$750	24,92	21,57
	\$751 a \$1875	16,54	14,32
	\$1876 a \$3375	1,71	1,48
	Mayor a \$3375	0,95	0,82
CHI CUADRADO			82,31

Fuente: Tabla 3.20. $(FO-FE)^2$

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

En donde:

X^2 = chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

FO = Frecuencia Observada

FE = Frecuencia esperada o teórica

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

$$X^2 = 82,31$$

3.9.6. Criterio de Decisión

Cuadro 3.3. ACEPTAR H_0
Valor Crítico > Chi cuadrado

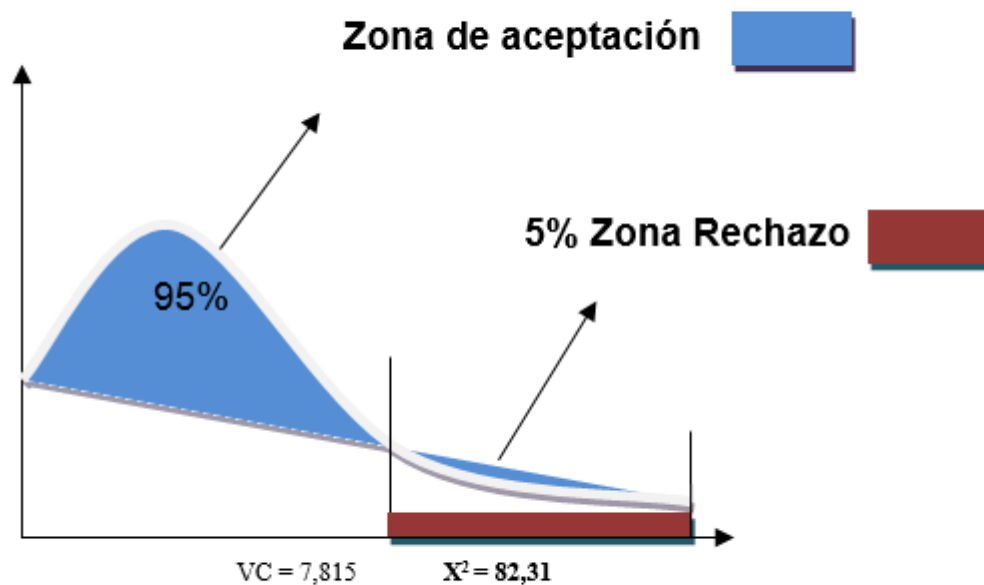
Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

Cuadro 3.4. ACEPTAR H_1
Valor Crítico < Chi cuadrado
7,815 < 82,31

Elaborado por: Daysi Gabriela Endara Camacho

A un nivel de significancia del 5% se llegó a rechazar la Hipótesis Nula H_0 , y aceptar la Hipótesis Alternativa H_1 lo que significa que: Los factores que motivan a adquirir un seguro de vida, **SI** es causado por el promedio de ingreso familiar que aportan los miembros de la familia.

Gráfico 3.14. Verificación de la Hipótesis



Fuente: Cuadro 3.4. Aceptar H_1

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

CAPÍTULO IV

Resultados

4.1. Principales resultados

De la investigación realizada en Cumbayá, se detecta que existen en las familias un promedio de cuatro miembros que conforman los hogares, de las cuales el promedio de personas que trabajan por familia es de dos miembros y la mayoría trabaja con relación de dependencia.

Se detecta que el ingreso familiar que aportan en promedio las personas que trabajan en el hogar está en el rango de \$751 a \$1875, del cual la familia destina un valor promedio para entretenimiento de \$57,71, y en caso de tener una emergencia en el hogar, estarían dispuestos a eliminar del presupuesto el valor de entretenimiento.

Se revela que en el sector de Cumbayá el 65% de encuestados no tienen un seguro de vida, pero la principal causa para adquirir un seguro de vida es afrontar los gastos funerarios, y si adquirieran un seguro de vida preferirían asegurar a los miembros que trabajan en el hogar.

La investigación revela que el valor promedio que las familias pagarías por un seguro de vida es de \$57,96, tomando en cuenta que los hogares en caso de emergencia están dispuestos a sacrificar el valor promedio que gastan por entretenimiento el cual es de \$51,73 y en segundo lugar el valor de varios que es de \$36,53.

Se descubre que las familias en Cumbayá tienen unos ingresos promedio entre \$751 a \$1875 y promedio de gastos de \$787,17, lo cual determina que si se puede tener un valor de ahorro que se puede ser destinado para la adquisición de un seguro

de vida y la predisposición del consumo determina que el valor que están dispuestos a pagar por dicho seguro es de \$57,96.

Se descubre en la investigación que el promedio de personas en el hogar que están aseguradas es de 0,3973 miembros, pero las familias toman más importancia en el caso de adquirir un seguro de vida en un 53,3% al valor de la prima y prefieren que dicho valor sean constante.

Se muestra que las familias de Cumbayá prefieren el valor de la prima en un 53.3% como principal motivo para la adquisición de un seguro de vida y que están dispuestos a pagar un valor promedio de \$57,96 por el mismo y prefieren el 68,5% que este valor sea constante.

4.2. Limitaciones del estudio

Las principales limitaciones que se encontró al realizar las encuestas en el sector de Cumbayá fueron:

Al realizarlas personalmente se encontró con personas que no les interesaba llenar la encuesta.

Algunos encuestados se encontraban preocupados del para que se iba a ocupar la información.

Hubo personas que no tenían conocimiento sobre los ingresos familiares ya que solo la persona que trabajaba contaba con dichos datos.

Muchas personas fueron evasivas aludiendo que no tenían tiempo.

El tiempo que se ocupó para cada encuestado fue más del previsto.

El clima fue un gran problema ya que al presentarse las lluvias se tuvo que cancelar la recolección.

4.3. Conclusiones

Luego de haber culminado con los estudios de los datos mediante la utilización de tablas, gráficos y los análisis estadísticos respectivos se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Se ha analizado la cantidad de personas que conforman los hogares y los individuos que aportan para los ingresos promedio en el hogar y también se ha examinado los gastos promedio de las familias de la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito, con esto se ha concluido que los ingresos son mayores a los gastos y se evidencia que hay consumos que pueden ser destinados al ahorro para poder tener un seguro de vida dentro del hogar.

Dentro de la investigación y el análisis se ha determinado que de acuerdo a los factores conductuales de las familias de la parroquia de Cumbayá sobre la predisposición en el consumo de seguros de vida se llega a la conclusión que para la adquisición de seguros de vida son para afrontar los gastos funerarios y preferirían asegurar a los miembros que trabajan y en conclusión si están dispuestos al consumo de un seguro de vida tomando en cuenta el valor de prima y que esta sea constante.

Según el análisis realizado se llega a la conclusión que si existe una relación directa con la predisposición del consumo de un seguro de vida y el impacto dentro de las finanzas familiares de la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito perteneciente a la provincia de Pichincha.

4.4. Recomendaciones

Para la presente investigación se desprenden las siguientes recomendaciones:

Eliminen gastos innecesarios y tener un ahorro para que en las finanzas familiares incluyan valores que sean destinados para un seguro de vida para las familias de la parroquia de Cumbayá del Distrito Metropolitano de Quito y así estén preparados

para una eventualidad en el futuro y con la que puedan afrontar los gastos en caso de la muerte de un familiar.

Tomar en cuenta los factores conductuales que presentan las familias de la parroquia de Cumbayá sobre la predisposición en el consumo de seguros de vida ya que con esto las familias pueden afrontar los gastos funerarios, asegurar a los miembros de su hogar y cumplir con los valor de prima que desean cancelar.

Que las familias de la parroquia de Cumbayá mejoren el control de sus finanzas familiares para destinar un valor constante para el consumo de un seguro de vida y el impacto de este valor no altere a las finanzas familiares como los gastos importantes e ineludibles del hogar.

4.5. Modelo Operativo de la propuesta de solución

Fase 1 Estructura de gastos

De acuerdo a la investigación los gastos promedios de las familias en el sector de Cumbayá son los siguientes:

TABLA 4.1. Gastos promedio mensual	
Ítem	Valor promedio
Alimentación	\$ 230,21
Vestimenta	\$ 86,69
Educación	\$ 137,04
Vivienda	\$ 202,72
Entretenimiento	\$ 57,71
Seguro de vida	\$ 25,95
Seguro de vivienda	\$ 3,76
Seguro de salud	\$ 7,11
Varios	\$ 35,99
Total promedio de gastos	\$ 787,17

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Fase 2 Estructura de ingresos

De acuerdo a las encuestas realizadas en el sector de Cumbayá se ha determinado tres escenarios posibles que se encuentran dentro del rango que más

TABLA 4.2. Ingreso familiar promedio	
Escenario	Sueldos
a. Pesimista	\$ 751,00
b. Medio	\$ 1.313,00
c. Optimista	\$ 1.875,00

Fuente: Encuesta Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Fase 3 Flujo de Efectivo según el escenario en un año

Se presenta el flujo de efectivo durante un año, según el escenario otorgado:

a. Escenario Pesimista

TABLA 4.3. Flujo de Efectivo Escenario Pesimista													
	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
Ingresos	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 9.012,00
Total Ingresos	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 751,00	\$ 9.012,00
Egresos													
Alimentación	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 2.762,56
Vestimenta	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 1.040,32
Educación	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 1.644,48
Vivienda	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 2.432,64
Entrenamiento	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 692,48
Seguro de vida	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 311,36
Seguro de vivienda	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 45,12
Seguro de salud	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 85,28
Varios	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 431,84
Total Egresos	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 9.446,08
Efectivo al final del periodo	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -36,17	\$ -434,08

Fuente: TABLA 4.1. Costos promedio mensual y TABLA 4.2. Ingreso familiar promedio

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

b. Escenario Medio

TABLA 4.4. Flujo de Efectivo Escenario Medio

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
Ingresos	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 15.756,00
Total Ingresos	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 1.313,00	\$ 15.756,00
Egresos													
Alimentación	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 2.762,56
Vestimenta	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 1.040,32
Educación	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 1.644,48
Vivienda	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 2.432,64
Entretención	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 692,48
Seguro de vida	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 311,36
Seguro de vivienda	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 45,12
Seguro de salud	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 85,28
Varios	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 431,84
Total Egresos	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 9.446,08
Efectivo al final del periodo	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 525,83	\$ 6.309,92

Fuente: TABLA 4.1. Gastos promedio mensual y TABLA 4.2. Ingreso familiar promedio

Autor: Deyysi Gabriela Endara Camacho

c. Escenario Optimista

TABLA 4.5. Flujo de Efectivo Escenario Optimista

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
Ingresos	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 22.500,00
Total Ingresos	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	\$ 22.500,00
Egresos													
Alimentación	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 230,21	\$ 2.762,56
Vestimenta	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 86,69	\$ 1.040,32
Educación	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 137,04	\$ 1.644,48
Vivienda	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 202,72	\$ 2.432,64
Entretimiento	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 57,71	\$ 692,48
Seguro de vida	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 25,95	\$ 311,36
Seguro de vivienda	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 3,76	\$ 45,12
Seguro de salud	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 7,11	\$ 85,28
Varios	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 35,99	\$ 431,84
Total Egresos	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 787,17	\$ 9.446,08
Efectivo al final del periodo	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 1.087,83	\$ 13.053,92

Fuente: TABLA 4.1. Gastos promedio mensual y TABLA 4.2. Ingreso familiar promedio

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Fase 4 Simulación de la compra de un seguro de vida

Para realizar la simulación se toma en cuenta una inflación anual de 1,38% como lo publica el Diario Regional Independiente El Norte (2018) y el valor promedio de seguros de vida de \$57,96 como resultado de acuerdo a la encuesta realizada.

Con la simulación de una compra de seguro de vida en el escenario pesimista, se tiene que tener en cuenta que no se lograría adquirir un seguro de vida como se indica:

TABLA 4.6. Simulación de pago de un seguro de vida (Escenario Pesimista)

	2018	2019	2020	2021	2022
Total Ingresos	\$ 9.012,00	\$ 9.136,37	\$ 9.262,45	\$ 9.390,27	\$ 9.519,85
Total Egresos	\$ 9.446,08	\$ 9.576,44	\$ 9.708,59	\$ 9.842,57	\$ 9.978,40
Efectivo al final del periodo	-\$ 434,08	-\$ 440,07	-\$ 446,14	-\$ 452,30	-\$ 458,54
Gasto anual de seguro de vida	\$ 695,52	\$ 705,12	\$ 714,85	\$ 724,71	\$ 734,71
Efectivo luego del seguro de vida	-\$ 1.129,60	-\$ 1.145,19	-\$ 1.160,99	-\$ 1.177,01	-\$ 1.193,26

Fuente: TABLA 4.3. Flujo de Efectivo Escenario Pesimista

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

Si se toma en cuenta que de acuerdo a las encuestas las familias estarían dispuestos a eliminar los gastos de entretenimiento y el valor de varios, los que podrían ser destinados a la compra de un seguro de vida y tener un déficit menor al indicado en la tabla 4.6.:

TABLA 4.7. Simulación de pago de un seguro de vida (Escenario Pesimista cambio en los gastos)

	2018	2019	2020	2021	2022
Total Ingresos	\$ 9.012,00	\$ 9.136,37	\$ 9.262,45	\$ 9.390,27	\$ 9.519,85
Total Egresos	\$ 8.321,76	\$ 8.436,60	\$ 8.553,03	\$ 8.671,06	\$ 8.790,72
Efectivo al final del periodo	\$ 690,24	\$ 699,77	\$ 709,42	\$ 719,21	\$ 729,14
Gasto anual de seguro de vida	\$ 695,52	\$ 705,12	\$ 714,85	\$ 724,71	\$ 734,71
Efectivo luego del seguro de vida	-\$ 5,28	-\$ 5,35	-\$ 5,43	-\$ 5,50	-\$ 5,58

Fuente: TABLA 4.3. Flujo de Efectivo Escenario Pesimista

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

En la simulación de pago de un seguro de vida en los escenarios medio y optimista si se puede generar ahorro y el cual puede ser destinado a la adquisición de un seguro de vida como se presenta en las siguientes tablas:

TABLA 4.8. Simulación de pago de un seguro de vida (Escenario Medio)

	2018	2019	2020	2021	2022
Total Ingresos	\$ 15.756,00	\$ 15.973,43	\$ 16.193,87	\$ 16.417,34	\$ 16.643,90
Total Egresos	\$ 9.446,08	\$ 9.576,44	\$ 9.708,59	\$ 9.842,57	\$ 9.978,40
Efectivo al final del periodo	\$ 6.309,92	\$ 6.397,00	\$ 6.485,28	\$ 6.574,77	\$ 6.665,50
Gasto anual de seguro de vida	\$ 695,52	\$ 705,12	\$ 714,85	\$ 724,71	\$ 734,71
Efectivo luego del seguro de vida	\$ 5.614,40	\$ 5.691,88	\$ 5.770,43	\$ 5.850,06	\$ 5.930,79

Fuente: TABLA 4.4. Flujo de Efectivo Escenario Medio

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

TABLA 4.9. Simulación de pago de un seguro de vida (Escenario Optimista)

	2018	2019	2020	2021	2022
Total Ingresos	\$ 22.500,00	\$ 22.810,50	\$ 23.125,28	\$ 23.444,41	\$ 23.767,95
Total Egresos	\$ 9.446,08	\$ 9.576,44	\$ 9.708,59	\$ 9.842,57	\$ 9.978,40
Efectivo al final del periodo	\$ 13.053,92	\$ 13.234,06	\$ 13.416,69	\$ 13.601,84	\$ 13.789,55
Gasto anual de seguro de vida	\$ 695,52	\$ 705,12	\$ 714,85	\$ 724,71	\$ 734,71
Efectivo luego del seguro de vida	\$ 12.358,40	\$ 12.528,95	\$ 12.701,85	\$ 12.877,13	\$ 13.054,84

Fuente: TABLA 4.5. Flujo de Efectivo Escenario Optimista

Autor: Daysi Gabriela Endara Camacho

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Revista ECKOS negocios (2016), “Especial Seguros 2016”
- BSLatAM Investigaciones de mercado sobre Banca y Seguros en Latinoamérica (2017), “Seguros en América Latina”
- Revista Mundo Sputniknews (2017), “Revelan cuál es el país de América Latina con el mejor salario mínimo”
- Diario Las Américas (2016), “Aumentos salariales en Latinoamérica en 2017 serán frenados por la inflación”
- BSLatAM Investigaciones de mercado sobre Banca y Seguros en Latinoamérica (2016), “Latinoamericanos gastan menos de USD 3 al mes en seguros de vida”
- Diario El Universo (2016), “Aseguradoras han pagado más de \$ 80 millones por sismo”
- Revista ECKOS negocios (2015), “Top número 5 de aseguradoras”
- Superintendencia de compañías, valores y seguros (2015), “Nómina de empresas de seguros y compañías de reaseguros autorizadas a operar en el país”
- Diario El comercio (2016), “Ejemplos de sueldos por actividad”
- INEC (2016), “Canasta familiar básica”
- Diario El Universo (2017), “Los planes de vida aumenta en el mercado, incluso como servicio de ahorro”
- Vargas Gómez, Felipe (2009), “Determinantes macroeconómicos del consumo de seguros de vida en Colombia”
- Pieschacon Velasco, Camilo (2011), “El Seguro de Vida en América Latina”
- Sen, S., & Madheswaran, S. (2013), “Regional Determinants of Life Insurance Consumption: Evidence from Select Asian”
- Lee, S.-J., Kwon, S., & Chung, S. (2010), “Determinants of Household Demand for Insurance: The case of Korea. Geneva papers on Risk & Insurance-Issues”
- Duflo, E., y Banerjee, A. (2011), “Risk and Insurance”
- Concha, Ángela (2011), “Determinantes de la demanda de seguros en Colombia”

- Castiblanco Guerrero, Cindy Lorena y Ladino Aguilar, William Alfonso (2015), “Factores determinantes de la demanda de seguros de vida en Colombia 2001 – 2014”
- Lenten, Liam J. A. y Rulli, David N. (2004), “A Time-Series Analysis of the Demand for Life Insurance Companies in Australia: An Unobserved Components Approach”
- Mayorga M., Wilson (2014), “Determinantes macroeconómicos de los seguros de vida y personas”
- Guerra Salazar, Juan Camilo (2016), “Principales factores económicos que determinan la demanda de seguros de vida en Colombia entre 1975-2015”
- a Martino Mendiluce, Fernando (2001), “Diccionario de conceptos económicos y financieros”
- Dávalos A., Nelson y Córdova J., Geovanny (2003) , “Diccionario contable y más”
- Marcuse, Robert (2002), “Diccionario de términos financieros y bancarios”
- Ámez, Fernando Martín (2002), “Diccionario de contabilidad y finanzas”
- Toro Baena, Diego (2012), “Análisis financiero”
- Córdoba Padilla, Marcial (2012), “Gestión financiera”
- Fainstein, Héctor y Abadi, Mauricio (2007), “Tecnología de Gestión – polimodal”
- Universidad de Cegos (2017), “Gestión financiera y contable”
- Manrique, Hernández, Ramírez (2009), “Finanzas conductuales: un enfoque para Latinoamérica”
- Economipedia (2015), “Las finanzas conductuales o finanzas del comportamiento”
- Shiller, R. y Thaler, R. (2007), “Workshop in Behavioral Finance”
- Olmedo Figueroa Delgado, Luis (2009), “Las finanzas personales”
- Crece Negocios (2010), “Las finanzas personales”
- Economipedia (2015), “Las finanzas personales”
- Merton , Robert y Zvi, Bodie (1999), “Finanzas”
- Araque J., Wilson (2017), “Hacia donde orientar la educación financiera con enfoque personal y familiar”

- Aibar Ortiz, María José (2014), “Finanzas personales: planificación, control y gestión”
- Schiffman, León y Kanuk, Leslie (2005), “Comportamiento del consumidor”
- Pujol Bengoechea, Bruno (1999), “Diccionario de marketing”
- Solomon, Michael R. (2008), “Comportamiento del consumidor”
- Schiffman, L. (2010), “Consumer behavior”
- Giraldo López, José Ariel (2008), “Comportamiento del consumidor”
- Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane (2009), “Dirección de Marketing”
- Drucker, Peter F. (1986), “Tasks, Responsibilities, Practices”
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2012), “Marketing”
- Santambrosio, Mau (2013), “Todo lo que debes saber sobre marketing”
- Lamb, Charles W. y McDaniel, Carl. (2006), “Fundamentos de marketing”
- Kotler, Philip (2005), “Las preguntas más frecuentes sobre marketing”
- Dvoskin, Roberto (2004), “Fundamentos de marketing”
- Zyman, Sergio (1999), “El final del marketing”
- Rivera Camino, Jaime y Garcillán López Rúa, Mencía (2012), “Dirección de Marketing”
- Downes, John (2003), “Diccionario de términos de finanzas e inversiones”
- Kotler, Philip (2008), “Principles of Marketing”
- Seldon, Arthur y Pennance, F.G. (1997), “Diccionario de economía”
- Marcuse, Robert (2002), “Diccionario de términos financieros y bancarios”
- Solomon, Michael R. (2008), “Comportamiento del consumidor”
- Prestan Serrano, Carlos Javier (2017), “Teoría del consumo”
- Sevilla Díaz, Victorina (2004), “Teoría del consumo y el ahorro en economía”
- Yaari, Menahem (1965), “Uncertain Lifetime, Life insurance, and the Theory of Consume”
- Fernández, Oscar (2014), “La contratación de seguros”
- Castellero Mimenza, Oscar (2017), “Métodos de investigación”
- Tamayo, Mario (2003), “El proceso de la investigación científica”
- Muñoz Razo, Carlos (2011), “Como elaborar y asesorar una investigación de tesis”
- Siddharth Kalla (2011), “Estudio correlacional”

- INEC (2010), “Población, superficie (km2), densidad poblacional a nivel parroquial”
- INEC (2016), “Población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento”
- INEC (2016), “Composición de la población: Total rural”
- Diario Regional Independiente El Norte (2018), “Gobierno de Ecuador prevé crecimiento de 2,4% e inflación 1,38% para 2018”

ANEXOS

Anexo 1



Encuesta "Predisposición de consumo de seguros de vida y las finanzas familiares"

Objetivo de la encuesta: determinar la predisposición del consumo de seguros de vida y el impacto en las finanzas familiares en el sector de Cumbaya.

Metodología: Llenar los espacios en blanco con la respuesta que usted considere correcta.

1. ¿Cuántos miembros son en su hogar?
2. ¿Cuántas personas en su hogar trabajan?.....
3. Escoja el tipo de trabajo que realizan las personas que viven en su hogar: (Escoja 1)
 - Relación de dependencia
 - Independiente con factura
 - Independiente informal
4. ¿Cuál es el ingreso familiar promedio que aportan los miembros de la familia en total?
 - \$375 a \$750
 - \$751 a \$1875
 - \$1876 a \$3375
 - Mayor a \$3375
5. ¿Cuál es el valor mensual que su familia destina a los siguientes rubros:

<input type="text"/> a) Alimentación <input type="text"/> b) Vestimenta <input type="text"/> c) Educación <input type="text"/> d) Vivienda <input type="text"/> e) Entretenimiento	<input type="text"/> f) Seguro de vida <input type="text"/> g) Seguro de vivienda <input type="text"/> h) Seguro de salud <input type="text"/> i) Varios
--	---
6. En caso de tener una emergencia familiar cual gasto eliminaría de su presupuesto:

<input type="text"/> a) Alimentación <input type="text"/> b) Vestimenta <input type="text"/> c) Educación <input type="text"/> d) Vivienda <input type="text"/> e) Entretenimiento	<input type="text"/> f) Seguro de vida <input type="text"/> g) Seguro de vivienda <input type="text"/> h) Seguro de salud <input type="text"/> i) Varios
--	---
7. ¿Mantiene un seguro de vida en su hogar?
 - SI
 - NO
8. ¿Cuál es la causa principal para la contratación de un seguro de vida?
 - Afrontar gastos funerarios
 - Garantizar a sus beneficiarios de suficiente dinero
9. ¿Cuántas personas poseen un seguro de vida en su familia?.....
10. ¿A quiénes aseguraría?
 - A los miembros que trabajan
 - A todos sus familiares
11. ¿Cuáles son los factores que me motivan a adquirir un seguro de vida?
 - Cobertura
 - Valor de la prima
12. ¿Cuál prima preferiría tener?
 - El valor de la prima sea el mismo durante todos los meses. (Prima constante)
 - El valor de la prima suba igual que la edad del asegurado. (Prima variable)
13. ¿Cuál es el valor que usted pagaría por un seguro de vida?.....

Muchas gracias

Anexo 2

TABULACIÓN PREGUNTA CINCO																												
	\$ 500,00	\$ 450,00	\$ 400,00	\$ 350,00	\$ 300,00	\$ 250,00	\$ 240,00	\$ 230,00	\$ 200,00	\$ 150,00	\$ 140,00	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 90,00	\$ 80,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 25,00	\$ 15,00	\$ 10,00	\$ -	promedio		
Alimentación	11	2	15	25	55	61	26	26	30	39	32	18	3	1		26	1	1	3								375 \$ 230,21	
Vestimenta	5500	900	6000	8750	16500	15250	6240	5980	6000	5850	4480	2160	300	110	0	2080	60	50	120	0	0	0	0	0	0	0	0	86330
Educación	0	0	0	0	300	0	0	0	600	2100	3640	3120	12600	1870	2340	1280	1080	2650	160	510	240	0	0	0	20	0	32510	
Vivienda	1	1			5	36	18	26	58	27	14	26	22	18	3	4	16	35	26	13						0	26	375 \$ 137,04
Entretención	500	450	0	0	1500	9000	4320	5980	11600	4050	1960	3120	2200	1980	270	320	960	1750	1040	390	0	0	0	0	0	0	0	51390
	1	2	2	26	25	58	26	39	70	32	26	5	12	5	14	1	14		3	14							375 \$ 202,72	
	500	900	800	9100	7500	14500	6240	8970	14000	4800	3640	600	1200	550	1260	80	840	0	120	420	0	0	0	0	0	0	76020	
Seguro de vida	0	0	0	0	0	0	0	0	400	0	0	1880	7300	1760	2340	2000	1080	3250	680	780	320	50	0	0	0	0	21640	
Seguro de vivienda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300	1540	0	2400	220	0	0	0	0	600	420	260	0	0	0	0	0	9730	
Seguro de salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	850	560	0	0	0	0	0	0	0	1410	
Varios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	14	3	16	3	3	1	1	1	1	326	375 \$ 7,11	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1400	1760	1530	1280	1560	1550	1120	810	1140	775	300	270	0	0	13495	

TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado χ^2

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382
18	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679	18,0860	17,3379
19	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102	19,1069	18,3376
20	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,0375	23,8277	22,7745	21,8265	20,9514	20,1272	19,3374
21	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915	21,1470	20,3372
22	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307	22,1663	21,3370
23	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0069	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689	23,1852	22,3369
24	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064	24,2037	23,3367
25	52,6187	49,4351	46,9280	44,3140	40,6465	37,6525	34,3816	32,2825	30,6752	29,3388	28,1719	27,1183	26,1430	25,2218	24,3366
26	54,0511	50,8291	48,2898	45,6416	41,9231	38,8851	35,5632	33,4295	31,7946	30,4346	29,2463	28,1730	27,1789	26,2395	25,3365
27	55,4751	52,2152	49,6450	46,9628	43,1945	40,1133	36,7412	34,5736	32,9117	31,5284	30,3193	29,2266	28,2141	27,2569	26,3363
28	56,8918	53,5939	50,9936	48,2782	44,4608	41,3372	37,9159	35,7150	34,0266	32,6205	31,3909	30,2791	29,2486	28,2740	27,3362
29	58,3006	54,9662	52,3355	49,5878	45,7223	42,5569	39,0875	36,8538	35,1394	33,7109	32,4612	31,3308	30,2825	29,2908	28,3361