

EL COLEGIO, PRIMER ESCENARIO PARA APRENDER DE SEGUROS

Programa “Insólito”

Mónica Patricia Novoa Ávila

Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano

## Resumen

El proyecto, bautizado “Insólito”, fue diseñado y liderado por la Fundación Junior Achievement Colombia (FJAC); este invita a los jóvenes a conocer, identificar y reflexionar sobre los seguros, los cuales proveen protección y respaldo para las pérdidas imprevistas, evitando el retraso y abandono de los deseos y sueños propios de cada individuo; lo cual, indica la experiencia, es lo que suele suceder cuando ocurren imprevistos y se ven forzados a luchar “exclusivamente” por subsistir durante la etapa más productiva de la vida. Por medio de juegos y actividades lúdicas se pretende involucrar al joven en el mundo de los seguros.

Los jóvenes que en este momento se encuentran cursando décimo grado, pronto saldrán a ser fuerza de trabajo, comenzarán a independizarse, a consumir productos y servicios, de manera independiente a su núcleo familiar, esta es la población a la cual se dirige “insólito”, para que se informen y tomen buenas decisiones en la adquisición de productos de seguros.

La respuesta de los jóvenes fue satisfactoria, no se encontraban alejados de los beneficios que genera el comprar una póliza, fueron conscientes que existe la necesidad de hacerlo y les llamó la atención la información suministrada.

### La importancia de la Educación Financiera

Este concepto, para algunos “desconocido” y para otros “sin importancia”, se considera como la “capacidad” con que cuentan los individuos para agrupar, analizar, gestionar y evaluar toda clase de información relacionada con los títulos valores (dinero, propiedades, títulos al portador, inversiones a corto y mediano plazo), esto con el fin de garantizar que sus decisiones sean lo más acertadas posible. (Marriot y Mellett, 1996)

Cuando hay total ausencia de este conocimiento, es cuando se ve la necesidad de crear y desarrollar programas de Educación Financiera, que puedan ir enfocados a personas agrupadas por estratos, nivel de educación, actividad económica, intereses en inversión y afines. Esta necesidad también se puede observar desde otra óptica, las entidades financieras necesitan explicar sus productos, en qué consisten, cómo operan, qué beneficios ofrecen; para que esto sea entendido los consumidores deben conocer y entender, así sea de manera general, los conceptos básicos.

La competencia globalizada hace que los productos financieros sean cada vez más complejos, lo que hace que no todos los consumidores tengan acceso a la información suficiente para tomar la decisión de comprarlos o no. Se ven casos en los cuales una mala asesoría hace que se pierda dinero, o que se adquieran productos que no cubren las necesidades en su totalidad. (Gyabaah, 2009).

En la línea del tiempo podemos evidenciar que los Estados Unidos, en los años cincuenta y casi hasta los ochenta, 29 (veintinueve) de sus estados tuvieron la iniciativa de crear políticas

que fomentaran la educación financiera en estudiantes de secundaria, que tuvieron auge a comienzos del siglo XXI. (Agha, 2002), (Barber, 2004)

El primer tema que se tuvo en cuenta en Estados Unidos fue el ahorro, era preocupante que aunque el gobierno tenía incentivos para que los ahorradores se multiplicaran, las estadísticas reportaban todo lo contrario. No se había creado esta cultura y no veían ningún beneficio en ahorrar. No se sentían vulnerables y creían que todo estaba bajo control. Tiempo después, las empresas se encontraron con la problemática que sus empleados no tenían un programa de ahorro para su vejez y retiro; para esto, los empleadores se pusieron a la tarea de diseñar un programa de educación enfocada a las pensiones, con el ánimo de poder ofrecer información a los empleados que los incentivara a pensar en su vejez y empezar a ahorrar e invertir para garantizar su bienestar.

En el Reino Unido se vivió algo parecido, las personas económicamente activas no entendían las diferentes opciones para pensionarse que ofrecía su Gobierno, la población inglesa desconfiaba del sistema de pensiones. La falta de claridad y conocimiento en el sistema, cuáles eran sus derechos y cuáles sus deberes, los requisitos para la jubilación hacían que la incertidumbre reinara y no se decidieran a ser beneficiarios de este programa; para contrarrestar lo que estaba ocurriendo, el gobierno optó por crear un programa de educación financiera en pensiones, que permitiera a la población tener acceso a la información, que alguien le explicara, en términos claros, los planes de retiro que se ofrecían y así poder aumentar los beneficiarios a estos. (Braunstein, 2002)

Un análisis en el comportamiento individual y colectivo de los individuos que han tenido acceso a los planes de educación financiera, reveló que a través de la historia los planes que se

han realizado con esfuerzos tanto del gobierno como de las empresas privadas, han generado una gran incidencia en las decisiones que se toman; los resultados fueron contundentes, por ejemplo, la educación sobre planes de retiro en Estados Unidos tuvo una influencia positiva en el comportamiento financiero de los hogares, se incrementó el ahorro en general, como el pensional.

Las personas que tuvieron acceso a la educación financiera, en edades tempranas, tenían mayor intención de ahorro y acumulación de activos. (Bernhaim, 1997) (Welch, 1982)

En 1994, el Employee Benefit Research Institute EBRI <sup>1</sup> realizó un estudio que permitió establecer que el 92% de las personas que realizaron ahorros para su retiro dijeron haber leído, o sus empleadores o amigos cercanos les hablaron del material de educación financiera, y el 33% opinaron que este material influyó en su decisión, al escoger el plan de jubilación.

La educación básica sobre planes de retiro influyó positivamente en el comportamiento financiero de los hogares, tanto en el ahorro, en etapa productiva, como en la vejez. Lo que buscaban era generar impacto positivo en las decisiones financieras que tomaran las personas que tuvieron acceso al programa. (Madrian y Shea, 2001).

En el 2004 realizaron un estudio sobre el programa financiero IDA en Estados Unidos, este programa se encontraba dirigido a personas de niveles de ingreso bajo; el resultado que lograron los investigadores con estudios econométricos, fue que se veía el aumento en el ahorro de estas personas, cuando reciben información y educación financiera, además, se plantea que existe correlación significativa en la planeación financiera, de manera particular en planes de ahorro e inversión; mejora la situación económica en casi un 20%. Los estudios fueron

---

<sup>1</sup> EBRI es la única organización privada, sin fines de lucro, no partidista, con sede en Washington, DC, dedicada exclusivamente a la investigación de políticas públicas y educación sobre temas de seguridad económica y beneficios para los empleados.

realizados en países desarrollados, enfocados a individuos de escasos recursos. Para países en desarrollo, según las investigaciones realizadas por los entes gubernamentales, encontraron que estos programas son indispensables, porque mejoran las habilidades para optimizar los recursos en beneficio propio.

En contraste con estos estudios evidencia que existieron investigadores que no encontraron correlación entre la educación financiera y el comportamiento de los individuos; en el 2001 realizaron el estudio en 79 escuelas, donde analizaron el comportamiento entre los estudiantes que asistieron y que no lo hicieron al curso de manejo de finanzas personales, y encontraron muy pocas diferencias, por eso llegaron a la conclusión de cuestionar la efectividad de estos cursos.

#### *¿Cuáles son las Características De La Capacitación?*

Con el fin de llegar a más personas, según la evidencia empírica y popular; los cursos deben ser desarrollados en lenguaje sencillo y claro, evitando los términos técnicos, esto hace que su efectividad aumente y los resultados sean más palpables. En Estados Unidos, según los estudios realizados por la Universidad de Columbia (1997), la implementación de la Educación Financiera en las escuelas públicas de manera obligatoria fue la causa del aumento de la sanidad financiera de los estudiantes en su etapa de adultos. Estos cursos son más beneficiosos cuando se trata de información general que ayuda a los estudiantes en la toma de decisiones de manera acertada. Según este estudio, se deben tener en cuenta cuatro (4) enfoques:

1. Tomar decisiones informadas, lo que permitirá cumplir sus metas financieras.
2. Tener en cuenta el comportamiento de la economía. (inflación – deflación; oferta – demanda).
3. Finanzas personales: Presupuesto familiar, manejo del crédito y del dinero. Inversiones.
4. Los derechos y deberes que se tiene como consumidor financiero.

El éxito de la educación financiera esta también sujeta al canal por el que se difunda; por ejemplo, las finanzas del hogar pueden ser divulgadas por medio de talleres a la comunidad, reunión con líderes comunitarios (multiplicadores de información), también por medios masivos de comunicación.

El abordar al público indicado, con la información indicada, por medio de talleres, videos y congresos, se garantiza el éxito y la optimización de los recursos, se pueden encontrar segmentos interesantes en lugares de trabajo, instituciones educativas, iglesias, cooperativas. Para llegar masivamente, se pueden usar medios como la radio y la televisión.

Se realizaron estudios para establecer cuál sería el canal más eficiente para brindar esta clase de información, por medio de encuestas a consumidores activos en los Estados Unidos; en los meses de noviembre y diciembre del año 2001; se estableció que las decisiones son tomadas, en primera instancia, de acuerdo con la experiencia personal e individual, luego acude a familiares y amigos, por último, tiene en cuenta los medios masivos de comunicación.

En India, los canales masivos como la radio, fueron los usados por la Organización CARE, (Burnas y Dalal, 2010), igual hizo el Ministerio de Planeación Financiera y Económica de Ghana (Gyabaah, 2009).

Los talleres dirigidos a grupos especiales, o el uso de medios masivos, generaron gran impacto en el ahorro y comportamiento financiero de las personas. La incidencia que tienen los medios masivos es que, por dos vías diferentes generan cambios en los individuos; la primera vía es la corrección en la percepción de la gente, o la generación de conocimiento por tener acceso a nueva información; y la segunda vía, es la capacidad que tienen los medios masivos de influenciar inconscientemente a las personas.

En contraste se encontró que los medios escritos eran los más efectivos para la educación familiar.

#### La Evolución de la Educación Financiera En Seguros

Los países que se han distinguido por tener iniciativas innovadoras y atractivas en educación en seguros son: Kenya, Suráfrica, México, India y Brasil; en donde gracias a las Agremiaciones se han logrado definir contenidos y realizar difusión de los mismos por medio de talleres, Internet, concursos, ferias, Campañas en radio y televisión.

En México, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) realiza desde el año 2008 seminarios, cursos presenciales en más de 500 colegios, en grados de educación primaria, videos y concursos en línea en su página WEB, donde además dispone información y consejos prácticos sobre diferentes temas de seguros.

De otra parte, en Kenya, la Asociación de Seguros de Kenya (AKI), genera talleres y diferentes alternativas de educación en seguros que son difundidas por radio y televisión. En Suráfrica, la Asociación Surafricana de Seguros (SAIA) financia las estrategias de educación en seguros que diseña con el 0.2% de las utilidades de las empresas que son afiliadas. En estas campañas se han promovido principios y buenas prácticas en el desarrollo del programa, la emisión de radionovelas en lenguas nativas, es un buen ejemplo.

#### *Educación Financiera En Colombia... Gestación y Avances*

La regulación de este tema se desarrolló en nuestro país de la siguiente manera:

Con el fin de promover la participación activa de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, en la construcción de la protección al Consumidor Financiero, y de diferentes alternativas de generar educación financiera, se creó la Ley 1328 del 5 de julio de

2009; en su artículo séptimo, obliga a la creación de Campañas de Educación por parte de estas entidades. Esta Ley establece que la Educación Financiera “Es uno de los principios que rigen las relaciones entre los consumidores financieros y las entidades vigiladas.” Los consumidores financieros tienen el derecho de recibir información adecuada de los productos y servicios que puede recibir, sus costos y los diversos mecanismos de protección con que cuenta para la defensa de sus derechos. (Documento Conpes 3424, 2006)

Para conseguir alcanzar esta meta, la Superintendencia Financiera, en el año 2010, reglamentó el Sistema de Atención al Consumidor Financiero por medio de la Educación Financiera, mediante la emisión de la Circular Externa 015.

Uno de los mayores logros en este tema fue con el artículo 145 de la Ley 1450 de 2011, con el cual se emitió el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, en donde se indicó que el Ministerio de Educación Nacional iniciaría el desarrollo de programas que incentivarían la Educación Económica y Financiera en el país. Facilitando la labor, hasta ese momento realizado por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera; en donde conjuntamente establecieran una estrategia nacional de amplio alcance.

Iniciando el Siglo XXI, el Banco de la República realizó publicación de material impreso, en el que mediante lenguaje sencillo se pretendía llegar a los niños, contando con la tutoría de sus maestros, en sus aulas escolares con temas como economía, funciones del Banco, política monetaria. Durante estos primeros años el Banco de la República distribuyó cerca de 45.000 ejemplares de cartillas con títulos como... ¿Qué es el dinero?, ¿Qué son los bancos?, El fantasma de la inflación, entre otros. En este mismo contexto, el Banco desarrolló 4 guías para ser difundidas en los Proyectos Educativos Institucionales de los colegios en donde se abordan ejes

temáticos como: El Sistema Económico, Dinero y política monetaria, Papel del Gobierno y política fiscal y Globalización Económica. (Informe Ejecutivo Fasecolda, 2016)

Desde el 2006, el Banco de la República realiza charlas y conferencias sobre finanzas personales, visitas guiadas a la planta de distribución de billetes, concursos para los estudiantes en temas de economía.

Surge por parte del sector asegurador colombiano, a finales del año 2007, la inquietud por desarrollar un programa de educación financiera en riesgos y seguros; esto como resultado del análisis de distintas encuestas de la calidad de vida, y en especial de las personas de menores ingresos, las cuales se encuentran más expuestas a riesgos tales como: desastres naturales, desempleo, enfermedades y muerte. Cuando estos eventos ocurren son cubiertos con rubros que se consiguen gracias a: la disminución del consumo de alimentos, el endeudamiento informal, la deserción escolar y el gasto de ahorros que se habían realizado para la compra de vivienda o el estudio de los hijos.

Algunos grupos focales realizados por Fasecolda, dieron como resultado que para los hogares menos favorecidos los seguros son un lujo y algo que no entienden. Estos resultados coinciden con los encontrados en la encuesta cuantitativa realizada por la misma institución, cuyo grupo objetivo fueron 550 hogares de los estratos uno, dos y tres en la ciudad de Bogotá. Se evidenció la falta de entendimiento de los conceptos básicos y del funcionamiento de los seguros, al igual de las diferencias y ventajas que tienen frente a los ahorros. De acuerdo con esto, se confunden los conceptos de seguros y ahorros.

El riesgo más frecuente es el desempleo, o muerte de uno de los jefes del hogar, para mitigar este riesgo con crédito, lo que suaviza el consumo de los hogares en el corto plazo pero

que a mediano y largo plazo genera incertidumbre, por cuanto el siniestro presentado afecta la capacidad de afrontar el pago de las deudas adquiridas. (Informe Ejecutivo Fasecolda, 2016)

El 40% de las personas encuestadas ahorra pensando en hacerle frente con dichos ahorros a emergencias costosas, como el desempleo o una enfermedad grave, frente a esta última, un 20.5% asegura que usaría sus ahorros programados; mientras que el 27.3% no tiene interés en asegurarse; cuando se les consulto sobre conocimientos en seguros, este resultado muy vago. El 5.2% de los encuestados no tiene seguros porque no los entiende, que las quejas ante el Defensor Financiero, las compañías de seguros y la Superintendencia Financiera, vienen creciendo en los últimos años y que esto se debe a la falta de información suministrada por las aseguradoras, por esta causa en el 2008 el sector asegurador desarrollo un programa de capacitación financiera con énfasis en seguros.

El programa desarrollado por las aseguradoras pretendía brindar herramientas para aumentar la conciencia sobre los riesgos y la manera como deben mejorar sus conductas frente a ellos, con el ánimo de que se tomen mejores decisiones y más informadas, sobre el manejo de los riesgos y la compra de seguros.

Los objetivos de este programa fueron:

- a) Reflexionar sobre los riesgos y sus costos inmediatos y en el mediano plazo.
- b) Reconocer las medidas de respuesta ante las emergencias y su efectividad a corto, mediano y largo plazo.
- c) Identificar las estrategias financieras para manejar los riesgos, tales como el ahorro, el crédito y los seguros.

- d) Desarrollar habilidades para evaluar la efectividad de dichas herramientas financieras, para superar situaciones de riesgo.
- e) Reconocer el papel de los seguros en la protección de los riesgos y su funcionamiento.
- f) Tener herramientas que permitan comparar los diferentes tipos de pólizas de seguros y comunicarse con un asesor.
- g) Contar con la habilidad de comprender las condiciones incluidas en una póliza de seguros.
- h) Reconocer los deberes y derechos que tienen como consumidores financieros y los mecanismos que dispone la ley para su defensa.

Como conclusión, se estableció que la población objetivo estaría compuesta por población de todos los estratos, pero haciendo énfasis en los más pobres, que desconozcan de seguros y tengan interés en aprender del tema, información que les permita tomar decisiones informadas sobre la administración de riesgos y para la protección de sus derechos como consumidores financieros. Para el desarrollo de este programa, Fasecolda logró firmar un Convenio Marco de Cooperación con el SENA<sup>2</sup>, quien disponía de sus docentes y asumía la remuneración de los mismos; por su parte, Fasecolda era responsable de conseguir a los interesados en recibir la capacitación, de la logística y el material. Las entidades beneficiarias, como las aseguradoras y/o instituciones microfinancieras, recibirían la capacitación sin ningún costo y serían responsables de hacer la convocatoria de los asistentes, así como ubicar y disponer del aula en el cual se realizará la capacitación.

---

<sup>2</sup> Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, entidad pública encargada de la formación para el trabajo.

Entre 2009 y 2010 se beneficiaron 64 instructores del SENA, estos capacitaron a 5953 alumnos, el 89% beneficiarios del subsidio al desempleo de la Caja de Compensación Familiar Compensar, y el 11% entre clientes de compañías de seguros y otros, la mayoría de estos en Bogotá. Se dictaron 235 cursos, con una asistencia promedio de 25 alumnos y 2820 horas dictadas. La tasa de aprobación del curso fue del 75%. El 60% de los alumnos fueron mujeres y el 59% personas entre los 18 y 39 años de edad.

Se pensó en contar con una herramienta adicional que permitiera un mayor alcance, por lo que en el 2010 Fasecolda adelantó un programa piloto de radio que tuvo una audiencia estimada de 17000 oyentes. La emisora escogida fue Fiesta 1340 AM, de la cadena RCN; Fasecolda trabajó en los contenidos, los cuales tienen como cimiento los talleres de formación. Para el desarrollo de los contenidos se tuvo en cuenta recomendaciones de autores como Tremblay (1974) y Grover y Miller (1976) y entidades como Radio Farm, quienes coinciden que es importante adaptar el lenguaje para captar la atención del público objetivo, definir con claridad el objetivo del mensaje y avanzar en cada emisión hacia el objetivo deseado. Los contenidos del programa se desarrollaron en los bloques que se describen en la Tabla 1.

En los talleres presenciales, la capacitación se basó en ejercicios prácticos, de clasificación, asociación y discusión; en la radio, por consejo de los expertos, se realizó la capacitación por medio de diferentes temáticas como radionovelas, notas de interés, entrevistas con expertos, entre otros, como se observa en la Tabla 2, con el fin de hacer un programa dinámico, dando espacio a la reflexión y que el público tuviera acceso a información veraz y oportuna de fácil comprensión.

Fasecolda, con el fin de entregar a los alumnos material escrito, diseñó cartillas que les permitieran reforzar los conocimientos adquiridos. La primera edición de esta cartilla fue publicada en el año 2009 y distribuida a casi 2,000 personas. En 2010 se desarrolló la segunda edición de esta cartilla, la cual fue distribuida a casi 3000 personas asistentes a la feria Colombia Responsable y a otros eventos.

Desde el 01 de enero de 2011 entró en vigencia la ley 1328 de 2009, que reglamentó el Sistema de Atención al Consumidor Financiero, y en lo que hace referencia a los programas de Educación Financiera, las entidades que deben realizarlas y que deben ser vigiladas por la Superintendencia Financiera. En octubre de 2010 se creó formalmente el Comité de Educación Financiera de Fasecolda. Este Comité está conformado por un Delegado de cada una de las Compañías afiliadas al gremio, el Vicepresidente Ejecutivo de Fasecolda, un delegado de los Defensores del Consumidor Financiero de las Compañías de Seguros, el Director de Comunicaciones de la Agremiación, el Director del Instituto Nacional de Seguros y el Director de la Fundación de Aseguradores Colombianos (Fundaseg), y de la Fundación Educativa Centralseguros (FEC). Estas entidades son adscritas al medio y su función es la financiación de la educación financiera. Por unanimidad en la votación de la Junta Directiva del Gremio, compuesta por los presidentes de las compañías de seguros, se adelantaría la educación financiera como iniciativa de carácter social, para lo cual se creó la Dirección de Responsabilidad Social de Fasecolda, con lo cual se pretendía garantizar la transparencia con los grupos de interés como los clientes y la sociedad.

Para el desarrollo de esta estrategia, se dispuso una inversión cercana a los \$1085 millones de pesos, el 24% de los cuales fueron aportados por las compañías de seguros, los recursos que estas dispongan para: difusión de radio, material impreso, no se incluyeron en el monto antes señalado.

Con el fin de tener un mayor cubrimiento, el sector asegurador lanzó en cada una de sus páginas web todo lo concerniente a Educación Financiera. Allí su cliente puede encontrar la explicación de cada tipo de seguro y videos explicativos de cada ramo.

#### Metodología a Implementar

Por medio de trabajo de campo se tendrá contacto con el mundo de la enseñanza a jóvenes que se encuentren cursando décimo grado; en donde, a través de 6 (seis) sesiones teórico-prácticas de 2 horas clase, duración de 90 minutos cada una, dictadas en el Colegio San José de Castilla, ubicado en la carrera 78 F # 7 D – 03 Bogotá D.C., se les dará a los jóvenes las herramientas necesarias para que aprendan nociones básicas de seguros por medio de talleres que permiten la co-creación de contenidos, generándoles preguntas sobre sí mismos y su realidad, con el fin de formarlos para que puedan ver su entorno a través de un nuevo conocimiento. Esto se logrará por medio de ejercicios prácticos y experiencias propias para desarrollar un pensamiento crítico y analítico, que les permita resolver problemas prácticos por su propia cuenta.

Lo que se pretende es fomentar en los jóvenes la cultura de la prevención y protección frente a los riesgos, sensibilizándolos frente a la posibilidad de afrontar pérdidas y de cómo estas representan consecuencias nefastas y esfuerzos enormes para recuperar lo perdido; despertando

en ellos la capacidad de ser consumidores informados y responsables para la toma de decisiones inteligentes y autónomas que garanticen su bienestar.

Las 6 (seis) sesiones están estructuradas de la siguiente manera:

Se realiza una lectura de un diario (periódico) de un tema específico; a partir de esta se realizan diferentes preguntas encausadas a que el joven descubra y construya definiciones básicas en temas de protección y seguros. Se ha creado un personaje para cada sesión, que será de fácil recordación para el estudiante y le ayudará a sintetizar los conceptos adquiridos. En cada sesión se realizará una dinámica lúdica que ayude a identificar y a retener lo aprendido.

*Primera Sesión: ¡Perdió el Oro!*

La lectura se trata de lo vivido en el Mundial de Patinaje cuando el antioqueño Elver Tinoco celebró su victoria 10 metros antes de llegar a la meta y mientras tanto el competidor coreano lo sobrepasa y gana la medalla de oro. Con esto se da a entender que podemos perder lo que valoramos, identificar los riesgos y analizar como asumir la pérdida.

**Personaje:** Míster Fresco. Nada malo le pasa.

*Segunda Sesión: ¡Cae vaca del cielo!*

La lectura describe lo sucedido en Bahía Cupica, cuando un pescador fue sorprendido en su balsa por una vaca que cayó del cielo. Con esta lectura se dan a conocer los conceptos de frecuencia y severidad.

**Personaje:** Redondo Sabiondo. No cree en presentimientos, ni pálpitos, solo en los hechos... ¿Para qué preocuparse del resto?

*Tercera Sesión: ¡Egresos Brutos!*

La lectura hace referencia al concurso de televisión “La respuesta millonaria” donde el participante perdió el premio mayor de 100 millones de pesos con la pregunta... más sabe el diablo por viejo que por... Por medio de esta lectura se da a conocer la importancia del seguro, qué es y para qué sirve.

**Personaje:** Viejo Pimentel. Le ha tocado duro en la vida; cada vez que le ofrecen un seguro se le escucha decir... “¡Ya le he dicho que no me interesa! ¿O es que acaso la plata crece en los árboles como para malgastarla en seguros?”

*Cuarta Sesión: ¡No hubo señal de humo!*

Esta lectura se refiere a que en una propiedad horizontal se contrató un trabajo de adecuación de las rejas, por un error en la manipulación de las herramientas se desató un incendio que afectó el depósito y varios apartamentos. Con esta lectura se identifican conceptos como responsabilidad, pérdidas comunes y masivas, prevención, coberturas.

**Personaje:** Perita Angustias. Ve el peligro en todo... No sale a la calle... No se mete a la piscina y prefiere no manejar... Perita conoce los riesgos, pero no los seguros.

*Quinta Sesión: ¡Puro teatro!*

La lectura se trata de la modalidad de robo en donde alguien actúa que fue atropellado y, cuando el conductor del automóvil se baja a prestar ayuda, es víctima de un grupo de ladrones. Se explica el principio de la mutualidad; depende del interés en asegurarse y de la buena fe.

**Personaje:** Doña Terca. Siempre tiene la razón, nadie la hace cambiar de opinión... No hay quién la convenza que la aseguradora le va a pagar.

*Sexta Sesión: Recapitulación*

Se hace un recuento de las 5 (cinco) sesiones anteriores, para identificar los conceptos que se querían mostrar en cada una y se construyen criterios con respecto al seguro, en grupo, para así confirmar que se cumplió con lo requerido. Esta sesión es muy importante porque en ella se valida y se generan las pruebas necesarias para que el curso en su totalidad haya comprendido todo lo concerniente a conceptos básicos e importancia del seguro.

El fin es beneficiar a aproximadamente 160 jóvenes pertenecientes a grado décimo del Colegio arriba descrito. Figura 1, e implementar este programa en más colegios tanto en el sector de Castilla como en las demás zonas del Distrito Capital. Para esto es necesario formar e instruir a 10 nuevos instructores o capacitadores, para que bajo la figura de voluntario, implemente en las instituciones educativas los contenidos y actividades del Programa Insólito.

Por medio de actividades teórico-prácticas, de introspección y reflexión personal alrededor de nociones básicas de seguros, se guía al adolescente a identificar las creencias y percepciones con respecto a los seguros, mediante estudios de caso, juegos de rol y análisis de personajes, desarrollando en ellos habilidades y competencias personales y ciudadanas: autonomía financiera, pensamiento crítico y resolución de conflictos.

Para iniciar el programa, se les aplica una prueba a los alumnos con el fin de evidenciar sus conocimientos y expectativas en el tema. Figura 2.

El mismo día, se aplica este instrumento que será nuevamente diligenciado al final del programa. Figura 3. Lo que busca es validar que entienden por frecuencia y por severidad.

Al terminar el proyecto y tabular la información consignada en estas encuestas, el resultado fue muy bueno, óptimo teniendo en cuenta que es el primer encuentro que tenemos en el colegio; se generan expectativas y retos muy grandes.

Tabla 1

*Contenidos del Programa de Radio*

No. Semana / Bloques	Miércoles	Jueves	Viernes	Lunes	Martes
<b>1</b>					
¿Qué riesgos reconoce y cuáles le han pasado a usted? ¿Cómo afectaron su bolsillo?	1. Introducción	2. Muerte	3. Enfermedad e invalidez	4. Desempleo	5. Accidentes personales y de tránsito
<b>2</b>					
¿Cómo respondió y qué tan efectiva fue la respuesta?	6. Incendio, Terremoto, Inundación	7. Hurto	8. Accidentes laborales y enfermedades prof.	9. Crédito frente a emergencias	10. Ahorro frente a emergencias
<b>3</b>					
Instrumentos financieros para enfrentar emergencias	11. El seguro. Introducción	12. Ahorros y seguros para emergencias	13. Funcionamiento y conceptos básicos	14. Funcionamiento y conceptos básicos	15. Vida
<b>4</b>					
Tipos de seguros	16. Exequias	17. Accidentes personales	18. Desempleo	19. SOAT	20. Incendio y terremoto (Hogar)
<b>5</b>					
Tipos de seguros	21. Hurto	22. Riesgos profesionales	23. Pymes	24. Seguros de salud y su diferencia con el POS	25. Lea su póliza con atención. Beneficios del seguro
<b>6</b>					
Conozca su póliza	26. Exclusiones, periodos de carencia y otras características frecuentes	27. Preguntas que debe hacer su asesor	28. ¿Qué define el precio de su seguro?	29. ¿Cómo hacer una reclamación?	30. Derechos y deberes del asegurado
<b>7</b>					
Protección al consumidor	31. Quejas frecuentes	32. ¿Cómo presentar una queja?	33. El defensor del consumidor financiero.	34. ¿Qué aprendimos?	35. ¿Qué aprendimos?

Tabla 2

*Estructura del Programa de Radio*

No. / Sección	Minutos	Segundos	Observaciones
1. Presentación pregrabada		15	Canción que identifica el programa
2. Bienvenida	3		Repaso general, episodio anterior y estructura del día
3. A usted también le puede pasar	3		Tres entrevistas breves
4. Información comercial		15	Comercial
5. Hablemos con el experto 1	6		Experto tema macro
6. Canción 1	3	30	Relacionada con el tema del día
7. Notas seguras		30	Notas curiosas ¿Sabía usted que...?
8. Radionovela	3		Sobre el tema del día
9. Aprenda, Participe y Gane	2		Concurso de la semana
10. Casos y Cosas	3		Tres entrevistas breves
11. Canción 2	3	30	Relacionada con el tema del día
12. Información comercial		15	Comercial
13. Hablemos con el experto 2	6		Experto Micro sicólogo, antropólogo, académico
14. Viva seguro, Viva tranquilo	1	30	Recomendaciones sobre el tema del día
15. ¿Esta usted seguro? Escribanos		30	Contactos
16. Canción 3	3	30	Relacionada con el tema del día
17. Conclusión y despedida	1	30	Conclusiones. Presentación del siguiente programa
18. Despedida pregrabada		15	Canción que identifica el programa
Tiempo total	41	30	

Figura 1. Beneficiarios del Programa Insólito

COLEGIO	CURSO	# DE VOLUNTARIOS	# DE ESTUDIANTES BENEFICIADOS	# DE ESTUDIANTES VALORADOS (*)
San José de Castilla (Jornada Mañana y Tarde)	1001	2	47	39
	1002	2	43	41
	1003	2	40	38
	1004	2	38	38
TOTAL		8	168	156

(\*) Sólo se tienen en cuenta aquellos estudiantes que realizaron la evaluación pre-programa y post-programa

Figura 2. Herramienta de Medición Inicial

CONOCIMIENTO
1. ¿Qué es un riesgo?
2. ¿Qué es un siniestro?
3. ¿Qué información necesitamos para medir la frecuencia de un riesgo?
4. ¿Cómo se mide la gravedad de un riesgo?
5. ¿Qué es un seguro?
6. ¿Para qué sirve un seguro?
7. ¿Por qué decimos que un seguro es una ayuda financiera?

- 6 de 7 preguntas son De tipo opción múltiple
- 1 de 7 preguntas es de Tipo Falso o Verdadero

Figura 3. Herramienta de Medición Frecuencia Vs. Severidad.

**8. De las siguientes calamidades, ¿cuáles no quisieras que te pasaran nunca? ESCRIBE UN NÚMERO en frente de cada opción en orden de importancia para ti, donde 1 es lo que más te importa y más valoras, y 15 lo que menos valoras. Los números NO se pueden repetir.**

- a. Que mi novio/a me deje por otro/a ( )
- b. Que mis padres se queden sin trabajo ( )
- c. Que pierda el año ( )
- d. Que alguien de mi familia sufra un accidente ( )
- e. Que yo sufra un accidente ( )
- f. Que me echen del trabajo ( )
- g. Que me quede sin amigos ( )
- h. Que me roben el computador, el celular, reproductor de música, instrumento o balón de fútbol, etc. ( )
- i. Que me enferme gravemente ( )
- j. Que alguien de mi familia se enferme gravemente ( )
- k. Que mis compañeros de salón se burlen de mí ( )
- l. Quedar embarazada/que mi novia quede embarazada ( )
- m. Que estrellé un carro o una moto prestada ( )
- n. Atropellar a alguien con la moto o carro ( )
- o. Que ocurra un incendio, terremoto, inundación muy grave y me quede sin casa. ( )

**9. Si tienes ahorros, ¿en qué los GASTARÍAS? Enumera las opciones a continuación de 1 a 6, donde 1 es tu primera opción y 6 la última.**

- a. En ropa ( )
- b. En salir con mis amigos ( )
- c. En un computador/celular ( )
- d. En mi deporte favorito ( )
- e. No me los gasto, son una reserva para comprarme algo en el futuro ( )
- f. No me los gasto, son una reserva para cualquier calamidad mía o de mi familia ( )

Figura 4. Herramienta de Medición Expectativa Vs. Realidad.

10. Al participar de este programa, tu:					
	ENUNCIADO	ANTES		DESPUÉS	
		SI	NO	SI	NO
1	Sabes qué hacer ante el riesgo				
2	Consideras que tu o lo que valoras está en condición de peligro cotidianamente				
3	Sabes qué es un seguro				
4	Es necesario invertir dinero para proteger lo que valoras				
5	Consideras que necesitas adquirir un seguro para ti o lo que valoras				
6	Confías o desconfías en el funcionamiento de una compañía de seguros				
7	Quieres trabajar en una compañía de seguros				

Antes de realizar las sesiones por grupos, se aplicó una encuesta para determinar el grado de conocimientos que tenían los muchachos en temas de seguros, antes y al terminar las sesiones, lo que en las gráficas se denomina CONOCIMIENTO. Esto mismo se realizó con preguntas que pretendían determinar la EXPECTATIVA que los muchachos tenían antes y después de participar.

Figura 5. Resultados Curso 1001

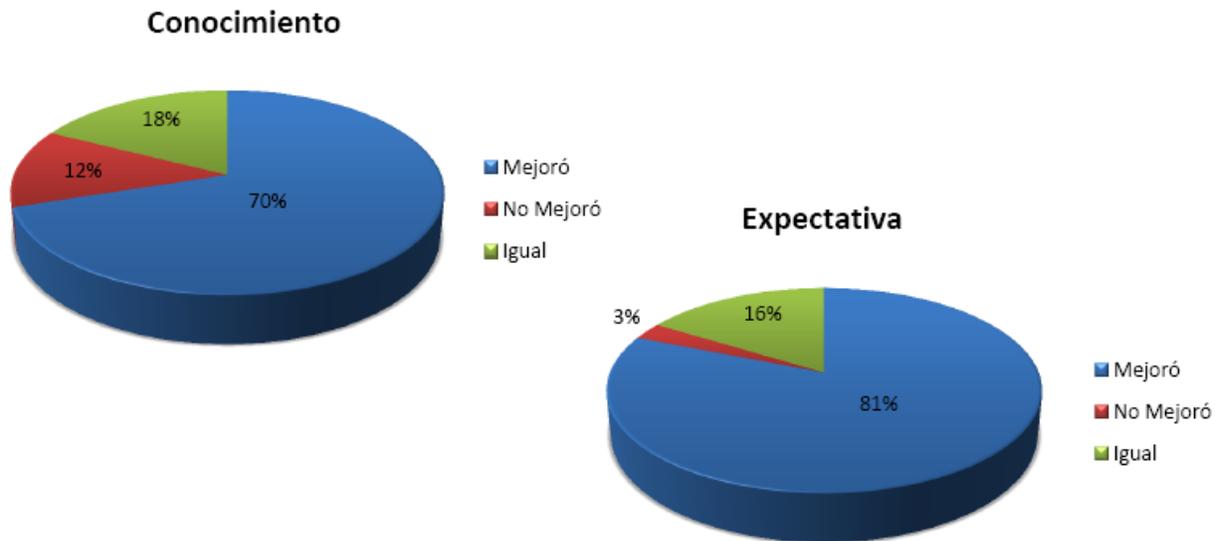


Figura 6. Resultados Curso 1002

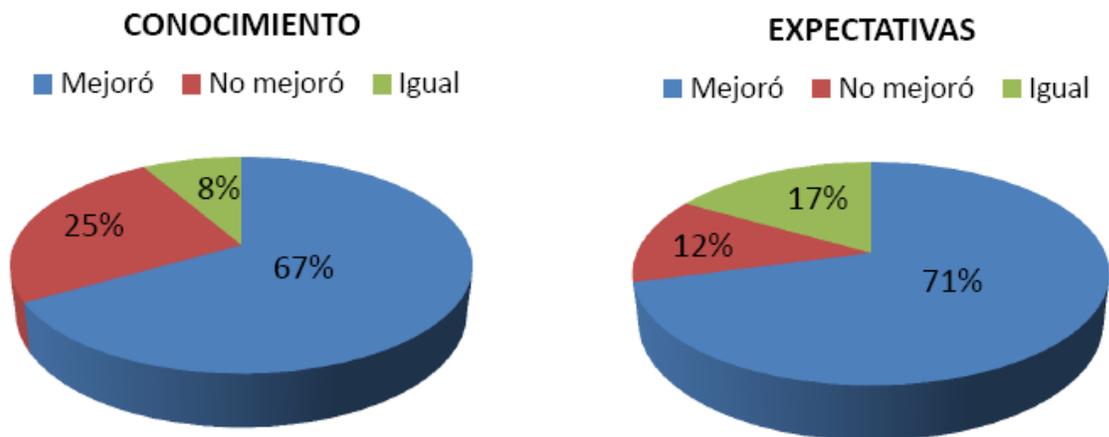


Figura 7. Resultados Curso 1003

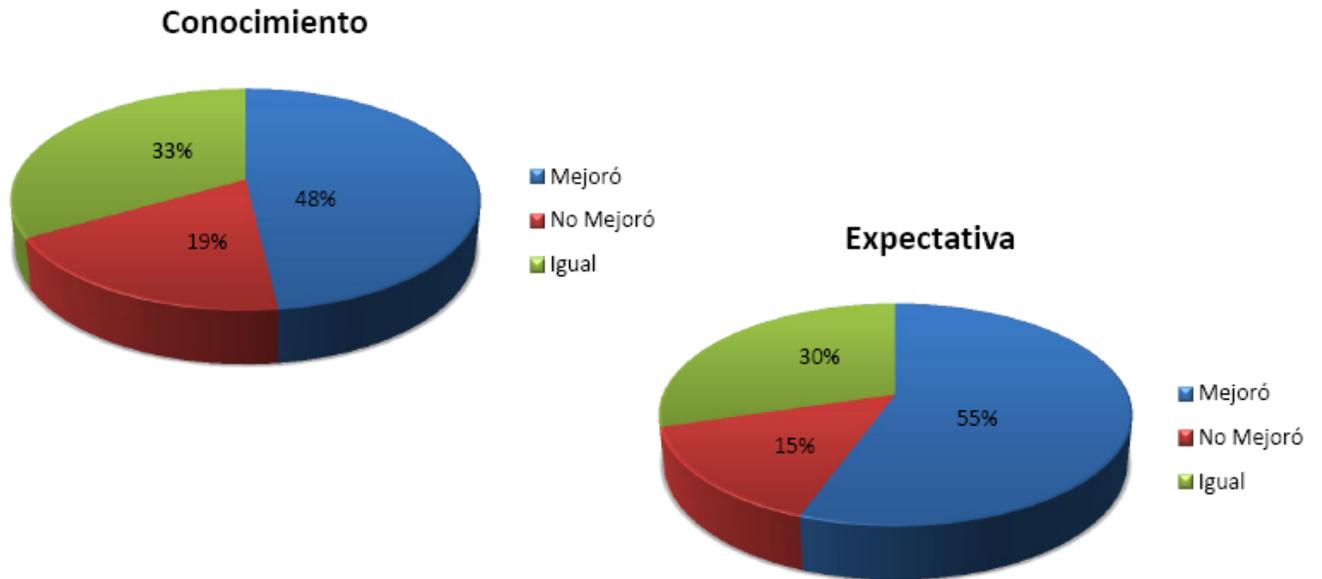
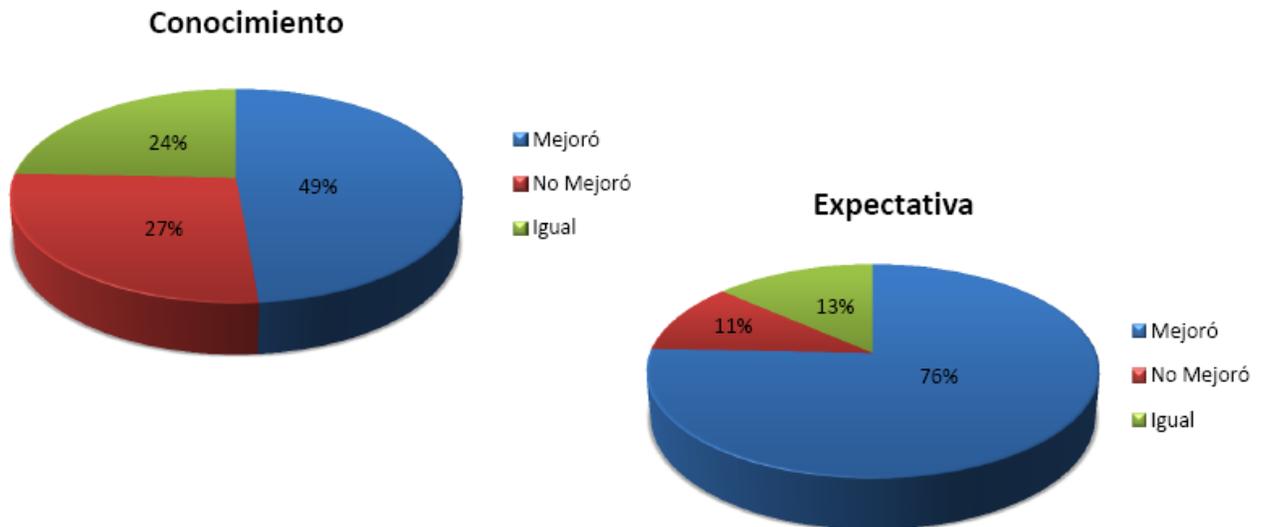


Figura 8. Resultados Curso 1004



Realizando la validación y la tabulación de los resultados, se encuentra que en los 4 cursos fue muy positiva la respuesta y la recepción que tuvieron los muchachos a las actividades realizadas. Lo que incentiva a continuar beneficiando a más colegios con este programa.

## Conclusión

Realizando el acompañamiento e investigación de los temas tratados en el Proyecto Insólito, es evidente que se encuentra encausado a los adolescentes, las temáticas y la manera como se exponen ante ellos causan que su interés vaya aumentando con el transcurrir de las sesiones, es muy satisfactorio alcanzar el 91% de aceptación en los muchachos beneficiados. (Encuesta Estudiantil, noviembre 2017).

Se hace necesario la participación de nuevos agentes de cambio, empresas e instituciones que tengan conocimientos en seguros, con el fin de poder abarcar más colegios en zonas vulnerables de la ciudad y beneficiarlos con el programa. Es por esto que los invito a ser parte de “insólito”; para darse la oportunidad de aprender enseñando y cambiando vidas.

## Referencias

Este proyecto se lleva a cabo con materiales diseñados por la Fundación Junior Achievement Colombia (FJAC), apoyados por la siguiente fuente bibliográfica;

Mejía Delgado, Hernán. Gestión Integral de Riesgos y Seguros para Empresas de servicios, comercio e industria. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2011

\_\_\_\_\_. Historias de pólizas. Casos de siniestros para estudio. Tomo 1. Pereira: Papiro, 2010

\_\_\_\_\_. Seguros y Finanzas para la familia. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2012

ANTONS, Klaus. Práctica de la dinámica de grupos. Ejercicios y técnica. Barcelona: Heder Editorial S.L. 1978

Perspectivas y retos del sector asegurador; Educación Financiera en Seguros en Colombia; Experiencias, lecciones y perspectivas. Alejandra Díaz, Mariana Pinzón, junio de 2011.

Informe ejecutivo Fasecolda 2016 – 2017

Instituciones Financieras, Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas y Autorregulador del Mercado de Valores (2010). Estrategia Nacional de Educación Económica y

Financiera: Una Propuesta para su Implementación en Colombia. Bogotá. República de Colombia (2006, septiembre). Decreto 3078 de 2006, Por el cual se crea el

Programa de Inversión Banca de las Oportunidades. Diario Oficial de Colombia, 11 de septiembre de 2006 (No. 46.388).

República de Colombia (2010, julio). Decreto 2555 de 2010, Por el cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones. Colombia: Diario Oficial de Colombia, 15 de julio de 2010 (No. 47.771).

Departamento Nacional de Planeación (2006, mayo). Documento CONPES 3424.

La Banca de las Oportunidades una Política para Promover el Acceso al Crédito y a los demás Servicios Financieros buscando Equidad Social. Colombia: Departamento Nacional de Planeación. Mayo 16 de 2006.