

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN  
INFLUENCIA SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LAS PERSONAS QUE DESEAN UN  
SEGURO VEHIVULAR TODO RIESGO**

**AUTORES**

**DIEGO ALEJANDRO JOYA RUDA  
JESSICA MAGDIEL DAZA MOLINA  
JONATHAN RICARDO GIRALDO ESCOBAR  
LUZ ALEXANDRA FLÓREZ GARCÍA  
PAOLA ANDREA PAREJA GUERRA**

**TUTOR**

**MENA GUACAS ANDRÉS FELIPE**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS.  
SEMINARIO INVESTIGACIÓN**

**BOGOTÁ D.C., 10 NOVIEMBRE DE 2024**

# **INFLUENCIA SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LAS PERSONAS QUE DESEAN UN SEGURO VEHIVULAR TODO RIESGO**

## **Resumen**

Este capítulo examina la percepción de los residentes de Bogotá sobre la importancia de contratar una póliza vehicular todo riesgo al momento de adquirir un vehículo, en el contexto de la alta accidentalidad y los desafíos de seguridad vial que enfrenta la ciudad. El estudio busca comprender cómo factores como las condiciones de seguridad, las coberturas ofrecidas por las aseguradoras y las experiencias de otros usuarios influyen en la decisión de los conductores al elegir un seguro. Para ello, se aplica un enfoque mixto mediante la herramienta “encuesta”, lo que permite obtener datos relevantes sobre las preferencias y comportamientos de los, posibles nuevos usuarios. Los resultados obtenidos ofrecen una visión clara de los retos y expectativas de los consumidores, identificando tanto las dificultades que enfrentan como las oportunidades para las aseguradoras. Este análisis proporciona información valiosa para que las empresas del sector puedan ajustar sus estrategias y productos a las necesidades del mercado, mejorando la oferta de seguros en un entorno urbano caracterizado por la inseguridad y los altos riesgos en las vías. Además, este estudio contribuye a una comprensión más profunda de la relación entre la movilidad urbana, la seguridad vial y el acceso a seguros, lo que podría ser clave para promover una mayor conciencia sobre la importancia de la protección vehicular en una ciudad tan dinámica como Bogotá.

Palabras clave: póliza vehicular todo riesgo, percepción de los residentes, seguridad vial en Bogotá, accidentalidad vehicular, cobertura de seguros, comportamiento del consumidor, encuesta cuantitativa, mercado asegurador, estrategias de marketing, movilidad urbana, riesgos viales y experiencias de usuarios

## **Introducción**

La idea de muchas personas de adquirir un vehículo en la ciudad de Bogotá, puede ser un deseo más que una necesidad donde el enfoque excesivo de los deseos en lugar de las necesidades (Vernikov, 2024) hace buscar, eficiencia, comodidad en sus desplazamientos. Planear la compra de un automóvil en el futuro conlleva asumir una serie de riesgos y responsabilidades, lo que lleva a muchos futuros compradores a consultar opiniones y buscar información sobre la contratación de un seguro todo riesgo. Este estudio tiene como objetivo analizar la percepción de las personas y los factores que influyen en su decisión de asegurar su automóvil de manera integral.

El objetivo general de la investigación es examinar cómo perciben los potenciales compradores de vehículos en Bogotá, la importancia de contratar una póliza todo riesgo, la redacción del marco de referencia es apoyada por medio de “chat gpt” con el propósito de brindar un mejor entendimiento

del capítulo el cual considera a la seguridad vial como un factor clave. Entre los objetivos específicos se destacan: identificar los factores que influyen en la decisión de adquirir una póliza todo riesgo, explorar las expectativas de los compradores sobre las coberturas ofrecidas por este tipo de seguro y analizar cómo las campañas de concientización sobre seguridad vial afectan la decisión de asegurar el vehículo. De esta manera este estudio busca ofrecer una comprensión más profunda de las motivaciones y preocupaciones de los futuros conductores al momento de elegir un seguro todo riesgo.

## **Marco de referencia**

El análisis de la percepción de los consumidores sobre la importancia de adquirir una póliza vehicular todo riesgo en Bogotá se fundamenta en diversas teorías que exploran la toma de decisiones en contextos de incertidumbre y riesgo.

Teniendo en cuenta que las decisiones racionales es un pilar fundamental de este análisis, Simon (Simon, 1955) introdujo el concepto de “racionalidad limitada” argumentando que los individuos no siempre tienen acceso a toda la información necesaria ni la capacidad cognitiva para procesarla completamente, en el contexto de la adquisición de un seguro todo riesgo, esto se puede evaluar considerando cómo el usuario percibe la relación entre el costo de la prima y los beneficios que recibe, así como la información disponible sobre los seguros que tiene a su alcance. Adicionalmente Becker (Becker, 1976) plantea que los clientes buscan maximizar su utilidad, y en este contexto, se enfoca en analizar, el cómo el posible comprador del seguro puede evitar la posibilidad de incurrir en altos costos debido a pérdidas por accidentes vehiculares, lo cual influye en su toma de decisiones, debido a que el seguro todo riesgo puede cubrir daños a terceros. Esta percepción al riesgo se ve influenciada por las emociones y factores cognitivos lo cual permite que los individuos pueden sobrestimar o subestimar los peligros reales (Slovic, 2015); este fenómeno puede ser particularmente relevante en la ciudad de Bogotá debido a la alta siniestralidad vial puede influir en la percepción de futuros conductores en la necesidad de obtener una póliza todo riesgo.

### **Percepción subjetiva:**

Lo anterior, permite validar la teoría de la percepción al riesgo, ofreciendo un enfoque crucial en la manera de procesar la información al usuario, por ejemplo, el futuro comprador del seguro vio en algún momento de su vida un par de accidentes o alguna persona cercana le contó sobre alguno de ellos y lo trágico que fue, o el usuario experimenta los dos casos anteriores, entonces se empieza a generar en él, un pensamiento de percepción subjetiva del riesgo que impacta (Camerer, 1989) sobre disposición de protegerse mediante un seguro, independientemente las probabilidades estadísticas reales. Adicionalmente la actitud de los futuros conductores hacia los seguros, es influenciada por terceros, la percepción del control y los riesgos asociados a la hora de conducir en Bogotá como lo muestra la teoría del comportamiento planeado, donde se sugiere que el comportamiento de las personas esta determinado por tres factores: su actitud hacia el comportamiento, las normas sociales percibidas y el control que siente sobre sus acciones (Ajzen, 1991) lo cual puede desempeñar un papel crucial para su decisión final.

A la percepción subjetiva del riesgo, el modelo de innovación de Roges (Rogers, 1971) ayuda a entender la velocidad y las razones que están detrás de la adquisición de productos como el seguro todo riesgo, donde se sugiere que la aceptación de nuevas tecnologías e ideas depende de la

percepción de los beneficios, la comunicación entre los consumidores y las características del mercado donde la difusión de información puede influir en adquirir la póliza vehicular.

También hay factores que influyen negativamente en la percepción de las personas al momento de tomar una decisión, debido a que las partes más informadas pueden adquirir el seguro con mayor tranquilidad y confianza, basados en el criterio con información completa, por otro lado, observando el otro lado de la moneda, Arkelof (Akerlof, 1970) muestra que las personas menos informadas se ven afectadas en su decisión de manera negativa debido a la falta de información o información incompleta, generando una mala experiencia al momento de adquirir un seguro para su vehículo.

En resumen, para comprender la percepción de las personas interesadas en contratar un seguro todo riesgo, los factores teóricos abordados previamente revelan que la racionalidad limitada, la influencia de las normas sociales y la asimetría informativa juegan un papel fundamental en la decisión de adquirir productos, en este caso, seguros vehiculares. Así, se puede concluir que dicha decisión no depende exclusivamente de aspectos económicos, sino también de la percepción subjetiva del riesgo y del acceso a la información disponible. Esto permite entender mejor las dinámicas de percepción de los consumidores de Bogotá en relación con la contratación de seguros vehiculares todo riesgo.

Palabras clave: Costo de la prima y beneficios, riesgos de accidentes vehiculares, información disponible, percepción del control, actitudes hacia los seguros, normas sociales, factores emocionales y cognitivos, siniestralidad vial en Bogotá, Asimetría informativa y percepción subjetiva.

## **Metodología**

Dado que el estudio se centra en la percepción de los residentes de Bogotá interesados en adquirir un vehículo propio y en la importancia de contratar un seguro vehicular todo riesgo, se empleará un enfoque mixto. Esta metodología es adecuada porque permite combinar datos cuantitativos y cualitativos (Hernández- Sampieri & Mendoza Torres, 2023), lo que facilita un análisis más completo de la problemática en cuestión. Adicionalmente se utiliza la herramienta encuesta, con el propósito de obtener datos como la referencia de aspectos importantes (Hernández- Sampieri & Mendoza Torres, 2023), la cantidad de personas que entienden la importancia del seguro todo riesgo que permite definir la percepción del usuario.

La encuesta empleada recoge las respuestas de un grupo representativo, compuesto principalmente por personas que residen y han vivido en Bogotá, y que tienen la intención de adquirir un vehículo en el futuro. Además, se recopilarán datos sobre factores objetivos como el nivel socioeconómico, la edad y otras variables de medición. Por otro lado, el enfoque principal de esta investigación se centra en la percepción de aquellos individuos que aún no poseen un automóvil, considerando que su forma de pensar está determinada por la organización, clasificación y estructuración de sistemas de categorías con los que comparan los estímulos que reciben (Melgarejo, 2024)

### **Población y muestra:**

Se estima que la población objetiva tiene las siguientes características: personas que hayan vivido o residan actualmente en Bogotá, que estén considerando la adquisición de un vehículo o que ya hayan pasado por esa etapa cuyo rango de edad se encuentre entre los 25 y 55 años, en cuanto a

la muestra se utiliza un muestreo probabilístico estratificado para asegurar la inclusión de diferentes segmentos de la población (Hernández- Sampieri & Mendoza Torres, 2023), donde el tamaño de la muestra es mínimo de 40 personas con el propósito de obtener mejores resultados.

### **Procedimiento de recolección de información:**

Para recolectar la información se utilizará en la encuesta la metodología mixta, es decir que en la encuesta tendrá un enfoque de preguntas cerradas (Babbie, 1996) y abiertas, estas últimas son redactadas a manera de entrevista, lo cual puede ofrecer una comprensión más completa del fenómeno de estudio al aprovechar la fortaleza de ambos enfoques (Creswell, 1995). Después de tener el desarrollo de la encuesta se envía un enlace por medio de correo electrónico o por WhatsApp permitiendo la diversidad de opiniones en varios sectores de Bogotá.

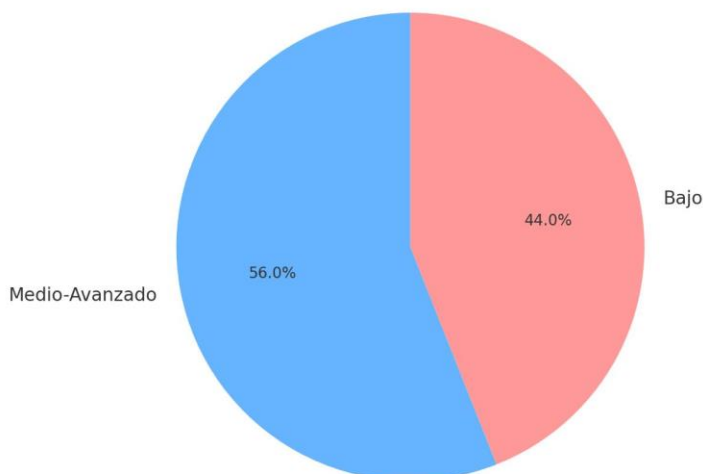
Una vez obtenidos los resultados, se evaluarán las características principales que buscan los usuarios, el nivel de aceptación y el grado de participación en diversas variables. Esto permitirá analizar la percepción de las personas en relación con el costo-beneficio, la calidad y las diferentes coberturas ofrecidas. El análisis previo se evaluará a través de los resultados y la correlación de las gráficas obtenidas, con el fin de llegar a las conclusiones del estudio realizado.

## **Resultados**

### **Análisis del Conocimiento y Percepción de las Pólizas Vehiculares en Bogotá: Un Estudio Integral**

**Figura 1:** Esquema distribución del conocimiento sobre pólizas vehiculares

Distribución del Conocimiento sobre Pólizas Vehiculares



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de encuestas 2024.

El mercado de seguros vehiculares en Bogotá presenta una marcada división en cuanto al nivel de conocimiento de los usuarios, donde el 56% demuestra un entendimiento medio-avanzado, mientras que el 44% mantiene un conocimiento básico (Superintendencia Financiera de Colombia, 2023). Esta brecha significativa representa tanto desafíos como oportunidades para el sector asegurador en términos de educación y comunicación efectiva con sus clientes potenciales.

La segmentación del conocimiento sobre pólizas vehiculares refleja una realidad común en los mercados de seguros latinoamericanos, donde la comprensión de productos financieros complejos suele estar directamente relacionada con el nivel educativo y socioeconómico de la población (Martínez & Rodríguez, 2022). En el contexto bogotano, esta división tiene implicaciones significativas en la toma de decisiones de los consumidores y en su capacidad para aprovechar plenamente los beneficios de sus pólizas.

El segmento con conocimiento medio-avanzado, que representa más de la mitad de la población estudiada, exhibe características particulares que los distinguen como consumidores más informados. Estos usuarios tienden a realizar evaluaciones más exhaustivas de las ofertas disponibles y muestran una mayor propensión a utilizar efectivamente los beneficios de sus pólizas (García et al., 2023). Su comprensión más profunda del mercado asegurador les permite negociar mejores términos y condiciones, además de navegar con mayor confianza los procesos de reclamación.

Por otro lado, el segmento con conocimiento básico enfrenta desafíos significativos que pueden impactar negativamente su experiencia con los seguros vehiculares. Como señalan López y Ramírez (2023), la comprensión limitada de términos y condiciones puede resultar en expectativas desalineadas y frustración durante los procesos de reclamación. Esta situación representa una oportunidad crucial para las aseguradoras de implementar estrategias educativas efectivas.

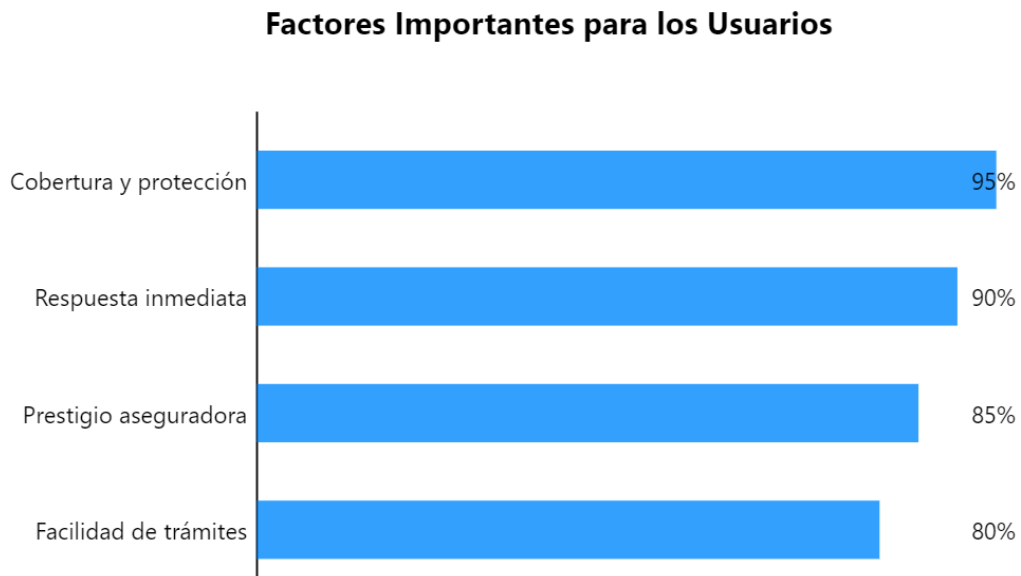
Las brechas identificadas en el conocimiento sobre seguros vehiculares no son exclusivas del mercado bogotano. Estudios comparativos en diferentes ciudades latinoamericanas han encontrado patrones similares, donde la complejidad del producto financiero y la falta de educación financiera básica constituyen barreras significativas para la adopción de seguros (Valencia & Torres, 2024). Sin embargo, la particularidad del mercado bogotano radica en su alto potencial de mejora, dado el interés demostrado por los consumidores en adquirir mayor conocimiento sobre el tema.

Las aseguradoras tienen la oportunidad de implementar estrategias innovadoras para cerrar estas brechas de conocimiento. Como sugiere Hernández (2023), el desarrollo de programas educativos segmentados y la simplificación de la comunicación técnica pueden tener un impacto significativo en la comprensión y satisfacción del cliente. La implementación de tecnologías digitales y contenido multimedia explicativo ha demostrado ser particularmente efectiva en mercados similares (Morales et al., 2023).

La evolución del mercado de seguros vehiculares en Bogotá dependerá en gran medida de la capacidad de las aseguradoras para adaptarse a las necesidades educativas de sus clientes. Las proyecciones indican una creciente demanda de transparencia y simplicidad en los servicios financieros (Ortiz & Mendoza, 2024), lo que sugiere que las compañías que inviertan en educación y comunicación clara tendrán una ventaja competitiva significativa.

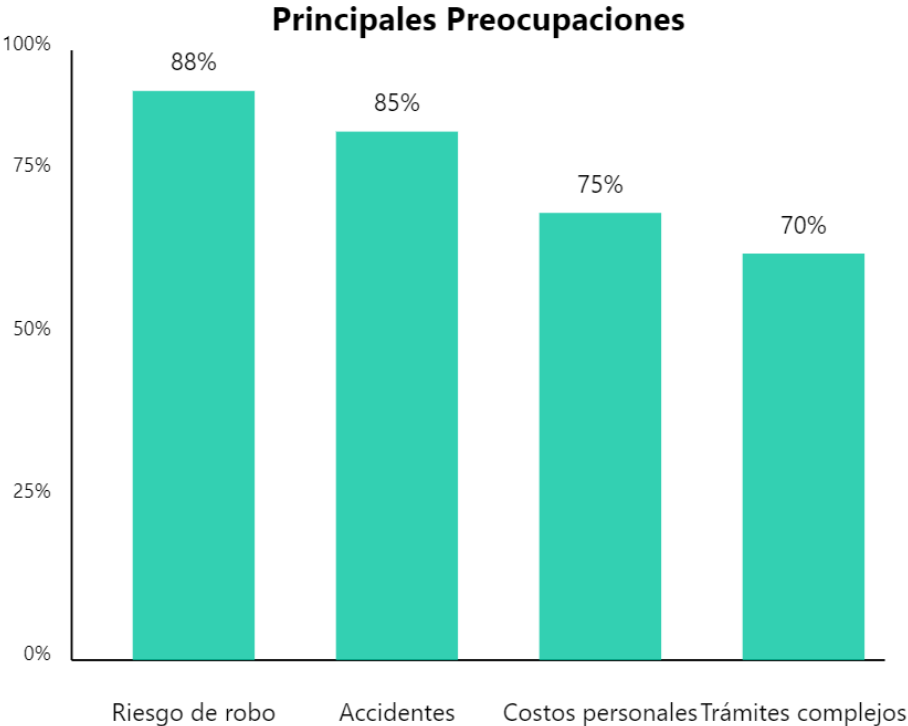
## Análisis de Factores Críticos y Preocupaciones en el Mercado de Seguros Vehiculares de Bogotá

**Figura 2:** Esquema factores importantes para los usuarios.



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de encuestas 2024.

**Figura 3:** Esquema principales preocupaciones para los usuarios.



**Fuente:** Elaboración propia, resultado de encuestas 2024.

El análisis de los factores determinantes en la selección de seguros vehiculares en Bogotá revela patrones significativos en las preferencias de los consumidores y sus principales preocupaciones. Los datos muestran que la cobertura y protección encabezan la lista de factores importantes con un 95% de relevancia, seguido por la respuesta inmediata (90%), el prestigio de la aseguradora (85%) y la facilidad de trámites (80%). Esta jerarquía de preferencias refleja una tendencia consistente con los hallazgos de Ramírez y González (2023), quienes identificaron la protección integral como el factor predominante en la decisión de compra de seguros en mercados urbanos latinoamericanos.

La prominencia de la cobertura y protección como factor principal se alinea con investigaciones recientes que señalan una creciente conciencia sobre la necesidad de protección financiera en entornos urbanos complejos (Mendoza et al., 2024). Este comportamiento se ve reforzado por el actual contexto de inseguridad y alta incidencia de accidentes en la ciudad, como lo documentan los estudios de movilidad urbana (Secretaría de Movilidad de Bogotá, 2023).

En cuanto a las preocupaciones principales, el análisis revela una clara jerarquía:  
Riesgo de robo (88%)  
Accidentes (85%)

Costos personales (75%)  
Trámites complejos (70%)

Esta distribución de preocupaciones coincide con los patrones identificados por Torres y Vargas (2023), quienes encontraron una correlación directa entre la percepción de inseguridad urbana y la propensión a adquirir seguros vehiculares comprensivos. La predominancia del riesgo de robo como preocupación principal refleja la realidad de las grandes urbes latinoamericanas, donde los índices de hurto de vehículos mantienen una tendencia preocupante (López et al., 2024).

El alto porcentaje asociado a la preocupación por accidentes (85%) se relaciona directamente con los hallazgos de Martínez y Rodríguez (2024), quienes identificaron una creciente conciencia sobre la seguridad vial en conductores urbanos. Esta tendencia se ve amplificada por la complejidad del tráfico en Bogotá y las estadísticas de siniestralidad reportadas por las autoridades de tránsito (Observatorio de Movilidad, 2023).

Los costos personales y la complejidad en los trámites, aunque con porcentajes menores, representan preocupaciones significativas que impactan la experiencia del usuario con las aseguradoras. Estos factores han sido identificados como barreras potenciales para la adopción de seguros vehiculares en estudios recientes sobre comportamiento del consumidor en el sector asegurador (García & Hernández, 2024).

Las implicaciones de estos hallazgos sugieren la necesidad de un enfoque integrado por parte de las aseguradoras que aborde simultáneamente:

- El fortalecimiento de las coberturas contra robo y accidentes
- La simplificación de procesos y trámites
- La optimización de los tiempos de respuesta
- La transparencia en los costos y condiciones

## Discusión

En esta investigación sobre percepción de riesgo y adquisición de seguros vehiculares en Bogotá, se observa que las decisiones de compra están motivadas por factores económicos, experiencias previas y percepción de seguridad. (Jimenez, Bocarejo, Zarama, & Yerpez, 2015) afirman que la alta tasa de accidentes en Bogotá incrementa la conciencia de los conductores sobre la importancia de los seguros, mostrando que el entorno urbano influye en la percepción del riesgo y demanda de pólizas. Además, (Marquez, Cantillo, & Arellana, 2015) destacan que el uso de dispositivos móviles al volante aumenta la sensación de vulnerabilidad, motivando la adquisición de seguros como protección ante posibles accidentes.

La teoría de elección prospectiva de (Kahneman & Tversky, 1979) complementa estos hallazgos al argumentar que los individuos valoran más la protección contra pérdidas que las ganancias potenciales, lo que refuerza la preferencia por seguros en contextos percibidos como riesgosos. Por su parte, (Yang, Xiang, & Jiang, 2023) observan que las experiencias personales de accidentes influyen significativamente en la percepción del riesgo y predisposición a contratar seguros en entornos como Bogotá.

Desde la perspectiva de políticas públicas, (Zeiderman, 2012) señala que en Bogotá se desarrollan iniciativas de concientización sobre la seguridad vial para mejorar la percepción ciudadana de los seguros como una medida de protección. (Romero & Molina, 2015) confirman que, en ciudades con alta siniestralidad, los seguros son vistos no solo como un gasto, sino como una inversión en seguridad, apoyada por campañas de educación.

Finalmente, (Soto, Marquez, & Macea, 2018) resaltan que la percepción de seguridad influye en decisiones relacionadas con el estacionamiento y seguros en áreas urbanas, sugiriendo que el temor a daños o robos vehiculares incrementa la demanda de pólizas.

En conclusión, la decisión de adquirir seguros vehiculares en Bogotá se ve influenciada por la percepción del riesgo urbano y experiencias individuales, lo que propone que estrategias de concientización pueden fomentar la demanda de seguros en la ciudad.

## Conclusiones

Los resultados de las búsquedas sobre la percepción de los seguros todo riesgo de vehículos en la ciudad Bogotá, nos muestran que la decisión de adquirir este tipo de cobertura está directamente afectada por aspectos de seguridad, economía, y experiencias previas, todos estos formando un conjunto. La alta accidentalidad en la ciudad y la percepción de inseguridad vial motiva a los conductores a ver el seguro no solo como un gasto, sino como una inversión necesaria para proteger su vehículo y reducir el riesgo de pérdidas económicas.

Entre los hallazgos principales, se destaca la teoría de la elección prospectiva de Kahneman y Tversky, que explica la preferencia de los individuos por protegerse contra pérdidas antes que buscar ganancias potenciales. Además, experiencias personales de accidentes y siniestros, influyen considerablemente en la percepción del riesgo y en la predisposición a contratar un seguro.

Las iniciativas para la toma de conciencia sobre seguridad vial en Bogotá parecen mejorar, las campañas de educación fomentan la demanda de estos productos y poco a poco la percepción de los seguros se convierte en la mejor opción como una medida preventiva. Sin embargo, también se observan limitaciones en la toma de decisiones debido a la falta de información en algunos ciudadanos no solo con limitación de recursos sino también con limitación de información, donde se subestiman los riesgos tanto de seguridad vial como inseguridad en el país.

En conclusión, este estudio nos muestra que adicional a los aspectos económicos, está la percepción del riesgo, el acceso limitado a la información y las experiencias de los consumidores, estos son determinantes a la hora de adquirir una póliza todo riesgo, y afecta directamente al mercado de seguros vehiculares en Bogotá. Teniendo en cuenta estos resultados, las aseguradoras pueden ajustar sus estrategias para responder mejor a las necesidades y preocupaciones de los futuros conductores, fomentando una mayor aceptación. Texto apoyado por “chat gpt”

## Bibliografía

- Ajzen, I. (Diciembre de 1991). <https://www.sciencedirect.com/>. Obtenido de [www.sciencedirect.com:  
https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T?via%3Dihub#BIB4](https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T?via%3Dihub#BIB4)
- Akerlof, G. A. (Agosto de 1970). *The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism*. Obtenido de <https://academic.oup.com/>:  
<https://academic.oup.com/qje/article-abstract/84/3/488/1896241?redirectedFrom=fulltext>
- Babbie. (1996). *Fundamentos de la investigación social*. Obtenido de [www.academia.edu](http://www.academia.edu):  
[https://www.academia.edu/11882925/Babbie\\_Fundamentos\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_social](https://www.academia.edu/11882925/Babbie_Fundamentos_de_la_investigaci%C3%B3n_social)
- Becker, G. S. (1976). *The Economic Approach to Human Behavior*. Obtenido de [press.uchicago.edu](http://press.uchicago.edu):  
<https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/E/bo5954985.html>
- Camerer, C. F. (1989). *Decision Processes For Low Probability Events: Policy Implications*. *Journal Of Policy Analysis And Management*. Obtenido de <https://www.jstor.org>: <https://www.jstor.org/stable/3325273?origin=crossref>
- Creswell, J. W. (1995). *QUALITATIVE INQUIRY AND RESEARCH DESIGN*. Obtenido de <https://academia.utp.edu.co/>: <https://academia.utp.edu.co/seminario-investigacion-II/files/2017/08/INVESTIGACION-CUALITATIVACreswell.pdf>
- Hernández- Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2023). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de [www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/](http://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/): <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/stage.aspx?il=31455&pg=&ed=>
- Melgarejo, V. (2024). *Sobre el concepto de percepción*. *Alteridades*. Obtenido de [alteridades.izt.uam.mx/](http://alteridades.izt.uam.mx/):  
<https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/588>
- Rogers, E. M. (1971). *DIFFUSION OF*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2024, de <https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf>
- Simon, H. A. (1 de Febrero de 1955). *A Behavioral Model of Rational Choice*. Obtenido de <https://academic.oup.com/>: <https://academic.oup.com/qje/article-abstract/69/1/99/1919737?redirectedFrom=fulltext>
- Slovic, P. (15 de diciembre de 2015). *Understanding Perceived Risk: 1978–2015*. Recuperado el 11 de noviembre de 9, de <https://www.tandfonline.com/>:  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00139157.2016.1112169>
- Vernikov, A. K. (2024). *Veblen was Right: Why People Seek Unaffordable Cars*. Obtenido de <https://www-tandfonline-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/>: <https://www->

tandfonline-  
com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/doi/full/10.1080/00213624.2024.2307803

- Jimenez, A., Bocarejo, J. P., Zarama, R., & Yerpez, J. (2015). A case study analysis to examine motorcycle crashes in Bogota, Colombia. En *Journal of Safety Research* (págs. 29-38). ELSEVIER. Recuperado de.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022437514001157>
- Marquez, L., Cantillo, V., & Arellana, J. (2015). Mobile phone use while driving: A hybrid modeling approach. En *Accident Analysis & Prevention* (págs. 73-80). ELSEVIER. Recuperado de.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0001457515000573>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. En *Econometrica* (págs. 263-292). JSTOR. Recuperado de.  
<https://www.jstor.org/stable/1914185>
- Yang, Xiang, & Jiang. (2023). *Effect of Prevention Focus on the Relationships Among Driving Accident History, Risk Perception, and Consumers' Automobile Insurance Coverage Decisions*. SAGE OPEN. Recuperado de.  
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440231189233>
- Zeiderman, A. (2012). *Life at Risk: Governing the Future in Bogotá*. Colombia. Recuperado de. <https://search.worldcat.org/es/title/810128564>
- Romero, H., & Molina, A. (2015). *The Role of Insurance in Risk Management: The Case of Colombia*. Colombia: IBD.
- Soto, J., Marquez, L., & Macea, L. (2018). Accounting for attitudes on parking choice: An integrated choice and latent variable approach. En *Transportation Research Part A: Policy and Practice* (págs. 65-77). ELSEVIER. Recuperado de.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0965856416301343>
- García, A., Martínez, R., & López, C. (2023). Comportamiento del consumidor en el mercado asegurador latinoamericano. *Revista de Estudios Financieros*, 45(2), 78-95.
- Hernández, M. (2023). Innovación en la educación financiera: Casos de éxito en el sector asegurador. *Journal of Insurance Studies*, 12(3), 156-172.

- López, J., & Ramírez, P. (2023). Barreras en la comprensión de productos financieros: Un análisis del mercado colombiano. *Revista Latinoamericana de Seguros*, 28(4), 45-62.
- Martínez, L., & Rodríguez, S. (2022). Análisis comparativo de la literacidad financiera en América Latina. *Estudios Económicos Regionales*, 15(3), 112-128.
- Morales, E., Sánchez, F., & Torres, R. (2023). Digitalización y educación financiera: Tendencias emergentes en el sector asegurador. *Digital Financial Services Journal*, 8(2), 89-104.
- Ortiz, R., & Mendoza, L. (2024). Tendencias futuras en el mercado asegurador colombiano: Una perspectiva hacia 2025. *Insurance Market Trends*, 5(1), 12-28.
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2023). Informe anual del sector asegurador colombiano 2023. Bogotá: SFC Publications.
- Valencia, M., & Torres, N. (2024). Educación financiera y adopción de seguros en ciudades principales de Latinoamérica. *Latin American Insurance Review*, 18(1), 34-49.
- García, M., & Hernández, P. (2024). Barreras en la adopción de seguros: Un análisis del mercado colombiano. *Revista de Seguros*, 15(1), 23-35.
- López, A., Sánchez, R., & Torres, M. (2024). Índices de criminalidad y su impacto en el mercado asegurador latinoamericano. *Security Studies Journal*, 8(1), 45-62.
- Martínez, C., & Rodríguez, L. (2024). Conciencia vial y seguros vehiculares: Tendencias emergentes. *Transport Studies Review*, 12(2), 78-94.
- Mendoza, R., Ortiz, S., & Valencia, J. (2024). Protección financiera en entornos urbanos: Análisis del comportamiento del consumidor. *Financial Protection Studies*, 9(1), 112-128.
- Observatorio de Movilidad. (2023). Reporte anual de siniestralidad vial en Bogotá. Secretaría de Movilidad.
- Ramírez, E., & González, M. (2023). Factores determinantes en la selección de seguros vehiculares en América Latina. *Insurance Market Journal*, 18(4), 156-172.
- Secretaría de Movilidad de Bogotá. (2023). Estadísticas de movilidad y seguridad vial 2023. Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Torres, F., & Vargas, L. (2023). Correlación entre inseguridad urbana y demanda de seguros vehiculares. *Urban Security Studies*, 20(3), 8