



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
Y FINANCIERAS**



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS

**FACTORES QUE DETERMINAN LA ADQUISICIÓN
DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES
PERSONALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ**

PRESENTADO POR:

ARANDO PEREZ DIEGO DANIEL

LA PAZ-BOLIVIA 2019

Dedicatoria

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto cumpliendo con todos mis objetivos, y brindándome paciencia en cada paso.

A mi familia por darme ánimos, consejos para seguir adelante.

A mi enamorada por motivarme y acompañarme en la realización de la investigación.

A mi tutor por guiarme con profesionalidad y dedicarme su tiempo desde que comencé con la investigación hasta su culminación.

Agradecimientos

Mi más cordial agradecimiento a la Universidad Mayor de San Andrés por abrirme sus puertas para que pueda realizar mis estudios en la carrera Administración de Empresas y el día de hoy tener el orgullo de culminar mi carrera.

Agradezco a las personas que fueron participantes y a las aseguradoras que me abrieron sus puertas para que pueda realizar de forma eficaz la presente investigación.

A mis docentes de la facultad que de diferentes formas me brindaron su experiencia profesional y transmitieron sus conocimientos a lo largo de la carrera.

RESUMEN

En la presente investigación se analizó el comportamiento del consumidor respecto al seguro contra accidentes personales; Philip Kotler menciona que las compras del consumidor reciben una gran influencia de los factores: culturales, sociales, personales y psicológicos.

Un seguro es un contrato que se basa en transferir los riesgos a una aseguradora que se encarga de indemnizar todo o parte del perjuicio que se produce por la ocurrencia de un evento previsto en el contrato de seguros previo pago de una prima.

Un seguro contra accidentes personales es el que protege a las personas naturales contra los riesgos que afectan su integridad física, emergentes de hechos fortuitos, súbitos y violentos y que no comprenden los provenientes de enfermedades.

En la ciudad de La Paz, como en todo el mundo, las personas son propensas a sufrir accidentes, la presente tesis tiene como objetivo averiguar los factores del porque las personas no adquieren un seguro contra accidentes personales teniendo en cuenta que este seguro cubre gastos médicos, invalidez parcial o total y muerte accidental.

Se aplicó un modelo de investigación descriptivo, para explicar los factores que determinan la adquisición de compra de seguros contra accidentes personales. Dentro de este utilizamos dos instrumentos: encuesta, que nos ayudó a identificar los factores del porque las personas no cuentan con un seguro y entrevista, para determinar la importancia del seguro dentro de la cartera de las aseguradoras y también conocer sus medios de comercialización. Los resultados obtenidos nos muestran que una parte de la población no tiene conocimiento sobre el mismo y para otra parte no son de relevancia los beneficios que ofrece.

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
ASPECTOS GENERALES.....	2
1.1 Justificación o aportes.....	2
1.1.1 Justificación teórica	2
1.1.2 Justificación practica	2
1.2 Situación problemática.....	2
1.3 Problema científico	8
1.4 Guía científica	8
1.5 Objeto de estudio.....	8
1.6 Alcance de la investigación	8
1.7 Objetivo de la investigación.....	9
1.7.1 Objetivo general.....	9
1.7.2 Objetivos específicos	9
CAPITULO II	10
DESARROLLO ESTRUCTURAL TEÓRICO DE LA TESIS	10
2.1 Referencias conceptuales	10
2.1.1 Comportamiento del consumidor	10
2.1.1.1 Características que afectan el comportamiento del consumidor	10
2.1.1.1.1 Factores culturales.....	10
2.1.1.1.2 Factores sociales	11
2.1.1.1.3 Factores personales	11
2.1.1.1.4 Factores psicológicos	12
2.1.1.2 Tipos de comportamiento en la decisión de compra.....	13
2.1.1.2.1 Comportamiento de compra complejo	14
2.1.1.2.2 Comportamiento de compra que reduce la disonancia	14
2.1.1.2.3 Comportamiento de compra habitual	14
2.1.1.2.4 Comportamiento de compra que busca variedad.....	14
2.1.1.3 El proceso de decisión del comprador	14

2.1.1.3.1 Reconocimiento de las necesidades	15
2.1.1.3.2 Búsqueda de información	15
2.1.1.3.3 Evaluación de alternativas	15
2.1.1.3.4 Decisión de compra	16
2.1.1.3.5 Comportamiento posterior a la compra.....	16
2.1.2. Elementos técnicos	16
2.1.2.1 Seguro	16
2.1.2.2 Reaseguro.....	17
2.1.2.3 Asegurado.....	17
2.1.2.4 Tomador	17
2.1.2.5 Accidente.....	18
2.1.2.6 Seguros de accidentes	18
2.1.2.7 Póliza de seguro.....	18
2.1.2.8 Riesgo.....	18
2.1.2.9 Siniestro.....	18
2.1.2.10 Indemnización	19
2.1.2.11 Prima.....	19
2.1.2.12 Aseguradora	19
2.1.2.13 Reaseguradora.....	20
2.2 Contexto referencial.....	21
2.2.1 Empresas que operan en el mercado.....	21
2.2.1.1 Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	22
2.2.1.2 Nacional seguros S.A.	22
2.2.1.3 La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	23
2.2.1.4 La Vitalicia seguros y reaseguros S.A.....	24
2.2.1.5 UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A	24
2.2.1.6 Seguros PROVIDA S.A.	24
2.2.1.7 Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.....	25
2.2.1.8 CrediSeguro S.A.	25
2.2.2 La Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros (APS).....	26
2.2.3 La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI)	26
2.2.4 Asociación Boliviana de Aseguradores	27

2.2.5 Servicios brindados por las empresas aseguradoras.....	27
2.2.6 Referencias legales.....	29
2.2.6.1 Ley 365 de seguros y fianzas.....	29
2.2.6.2 Ley N° 1883 de seguros de 25 de junio de 1998.....	30
2.2.6.3 Decreto Supremo 25201 - Reglamento a la Ley de Seguros	32
2.2.6.4 Decreto Supremo 02036	32
2.3 Estudios previos del objeto del estudio	33
2.4 Diagnostico del problema	36
CAPITULO III.....	37
DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.1 Tipo de investigación.....	37
3.2 Universo o población de estudio.....	37
3.3 Determinación del tamaño y diseño de la muestra	37
3.3.1 Muestra	37
3.4 Selección de métodos y técnicas	38
3.5 Instrumentos de relevamiento de información.....	39
CAPITULO IV.....	45
RESULTADOS Y VALIDACION DE LA INVESTIGACION	45
4.1 Tamaño de la muestra	45
4.1.1 Personas que cuentan o no cuentan con seguro contra accidentes personales	45
4.2 Comportamiento del consumidor con relación a la compra del seguro y sus diferentes factores.....	46
4.2.1 Población asegurada y nombre de la aseguradora	46
4.2.2 Razones para no contar con un seguro contra accidentes personales	48
4.2.3 Confiabilidad de la población hacia las aseguradoras según edad y género ..	49
4.2.4 Población que cree que es propenso a un accidente.....	50
4.3 Formas de comercialización del seguro según las aseguradoras	51
4.3.1 Comercialización del seguro y preferencia de la población hacia una aseguradora.....	51
4.4.- Estrategias de mercado que tienen las aseguradoras y sus medios de difusión	53
4.4.1 Estrategias de marketing que utilizan las aseguradoras.....	53

4.4.2 Población que fue informada acerca del seguro	54
4.4.3 Medio por el cual fueron informados acerca del seguro	55
4.5 Grado de importancia que tiene el seguro contra accidentes personales en las aseguradoras	60
4.5.1 Los 3 seguros más adquiridos.....	60
4.5.2 Grado de importancia en la cartera de las aseguradoras.....	61
4.6 Perfil del cliente y factores que influyen para determinar el monto de la prima...62	
4.6.1 Perfil del cliente para las aseguradoras	62
4.6.2 Factores que influyen para determinar el cálculo de la prima según cada aseguradora	63
4.7- Interés de las personas para asegurarse.....	64
4.7.1 Interesados en adquirir el seguro por gastos médicos.....	64
4.7.2 Interesados en adquirir el seguro por invalidez.....	65
4.7.3 Interesados en adquirir el seguro por muerte accidental	66
4.7.4 Personas dispuestas a pagar el monto de la prima anual	67
CAPITULO V.....	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
5.1 Conclusiones.....	68
5.1.1 Conclusiones al objetivo general.....	68
5.1.2 Conclusiones a los objetivos específicos.....	68
5.2 Recomendaciones	70
BIBLIOGRAFIA.....	71
ANEXOS.....	1

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Accidentes de tránsito y clase de accidente registrados en Bolivia, según país y departamento de La Paz.....	3
Tabla N° 2 Número de personas muertas y heridas en accidentes de tránsito en Bolivia, según país y departamento de La Paz, situación y condición de la víctima....	4
Tabla N° 3 Resultados preliminares (encuesta).....	7
Tabla N° 4 Aseguradoras que operan en el mercado bajo la supervisión de la APS en la ciudad de La Paz.....	21
Tabla N° 5 Personas que cuentan o no cuentan con seguro contra accidentes personales.....	45
Tabla N° 6 Población asegurada y nombre de la aseguradora.....	46
Tabla N° 7 Razones para no contar con un seguro contra accidentes personales.....	48
Tabla N° 8 Confiabilidad de la población hacia las aseguradoras según edad y género.....	49
Tabla N° 9 Población que cree que es propenso a un accidente.....	50
Tabla N° 10 Comercialización del seguro.....	51
Tabla N° 11 Preferencia de la población hacia una aseguradora.....	52
Tabla N° 12 Estrategias de marketing que utilizan las aseguradoras.....	53
Tabla N° 13 Población que fue informada acerca del seguro.....	54
Tabla N° 14 Medio por el cual fueron informados acerca del seguro.....	55
Tabla N° 15 Tipo de medio de comunicación por el que fue informado.....	56
Tabla N° 16 Preferencia según ingresos edad acerca de las aseguradoras.....	57
Tabla N° 17 Los 3 seguros más adquiridos.....	58
Tabla N° 18 Grado de importancia en la cartera de las aseguradoras.....	59

Tabla N° 19 Perfil del cliente para las aseguradoras.....	60
Tabla N° 20 Factores que influyen para determinar el cálculo de la prima según asegurador.....	61
Tabla N° 21 Interesados en adquirir el seguro por gastos médicos.....	64
Tabla N° 22 Interesados en adquirir el seguro por invalidez.....	65
Tabla N° 23 Interesados en adquirir el seguro por muerte accidental.....	66
Tabla N° 24 Personas dispuestas a pagar el monto de la prima anual.....	67

INDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta (investigación exploratoria).....	2
Anexo N° 2 Cuadro de salida (guía capítulo IV).....	3
Anexo N° 3 Encuesta.....	5
Anexo N° 4 Respuesta Encuesta.....	8
Anexo N° 5 Entrevista.....	44
Anexo N° 6 Respuesta Entrevista Aseguradora Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.....	46
Anexo N° 7 Respuesta Entrevista Aseguradora La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.....	48
Anexo N° 8 Respuesta Entrevista Aseguradora Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.....	50
Anexo N° 9 Respuesta Entrevista Aseguradora Seguros PROVIDA S.A.....	52
Anexo N° 10 Respuesta Entrevista Aseguradora Nacional seguros S.A.....	54
Anexo N° 11 Respuesta Entrevista Aseguradora La vitalicia S.A.....	56
Anexo N° 12 Respuesta Entrevista Aseguradora UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.....	58
Anexo N° 13 Carta recepcionada para realizar la entrevista.....	60
Anexo N° 14 Carta recepcionada para realizar la entrevista.....	61
Anexo N° 15 Carta recepcionada para realizar la entrevista	62
Anexo N° 16 Carta recepcionada para realizar la entrevista.....	63
Anexo N° 17 Carta recepcionada para realizar la entrevista.....	64
Anexo N° 18 Carta recepcionada para realizar la entrevista.....	65
Anexo N° 19 Carta recepcionada para realizar la entrevista.....	66

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1 Género.....	8
Gráfico N° 2 Género.....	9
Gráfico N° 3 Edad.....	10
Gráfico N° 4 Edad.....	11
Gráfico N° 5 Nivel de formación alcanzado.....	12
Gráfico N° 6 Nivel de formación alcanzado.....	13
Gráfico N° 7 Rango de ingreso mensual.....	14
Gráfico N° 8 Rango de ingreso mensual.....	15
Gráfico N° 9 Personas que cuentan o que no cuentan con el seguro.....	16
Gráfico N° 10 Personas que cuentan o que no cuentan con el seguro.....	17
Gráfico N° 11 Nombre de la aseguradora.....	18
Gráfico N° 12 Nombre de la aseguradora.....	19
Gráfico N° 13 ¿Cuál es el motivo para que usted no cuente con un seguro contra accidentes personales?.....	20
Gráfico N° 14 ¿Cuál es el motivo para que usted no cuente con un seguro contra accidentes personales?.....	21
Gráfico N° 15 Alguna vez fue informado sobre el seguro contra accidentes personales y sus beneficios del mismo.....	22
Gráfico N° 16 Alguna vez fue informado sobre el seguro contra accidentes personales y sus beneficios del mismo.....	23
Gráfico N° 17 Medio de comunicación.....	24
Gráfico N° 18 Medio de comunicación.....	25
Gráfico N° 19 ¿Usted confía que las aseguradoras cumplirán el monto de dinero pactado en caso de sufrir un accidente?.....	26

Gráfico N° 20 ¿Usted confía que las aseguradoras cumplirán el monto de dinero pactado en caso de sufrir un accidente?.....	27
Gráfico N° 21 ¿Cree que es propenso a un accidente?.....	28
Gráfico N° 22 ¿Cree que es propenso a un accidente?.....	29
Gráfico N° 23 ¿Le gustaría tener mayor información sobre el seguro contra accidentes personales y todos los beneficios con los que cuenta el mismo?.....	30
Gráfico N° 24 ¿Le gustaría tener mayor información sobre el seguro contra accidentes personales y todos los beneficios con los que cuenta el mismo?.....	31
Gráfico N° 25 El seguro contra accidentes personales cubre gastos médicos, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?.....	32
Gráfico N° 26 El seguro contra accidentes personales cubre gastos médicos, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?.....	33
Gráfico N° 27 El seguro contra accidentes personales cubre invalidez total o permanente, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?.....	34
Gráfico N° 28 El seguro contra accidentes personales cubre invalidez total o permanente, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?.....	35
Gráfico N° 29 El seguro contra accidentes personales cubre muerte accidental ¿En ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?.....	36
Gráfico N° 30 El seguro contra accidentes personales cubre muerte accidental ¿En ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?.....	37
Gráfico N° 31 Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría?.....	38
Gráfico N° 32 Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría?.....	39
Gráfico N° 33 El seguro cubre muerte accidental, dinero el cual le serviría a su familia para los gastos funerarios y que no sea una deuda para ellos. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el seguro contra accidentes personales?.....	40

Gráfico N° 34 El seguro cubre muerte accidental, dinero el cual le serviría a su familia para los gastos funerarios y que no sea una deuda para ellos. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el seguro contra accidentes personales?.....41

Gráfico N° 35 En caso de que usted contrate el seguro contra accidentes personales monto de cobertura hasta 5000 dólares. ¿Usted estaría dispuesto a pagar un monto anual de 80 dólares?.....42

Gráfico N° 36 En caso de que usted contrate el seguro contra accidentes personales monto de cobertura hasta 5000 dólares. ¿Usted estaría dispuesto a pagar un monto anual de 80 dólares?.....43

INTRODUCCIÓN

Mediante la presente investigación descriptiva se estudió los factores que determinan la tendencia de adquisición de seguro contra accidentes personales de un grupo o población, mismo seguro que cuenta con variedad de beneficios al momento de su adquisición que llegan a cubrir: muerte accidental, invalidez total o permanente y gastos médicos. Para analizar esta problemática se realizó un estudio previo exploratorio el cual nos dio como resultado la desinformación de la población como factor principal de la no adquisición de este seguro, cabe decir que en la ciudad de La Paz contamos con 7 empresas aseguradoras reguladas por la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros, nos muestra que existe gran cantidad de oferentes para el servicio de seguros en su conjunto. Aplicaremos la teoría de Kotler sobre el comportamiento del consumidor y su validación de la teoría en la práctica, posteriormente se describirá estos factores que influyen la decisión de adquisición, utilizaremos los siguientes instrumentos de relevamiento de información: encuestas para la población y entrevistas para las aseguradoras. Estos instrumentos fueron diseñados acorde a nuestros objetivos de la investigación, mismo instrumentos que se aplicaron en una muestra de 384 personas cuya población comprende 303.749 personas de 25 a 54 años y 7 empresas aseguradoras en la ciudad de La Paz. Esta es una investigación académica la misma aporta con datos, hechos y cifras, las mismas están explicadas detalladamente para el conocimiento de cualquier lector.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Justificación o aportes

1.1.1 Justificación teórica

Validación de la teoría de Philip Kotler sobre el comportamiento del consumidor en la adquisición de seguros contra accidentes personales.

1.1.2 Justificación practica

La siguiente investigación nos brindó información con datos, hechos y cifras de las razones de porque las personas de la ciudad de La Paz no adquieren el seguro contra accidentes personales, la información que se obtuvo puede ayudar a las empresas aseguradoras en mejorar sus estrategias de mercado para tener mayor número de clientes.

1.2 Situación problemática

En la ciudad de La Paz existe variedad de oferentes de seguros, las cuales son 8 empresas aseguradoras supervisadas por la APS que ofrecen el seguro contra accidentes personales el cual tiene principalmente los siguientes servicios:

- MUERTE ACCIDENTAL
- INVALIDEZ TOTAL O PERMANENTE
- GASTOS MEDICOS

Mismos servicios que son atractivos para que las personas puedan obtener un SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES, estas aseguradoras cuentan como estrategia de mercado para llegar al cliente la información completa de sus servicios en sus páginas web o de la misma forma en sus diferentes oficinas.

Tabla N° 1

Accidentes de tránsito y clase de accidente registrados en Bolivia, según país y el departamento de La Paz.

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015(p)
BOLIVIA	36.512	31.782	30.556
Atropellos	6.027	5.035	4.760
Colisiones	18.800	16.356	15.213
Choque a objeto fijo y vehículo detenido	8.209	7.429	7.901
Vuelcos	1.143	1.044	770
Embarrancamiento, deslizamiento y encunetamiento	1.439	1.138	1.376
Caída de personas - pasajeros	784	690	523
Incendio de vehículos	110	90	13
La Paz	13.269	10.834	10.355
Atropellos	2.555	1.941	1.932
Colisiones	6.575	5.330	4.737
Choque a objeto fijo y vehículo detenido	3.237	2.807	2.847
Vuelcos	324	296	270
Embarrancamiento, deslizamiento y encunetamiento	439	345	466
Caída de personas - pasajeros	128	99	101
Incendio de vehículos	11	16	2

Fuente: Policía Nacional e Instituto Nacional de Estadística

Esta tabla nos muestra el número de accidentes de tránsito a nivel país como en el departamento de La Paz, se conoce al seguro obligatorio “SOAT” que cubre accidentes de tránsito pero cuenta con cierta delimitación con respecto al monto de indemnización en caso de un accidente fortuito de tránsito cuyos

montos son: en gastos médicos un máximo de Bs. 24000 por persona afectada en cada evento, en caso de muerte o incapacidad total permanente un máximo de Bs 22000 por persona afectada en cada evento, según la ley 737 del 21 de septiembre de 2015. Estos datos nos ayudan a comprender mejor la necesidad de contar con un seguro contra accidentes personales, ya que la indemnización por gastos médicos y/o muerte pueden ser mayores a los que cubre el seguro obligatorio “SOAT”

Tabla Nº 2

Número de personas muertas y heridas en accidentes de tránsito en Bolivia, según país y departamento de La Paz, situación y condición de la víctima.

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015(p)
BOLIVIA			
Personas muertas	1.848	1.581	1.301
Pasajeros	729	587	382
Peatones	600	541	487
Conductor profesionales	243	182	192
Conductor particulares	56	35	53
Motociclistas	183	197	141
Motoristas	12	11	7
Ciclistas	17	21	18
Auxiliar / ayudante	8	7	21
Conductores sin documentación	0	0	0

Personas heridas	17.204	15.362	15.573
Pasajeros	7.787	7.025	6.936
Peatones	5.290	4.537	4.352
Conductor profesionales	1.407	1.382	1.383
Conductor particulares	533	410	539
Motociclistas	1.952	1.846	1.967
Motoristas	36	29	133
Ciclistas	168	90	143
Auxiliar / ayudante	28	43	120
Conductores sin documentación	3	0	0
LA PAZ			
Personas muertas	579	364	439
Pasajeros	273	133	136
Peatones	229	182	212
Conductor profesionales	64	41	53
Conductor particulares	6	1	16
Motociclistas	3	5	12
Motoristas	2	0	0
Ciclistas	2	2	3
Auxiliar / ayudante	0	0	7
Conductores sin documentación	0	0	0

Personas heridas	6.113	4.373	4.311
Pasajeros	3.045	1.995	1.986
Peatones	2.489	1.839	1.691
Conductor profesionales	379	431	333
Conductor particulares	16	38	103
Motociclistas	128	52	115
Motoristas	4	1	9
Ciclistas	48	14	16
Auxiliar / ayudante	4	3	58
Conductores sin documentación	0	0	0

Fuente: Policía Nacional e Instituto Nacional de Estadística

En esta tabla podemos observar el número de persona heridas y muertas a causa de un accidente de tránsito entre el año 2013 y 2015, cuyos accidentes son hechos fortuitos y podemos observar la necesidad de contar con un seguro contra accidentes personales.

Estos accidentes de tránsito son una parte del total de los accidentes que ocurren a nivel país y como departamento, pero nos ayudan a formular nuestra situación problemática, a continuación mostramos datos hechos cifras de una investigación preliminar que se realizó en la ciudad de La Paz.

Tabla N° 3

Resultados preliminares (encuesta)			
PREGUNTAS	RESULTADO		DIAGNOSTICO
¿Usted cuenta con un seguro contra accidentes personales? (En caso de ser la respuesta SI, finaliza la encuesta).	SI 15%	NO 85%	Se identificó que un 85% de las personas encuestadas no cuentan con un seguro contra accidentes personales, lo cual nos muestra una variable importante para su posterior investigación.
¿Alguna vez usted o algún familiar sufrió algún accidente?	SI 82,4%	NO 17,6%	Se identificó que un 82,4% de las personas encuestadas sufrió un accidente o algún familiar cercano del mismo.
Cuándo ocurrió dicho suceso. ¿Quién cubrió los gastos?	SI 64,7%	NO 35,3%	Se identificó que un 64,7% de las personas encuestas, cuando sufrió un accidente o su familiar el gasto fue cubierto por ellos mismos.
Los seguros contra accidentes personales cubren desde; gastos médicos, invalidez total o permanente y muerte accidental, y el monto que se paga es aproximadamente 50	SI 82,4%	NO 17,6%	Se identificó que un 82,4% de las personas encuestas, están interesados en obtener un seguro contra accidentes personales.

dólares anual ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?			
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Se realizó una investigación exploratoria para determinar si la gente cuenta o no con este seguro. Identificamos que gran parte de los encuestados no cuentan con un seguro contra accidentes personales, se desconoce las razones del porque no cuentan con este seguro, ya que los beneficios de contar con un seguro son la transferencia de riesgo a la aseguradora.

1.3 Problema científico

¿Cuáles son los factores para que las personas no adquieran un contrato de seguro contra accidentes personales?

1.4 Guía científica

La desinformación es el factor principal que las personas no cuenten con el servicio de seguro contra accidentes personales, mismo que tiene muchos beneficios mencionados con anterioridad, esta investigación nos demostrara las diferentes razones del porque las personas no cuentan con este SEGURO.

1.5 Objeto de estudio

Factores de porque las personas no cuentan con seguros contra accidentes personales.

1.6 Alcance de la investigación

El alcance de la investigación será demográfico y geográfico; personas entre 25 a 54 años de la ciudad de LA PAZ.

1.7 Objetivo de la investigación

1.7.1 Objetivo general

- Averiguar los factores del porque las personas no adquieren un seguro contra accidentes personales.

1.7.2 Objetivos específicos

- Determinar cómo influyen los factores culturales, sociales, personales y psicológicos de la gente en la decisión de compra de seguro contra accidentes personales.
- Averiguar de qué forma se difunde los servicios del seguro contra accidentes personales de las empresas aseguradoras.
- Establecer que estrategias de mercado tienen las aseguradoras que ofrecen el servicio de seguro contra accidentes personales.
- Determinar el grado de importancia que tiene el seguro contra accidentes personales en la cartera de las aseguradoras.
- Investigar qué factores influyen para determinar el cálculo de la prima por parte de las aseguradoras.

CAPITULO II

DESARROLLO ESTRUCTURAL TEÓRICO DE LA TESIS

2.1 Referencias conceptuales

2.1.1 Comportamiento del consumidor

Los consumidores del mundo varían significativamente de acuerdo con su edad, ingresos, nivel educativo y gustos. Además, compran una increíble variedad de bienes y servicios. La manera en que estos consumidores diversos se conectan entre sí y con otros elementos del mundo que les rodea influye en sus elecciones entre los distintos productos, servicios y compañías. (Kotler, 2012)

2.1.1.1 Características que afectan el comportamiento del consumidor

Las compras del consumidor reciben una gran influencia de las características culturales, sociales, personales y psicológicas. (Kotler, 2012)

2.1.1.1.1 Factores culturales

La cultura es el origen más básico de los deseos y del comportamiento de una persona. El comportamiento humano en gran parte se aprende. Al crecer en una sociedad, el niño aprende valores, percepciones, deseos y conductas básicos, de su familia y de otras instituciones importantes.

Cada cultura contiene subculturas más pequeñas, o grupos de personas con sistemas de valores compartidos basados en experiencias y situaciones comunes en sus vidas. Las subculturas incluyen nacionalidades, religiones, grupos raciales y regiones geográficas. Muchas subculturas conforman importantes segmentos de mercado casi cualquier sociedad tiene alguna forma de estructura de clases sociales. Las clases sociales son divisiones relativamente permanentes y ordenadas de una sociedad, cuyos miembros comparten valores, intereses y conductas similares. (Kotler, 2012)

2.1.1.1.2 Factores sociales

El comportamiento de un consumidor también recibe la influencia de factores sociales como sus pequeños grupos, su familia, sus papeles sociales y su estatus.

El comportamiento de una persona está influido por muchos grupos pequeños. A los grupos que ejercen una influencia directa y a los que una persona pertenece se les llama grupos de pertenencia. En cambio, los grupos de referencia funcionan como puntos directos (cara a cara) o indirectos de comparación o referencia en la formación de las actitudes o la conducta de una persona.

Los grupos de referencia exponen a la persona a nuevos comportamientos y estilos de vida, influyen en sus actitudes y en su auto concepto, y crean presiones de aceptación que llegan a afectar su elección de productos y marcas.

La importancia de la influencia del grupo varía entre productos y marcas. Tiende a ser más fuerte cuando el producto es visible para otras personas a quienes el comprador respeta.

Los miembros de la familia influyen de manera significativa en el comportamiento del comprador. La familia es la organización de consumo más importante de la sociedad, y se le ha investigado mucho. (Kotler, 2012)

2.1.1.1.3 Factores personales

Las decisiones de los consumidores también se ven afectadas por características personales como la edad y etapa en el ciclo de vida, la ocupación, la situación económica, el estilo de vida, la personalidad y el auto concepto del comprador.

La gente va cambiando los bienes y servicios que adquiere a lo largo de su vida. Los gustos respecto a la comida, la ropa, los muebles y las actividades recreativas suelen estar relacionados con la edad. Las compras también se ven afectadas por la etapa en el ciclo de vida familiar, es decir, por las etapas

por las que pasan las familias al madurar con el paso del tiempo. Los cambios en las etapas de la vida suelen ser el producto de eventos demográficos y de cambios de vida como el matrimonio, el nacimiento de los hijos, la compra de una casa, un divorcio, el ingreso de los hijos a la universidad, los cambios en el ingreso personal, abandonar la casa de los padres y la jubilación.

La ocupación de una persona influye en los bienes y servicios que compra. Los trabajadores de cuello azul suelen comprar ropa de trabajo más resistente, en tanto que los ejecutivos compran más trajes para actividades de negocios. La situación económica de una persona afecta sus elecciones de tienda y de productos.

Las personas que provienen de la misma subcultura, clase social y ocupación llegan a tener estilos de vida muy diferentes. El estilo de vida es el patrón de vida de una persona, tal como se expresa en su psicografía. Implica medir las principales dimensiones del consumidor: actividades (trabajo, pasatiempos, compras, deportes, eventos sociales), intereses (alimentación, moda, familia, recreación) y opiniones (acerca de sí mismo, de temas sociales, de negocios y productos). La personalidad distintiva de cada individuo afecta su comportamiento de compra. La personalidad se refiere a las características psicológicas únicas que distinguen a una persona o a un grupo. (Kotler, 2012)

2.1.1.1.4 Factores psicológicos

Las elecciones de compra de una persona también reciben la influencia de cuatro factores psicológicos fundamentales: motivación, percepción, aprendizaje, y creencias y actitudes.

Una persona tiene muchas necesidades en un momento específico; algunas son biológicas, que surgen de estados de tensión como el hambre, la sed o la incomodidad. Otras son psicológicas, las cuales surgen de la necesidad del reconocimiento, estima o pertenencia. Una necesidad se convierte en un motivo cuando llega a un nivel de intensidad suficiente. Un motivo (o impulso) es una necesidad lo suficientemente apremiante como para hacer que la

persona busque su satisfacción. Los psicólogos han desarrollado teorías sobre la motivación humana.

Una persona motivada está lista para actuar. La forma en que ésta se comporte estará influida por su propia percepción acerca de la situación. Todos nosotros aprendemos gracias al flujo de información que llega a nuestros cinco sentidos: vista, oído, olfato, tacto y gusto. Sin embargo, cada uno de nosotros recibe, organiza e interpreta la información sensorial de forma individual.

La percepción es el proceso mediante el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan información para formarse una imagen inteligible del mundo. Cuando las personas actúan, aprenden. El aprendizaje señala cambios en la conducta de un individuo gracias a la experiencia. Los teóricos del aprendizaje afirman que la mayoría del comportamiento humano se aprende. El aprendizaje ocurre a través de la interacción de impulsos, estímulos, indicios, respuestas y reforzamiento. Cuando la gente hace y aprende algo, adquiere creencias y actitudes, las cuales, a la vez, afectan su comportamiento de compra. Una creencia es la idea descriptiva que tiene una persona acerca de algo. Las creencias pueden basarse en conocimientos reales, en opiniones o en la fe, y podrían tener una carga emocional o carecer de ella. Una actitud describe las evaluaciones, los sentimientos y las tendencias relativamente consistentes de un individuo hacia un objeto o idea. Las actitudes ponen a la gente en un estado mental de agrado o desagrado hacia las cosas; es decir, para acercarse o alejarse de ellas. (Kotler, 2012)

2.1.1.2 Tipos de comportamiento en la decisión de compra

El comportamiento de compra difiere mucho si se trata de un tubo de pasta de dientes, un iPhone, servicios financieros y un automóvil nuevo. Las decisiones más complejas suelen requerir de un número de participantes mayor en la compra y mayor análisis por parte del comprador. (Kotler, 2012)

2.1.1.2.1 Comportamiento de compra complejo

Los consumidores tienen un comportamiento de compra complejo cuando están muy interesados en una compra y perciben diferencias significativas entre las marcas. Los consumidores podrían estar muy involucrados cuando el producto es costoso, implica riesgos, se adquiere con poca frecuencia y expresa muchas cuestiones personales. Por lo general, el consumidor tiene mucho que aprender acerca de la categoría del producto. (Kotler, 2012)

2.1.1.2.2 Comportamiento de compra que reduce la disonancia

El comportamiento de compra que reduce la disonancia se presenta cuando los consumidores se involucran mucho en una compra costosa, poco frecuente o riesgosa, pero observan escasas diferencias entre las marcas. (Kotler, 2012)

2.1.1.2.3 Comportamiento de compra habitual

El comportamiento de compra habitual se presenta en condiciones de baja participación del consumidor y escasas diferencias significativas entre las marcas. (Kotler, 2012)

2.1.1.2.4 Comportamiento de compra que busca variedad

Los consumidores manifiestan un comportamiento de compra que busca variedad en situaciones caracterizadas por baja participación, pero donde se perciben diferencias importantes entre las marcas. En tales casos, los consumidores suelen realizar muchos cambios de marca. (Kotler, 2012)

2.1.1.3 El proceso de decisión del comprador

La decisión de compra real forma parte de un proceso mucho más grande, que inicia con el reconocimiento de la necesidad y termina con sus sentimientos después de hacer la compra. El proceso de compra inicia mucho tiempo antes

de la compra real y continúa mucho tiempo después. De hecho, podría resultar en la decisión de no comprar. (Kotler, 2012)

2.1.1.3.1 Reconocimiento de las necesidades

El proceso de compra inicia con el reconocimiento de las necesidades: el comprador detecta un problema o una necesidad. La necesidad puede originarse por estímulos internos cuando una de las necesidades normales del individuo (por ejemplo, hambre o sed) se eleva a un nivel lo suficientemente alto como para convertirse en un impulso. Una necesidad también podría detonarse mediante estímulos externos. (Kotler, 2012)

2.1.1.3.2 Búsqueda de información

Un consumidor interesado quizá busque o no más información. Si su impulso es fuerte y hay cerca un producto que lo satisfaga, es probable que el consumidor lo compre en ese momento. Si no es así, el consumidor podría almacenar la necesidad en su memoria o realizar una búsqueda de información relacionada con la necesidad. (Kotler, 2012)

2.1.1.3.3 Evaluación de alternativas

Etapa del proceso de toma de decisiones del comprador en la que el consumidor utiliza información para evaluar marcas alternativas del conjunto de opciones.

El consumidor se forma actitudes hacia distintas marcas mediante un procedimiento de evaluación. La manera en que los consumidores evalúan las alternativas de compra depende de cada individuo y de la situación de compra específica. En ciertos casos, los consumidores se valen de cálculos concienzudos y del pensamiento lógico. (Kotler, 2012)

2.1.1.3.4 Decisión de compra

En la etapa de evaluación, el consumidor califica las marcas y determina sus intenciones de compra. Por lo general, su decisión de compra será adquirir la marca preferida, aunque dos factores podrían interponerse entre la intención de compra y la decisión de compra. El primer factor son las actitudes de los demás. Si alguien que es importante para usted piensa que debería comprar el automóvil con el menor precio, entonces se reducirán las probabilidades de que adquiera un automóvil más costoso. El segundo aspecto son los factores situacionales inesperados. El consumidor podría establecer una intención de compra basada en cuestiones como sus expectativas de ingresos disponible, el precio a pagar y los beneficios a obtener. Sin embargo, sucesos inesperados podrían cambiar su intención de compra. (Kotler, 2012)

2.1.1.3.5 Comportamiento posterior a la compra

Etapa del proceso de toma de decisiones del comprador en la cual los consumidores realizan acciones adicionales después de la compra, con base en su satisfacción o en su desagrado. Después de adquirirlo, el consumidor se sentirá satisfecho o insatisfecho, y tendrá un comportamiento posterior a la compra que es de interés. (Kotler, 2012)

2.1.2. Elementos técnicos

2.1.2.1 Seguro

Es un contrato que se basa en transferir los riesgos a una aseguradora que se encarga de indemnizar todo o parte del perjuicio que se produce por la ocurrencia de un evento previsto en el contrato de seguros previo pago de una prima. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

Las Entidades de Seguros son empresas de servicios asistenciales cuyo objetivo es la actividad de riesgo. El seguro, en su dimensión económica de producción, gestiona y cubre este riesgo, en cuya contraprestación se produce un pago. La función del seguro, en suma, consiste en transformar los riesgos individuales en riesgos colectivos. (Asociación Boliviana de Aseguradoras)

2.1.2.2 Reaseguro

Instrumento técnico financiero del que se vale una entidad aseguradora para diversificar los riesgos de su cartera de bienes asegurados, mediante la cesión de parte o la totalidad de ellos a otra u otras entidades aseguradoras o reaseguradoras, a través de un contrato regulado por los Arts. 1015 y 1016 del Código de Comercio. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

2.1.2.3 Asegurado

Es la persona titular del interés asegurado. Es quien sufre el perjuicio económico en sus bienes en caso de que ocurra el siniestro o la persona cuya vida o integridad física se asegura y por lo tanto, quien percibirá la indemnización en caso de que un siniestro afectase al objeto asegurado (excepto en el caso de seguros de vida, en que recibe la indemnización en caso de muerte el beneficiario). (Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros (A.P.S.))

2.1.2.4 Tomador

Es la persona física o jurídica que firma el contrato y paga su precio. (Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros (A.P.S.))

2.1.2.5 Accidente

Acto o hecho que deriva de una causa violenta, súbita, externa e involuntaria, que produce daños en las personas o en las cosas. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

2.1.2.6 Seguros de accidentes

Es el que protege a las personas naturales contra los riesgos que afectan su integridad física, emergentes de hechos fortuitos, súbitos y violentos y que no comprenden los provenientes de enfermedades. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

2.1.2.7 Póliza de seguro

Documento que instrumenta el contrato de seguro, en el que se establecen las normas que de manera general y particular, regulan las relaciones contractuales entre el asegurado y asegurador, de acuerdo a lo determinado en el Código de Comercio. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

2.1.2.8 Riesgo

Es la posibilidad de pérdida o daño. El hombre desde que nace vive con la constante amenaza de enfermedad, accidente, muerte... De la misma forma sus propiedades pueden sufrir incendios, robos, etc. (Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros (A.P.S.))

2.1.2.9 Siniestro

Se produce cuando sucede la eventualidad prevista y cubierta por el contrato de seguros y que da lugar a la indemnización, obligando a la entidad aseguradora a satisfacer total o parcialmente, al asegurado o a sus beneficiarios, el capital garantizado en el contrato. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

2.1.2.10 Indemnización

Es la compensación económica o en especie que se otorga cuando se produce el hecho que está protegido por la póliza SEGURO=ACTIVIDAD INDEMNIZATORIA (APS, 2018)

2.1.2.11 Prima

Es obligación del asegurado pagar la prima conforme a lo convenido. La prima es debida desde el momento de la celebración del contrato, pero no es exigible sino con la entrega de la póliza o certificado provisional de cobertura. Las primas sucesivas se pagarán al comienzo de cada período, salvo que se estipule otra forma de pago. En los seguros de daños, el asegurador no puede rehusar el pago de la prima ofrecida por un tercero, salvo oposición del asegurado y, aun así, tampoco podrá rehusar el pago si el tercero puede ser perjudicado por el rechazo.

La prima expresada en la póliza debe incluir todos los derechos, recargos o cualquier otro concepto relacionado con el seguro o su obtención, salvo los impuestos que estén a cargo del asegurado. Ningún asegurador o intermediario podrá cargar o cobrar remuneraciones o compensaciones sobre la prima indicada en la póliza. La prima debe pagarse en el domicilio del asegurador o en el lugar indicado en la póliza. No incurre en mora el asegurado, si el lugar del pago o el domicilio han sido cambiados sin su conocimiento. (Codigo de comercio, 1977)

2.1.2.12 Aseguradora

La actividad aseguradora y reaseguradora, de acuerdo a lo establecido por la presente Ley, solo puede ser realizada por sociedades anónimas constituidas y reguladas de acuerdo a lo determinado en el Capítulo V, Título III, Libro Primero del Código de Comercio. Las entidades aseguradoras y reaseguradoras deberán tener objeto social único y específico los Seguros de Personas o los Seguros Generales y cumplir con los requisitos de solvencia y

de inversiones establecidos en la presente Ley y sus reglamentos. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

2.1.2.13 Reaseguradora

Instrumento técnico financiero del que se vale una entidad aseguradora para diversificar los riesgos de su cartera de bienes asegurados, mediante la cesión de parte o la totalidad de ellos a otra u otras entidades aseguradoras o reaseguradoras. (ley N°1883, ley de seguros de la republica de Bolivia, 1998)

2.2 Contexto referencial

2.2.1 Empresas que operan en el mercado

Tabla N° 4

Aseguradoras que operan en el mercado bajo la supervisión de la APS en la ciudad de La Paz		
		
		
		

Fuente: Elaboración propia

2.2.1.1 Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.

Un 5 de septiembre de 1991, nace Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros S.A. E.M.A. en la ciudad de La Paz. Con cinco funcionarios, surge una alianza entre inversionistas peruanos y bolivianos que tuvieron la visión de darle al mercado, una opción diferente en materia de seguros.

Desde hace más de 18 años, Alianza es la única compañía de seguros que ostenta la categoría de empresa multinacional andina, ampliando sus posibilidades de negocio. Con ingresos superiores a 100 millones de dólares anuales, Alianza es uno de los principales contribuyentes de Bolivia. (Alianza compañía de seguros y reaseguros, 2018)

2.2.1.2 Nacional seguros S.A.

En el año 1996 se crea la división de Seguros de Vida y Salud en la Empresa, la cual formaba parte del Banco Nacional de Bolivia. Nacional de Seguros S.A.

Fue constituida el 05 de abril de 1999 mediante Resolución Administrativa No. 246 del 30 de Agosto del mismo año, la Superintendencia de Pensiones Valores y Seguros, autoriza su funcionamiento. La cual permaneció en la administración del Grupo BNB hasta el año 2001. A finales del año 2001 el Grupo BNB decide vender sus Compañías de Seguro a Adriática Seguros S.A.

En el año 2003, surge una nueva dirección en la cual se implementa Nueva Visión y Misión en la organización, una cultura orientada al servicio al cliente con transparencia y respaldo.

Se reestructura la empresa orgánicamente convirtiéndose en la compañía de Seguro de Personas Nacional Vida S.A. Estableciéndose en las regionales de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba y Sucre. (Nacional seguros, 2018)

2.2.1.3 La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.

La Boliviana Ciacruz Seguros fue fundada en mayo de 1946, bajo la razón social de “Compañía Boliviana de Seguros S.A.”, dicha empresa fue conformada por inversionistas peruanos y bolivianos, ostentando los primeros el control de la empresa con el 66% de las acciones emitidas, mismas que en 1968 pasaron a poder del Estado Peruano, como emergencia de un proceso de nacionalización.

La Boliviana Ciacruz Seguros emerge de:

- La adquisición, por accionistas bolivianos en 1986, de las acciones del capital peruano y la posterior adquisición de la cartera de la compañía de seguros American Life, miembro del entonces primer grupo asegurador del mundo American International Group. (A.I.G.).
- La incorporación a La Boliviana por fusión, de La Continental de Seguros y Reaseguros S.A. y de la posterior y similar incorporación de la Compañía Santa Cruz de Seguros y Reaseguros S.A. (CIACRUZ).
- El año 2000, se incorporó a La Boliviana Ciacruz Seguros, como accionista principal, el tercer grupo asegurador más importante del mundo ZURICH FINANCIAL SERVICES de Suiza. (ahora Zurich Insurance Group).
- En enero de 2012 los accionistas minoritarios bolivianos compraron la totalidad del paquete accionario que tenía el grupo Zurich, en La Boliviana Ciacruz Seguros Personales S.A. y en La Boliviana Ciacruz de Seguros y Reaseguros S.A. (La Boliviana Ciacruz, 2018)

2.2.1.4 La Vitalicia seguros y reaseguros S.A.

Fue fundada en 1998 por un grupo de inversionistas bolivianos, que tuvieron la visión de constituir una compañía de seguros de personas con coberturas y servicios que llenen las exigencias de un mercado cada día más especializado y demandante.

El año 1999, el Banco Bisa se constituye como principal accionista. La compañía consolidó su presencia en el mercado de Seguros Generales con la adquisición del 82% de participación accionaria en Bisa Seguros y Reaseguros S.A.

A ese fortalecimiento se sumó la adquisición de las carteras de seguros de personas de las aseguradoras: “Bisa Seguros y Reaseguros S.A.”, “Credinform International S.A. de Seguros” y “Cooperativa Cruceña de Seguros”, así como, con la fusión por absorción con “UNICRUZ Compañía de Seguros de Vida S.A.” (La Vitalicia Seguros y Reaseguros, 2018)

2.2.1.5 UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A

Banco Unión S.A. a fines del 2015, conformó Seguros y Reaseguros Personales UNIVida S.A. la empresa aseguradora especializada en la administración de riesgos personales enfocada en brindar protección a la población boliviana. (UNIVIDA Seguros y Reaseguros personales, 2018)

2.2.1.6 Seguros PROVIDA S.A.

Seguros PROVIDA S.A. nace el 31 de mayo de 1999 como una sociedad para atender los seguros de personas y mediante Resolución Administrativa N° 144/99 inicia sus operaciones en junio de 1999.

En septiembre de 2001, participando de una licitación internacional Seguros PROVIDA S.A. se adjudica la administración del 25% de los Seguros Previsionales de Riesgo Común y Riesgo Profesional, administradas

anteriormente por las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), contribuyendo de esta manera en la seguridad social de los trabajadores de nuestro país.

No obstante de las modificaciones normativas, en los años transcurridos, el compromiso institucional con las personas naturales se encuentra incólume. (Seguros PROVIDA, 2018)

2.2.1.7 Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.

Fortaleza Seguros y Reaseguros S.A. nace el año 1975 como "Cruceña Cooperativa de Seguros", a raíz de la iniciativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "La Merced", de brindar regionalmente un servicio financiero adicional a sus socios.

En 1999, luego de la promulgación de la nueva Ley de Seguros, la entonces Cooperativa, se integra al Grupo Financiero FORTALEZA como resultado de una decisión estratégica, cambiando su estructura legal con la transformación de Cooperativa a Sociedad Anónima y adoptando el nombre de Fortaleza Seguros y Reaseguros S.A. para orientarse al segmento de mercado de las PyME's y personas y lograr además, una presencia nacional en seis departamentos de los nueve que tiene Bolivia. (Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA, 2018)

2.2.1.8 CrediSeguro S.A.

Otorgamos seguros a personas, empresas e instituciones que buscan proteger su estabilidad económica, mediante procesos simples, con la mejor calidad de servicio, innovación y ética. (CrediSeguro, 2018)

2.2.2 La Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros (APS)

Es la institución creada para supervisar, fiscalizar, controlar y regular a las personas naturales y jurídicas que desempeñan sus actividades en el ámbito de la Seguridad Social de Largo Plazo y del Mercado de Seguros.

La misión de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS es supervisar, fiscalizar, controlar y regular a los actores de la Seguridad Social de Largo Plazo y del Mercado de Seguros, resguardando los derechos de los asegurados y beneficiarios, cumpliendo y haciendo cumplir las disposiciones legales y reglamentarias vigentes e informando a la sociedad en materia de pensiones y seguros. (APS, 2018)

- Supervisar transacciones y contratos realizados por las entidades bajo su jurisdicción, relacionados con la actividad aseguradora.
- Vigilar la correcta prestación de los servicios por parte de las personas y entidades bajo su jurisdicción.
- Proponer al Órgano Ejecutivo normas de carácter técnico y dictaminar sobre los reglamentos relativos a su sector.
- Requerir la información financiera y patrimonial de las entidades sujetas a su jurisdicción.
- Otorgar, modificar y revocar las autorizaciones de funcionamiento y los registros de las personas sujetas a su jurisdicción.
- Supervisar las actividades, pólizas de Seguros y contratos en general.
- Establecer el registro de Corredores y Reaseguradores que operen en el mercado Nacional.
- Elaborar y publicar información estadística.

2.2.3 La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI)

Es una institución de derecho público y de duración indefinida, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía de gestión administrativa,

financiera, legal y técnica, con jurisdicción, competencia y estructura de alcance nacional, bajo tuición del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas y sujeta a control social.

El objeto de ASFI es regular, controlar y supervisar los servicios financieros en el marco de la Constitución Política del Estado, la Ley N° 393 de Servicios Financieros y los Decretos Supremos reglamentarios, así como la actividad del mercado de valores, los intermediarios y sus entidades auxiliares.

Las actividades financieras y la presentación de servicios financieros deben ser realizadas únicamente por entidades que tengan autorización de ASFI, según los tipos de entidades definidos. (ASFI, 2017)

2.2.4 Asociación Boliviana de Aseguradores

La Asociación Boliviana de Aseguradores (ABA) es una agrupación de empresas de seguros y reaseguros cuyo objetivo fundamental es la representación, gestión y defensa de los intereses económicos y sociales de sus asociados. Se trata de un grupo de empresas de seguros y reaseguros fundado en La Paz en 1948 a fin de unificar el desarrollo del mercado de seguros en el país. La ABA participa activamente en el desarrollo económico y social del mercado en el país y representa y defiende los intereses económicos, sociales y profesionales de las organizaciones asociadas. Además, contribuye al desarrollo y la mejora económica, técnica y legal del mercado de seguros en Bolivia en lo que respecta a sus relaciones con el mercado internacional de seguros y reaseguros. (ABA, 2018)

2.2.5 Servicios brindados por las empresas aseguradoras

- **Seguros directos:** Son los convenidos por una entidad aseguradora con una persona, natural o jurídica.

- **Seguros de accidentes:** Es el que protege a las personas naturales contra los riesgos que afectan su integridad física, emergentes de hechos fortuitos, súbitos y violentos y que no comprenden los provenientes de enfermedades.
- **Seguro de caución:** Es aquel por el que el asegurador se obliga, en caso de incumplimiento por el tomador del seguro (afianzado) de sus obligaciones legales o contractuales a indemnizar al beneficiario a título de resarcimiento o penalidad, los daños patrimoniales sufridos dentro de los límites establecidos en la Ley o en el contrato. Todo pago hecho por el asegurador debe serle reembolsado por el tomador del seguro a cuyo efecto dicho asegurador deberá obtener las contragarantías suficientes. Los Seguros de caución garantizan obligaciones contractuales caracterizadas por hacer, realizar, construir, suministrar o prestar un servicio.
- **Seguro de crédito:** Es aquel por el que, el asegurador se obliga a pagar al acreedor una indemnización por las pérdidas netas definitivas que sufra como consecuencia de la insolvencia del deudor (afianzado), cuyas características se definen en los Artículos 1106 al 1108 del Código de Comercio. Todo pago hecho por el asegurador le otorga el derecho de repetición contra el deudor. Los seguros de crédito garantizan obligaciones contractuales de pago y/o financieras en general por parte del afianzado.
- **Seguros de corto plazo:** Se entienden como tales a los seguros concertados por un período concreto de tiempo. A los efectos de la presente Ley, son los seguros de accidentes personales, seguros generales, seguros de salud y seguros de fianzas.
- **Seguros de largo plazo:** A los efectos de la presente Ley, son los seguros de vida en general.
- **Seguros de personas:** Son aquellos que tienen por objeto asegurado a la persona natural, haciéndose depender el pago de la prestación

convenida de su existencia, su salud o su integridad. A los efectos de la presente Ley, se entienden por tales los seguros de vida, las rentas vitalicias, los de accidentes y los de salud.

- **Seguros de salud:** Son aquellos que cubren los servicios médicos, quirúrgicos, farmacéuticos y de internación en centros de salud.
- **SEGUROS DE VIDA:** Son aquellos que amparan los riesgos que afectan la existencia de las personas naturales.
- **Seguros generales:** Son aquellos que amparan los riesgos que directa o indirectamente afecten a los bienes o al patrimonio de las personas naturales o jurídicas. Se entiende por tales, todos aquellos que no sean seguros de personas o de fianzas.
- **Seguros obligatorios:** Son aquellos establecidos por el Estado mediante disposiciones legales, con carácter obligatorio.
- **Seguros previsionales:** A los efectos de la presente Ley, se entiende por tales al seguro de rentas vitalicias, seguro de invalidez y muerte por riesgo común y profesional, establecidos por la Ley 1732 de 29 de noviembre de 1996 (Seguro Social Obligatorio).

Seguros voluntarios: Son aquellos contratados por decisión voluntaria de las personas naturales o jurídicas. (Ley 1883, 1998)

2.2.6 Referencias legales

2.2.6.1 Ley 365 de seguros y fianzas

La Ley 365 de Seguro de Fianzas para Entidades y Empresas Públicas y Fondo de Protección del Asegurado de fecha establece las características de las pólizas de seguro de fianzas en las que participen como beneficiarias entidades y empresas públicas y sociedades donde el Estado tenga participación accionaria mayoritaria; crear el Fondo de Protección del Asegurado, así como modificar la Ley N° 1883 de Seguros y el Código de Comercio. (Ley 365, 2013).

2.2.6.2 Ley N° 1883 de seguros de 25 de junio de 1998

ARTICULO 1. - AMBITO DE APLICACION. - El ámbito de aplicación de la presente Ley comprende las actividades de asumir riesgos de terceros y conceder coberturas, la contratación de seguros en general, el prepago de servicios de índole similar al seguro, así como los servicios de intermediación y auxiliares de dichas actividades, por sociedades anónimas expresamente constituidas y autorizadas a tales efectos, por la Superintendencia de Pensiones, Valores y Seguros.

ARTICULO 2. - PROHIBICION. Ninguna persona, natural o jurídica podrá realizar las actividades señaladas en el artículo anterior, sin previa autorización de constitución y de funcionamiento otorgadas por la Superintendencia, con las formalidades y requisitos establecidos por la presente Ley, sus reglamentos y sin perjuicio de lo señalado en el artículo 55.

ARTICULO 3. - OBLIGATORIEDAD DE LA CONTRATACION DE SEGUROS Y DE RETENCIONES EN BOLIVIA. - Las personas naturales o jurídicas que contraten seguros, domiciliadas en Bolivia se encuentran obligadas a tomar seguros en el país con entidades aseguradoras constituidas y autorizadas para operar en el territorio de la República.

ARTICULO 4. - OBJETIVOS. La presente Ley y sus reglamentos tienen por objetivo regular la actividad aseguradora, reaseguradora, de intermediarios, auxiliares y entidades de prepago para que cuenten con la suficiente credibilidad, solvencia y transparencia garantizando un mercado competitivo. Asimismo, determina los derechos y deberes de las entidades aseguradoras y 29 establece los principios de equidad y seguridad jurídica para la protección a los asegurados, tomadores y beneficiarios del seguro.

ARTÍCULO 12.- OBLIGACIONES DE LAS ENTIDADES ASEGURADORAS Y REASEGURADORAS.- Las entidades aseguradoras y reaseguradoras deberán cumplir con las siguientes obligaciones, de acuerdo a la modalidad de seguros que administren: a) Indemnizar los daños y pérdidas o cumplir la prestación convenida al producirse la eventualidad prevista. b) Otorgar los

servicios prepagados de índole similar al seguro, cuando corresponda. c) Mantener el capital mínimo y constituir y mantener las reservas técnicas. d) Mantener los márgenes de solvencia que establece la presente Ley. e) Establecer una política de inversiones e invertir sus recursos de acuerdo a la presente Ley. f) Registrar ante la Superintendencia todo servicio, seguro o plan de seguros. g) Emitir pólizas de seguro, certificados o notas de cobertura, claras y fácilmente legibles. h) Pagar el aporte de supervisión a favor de la Superintendencia. i) Abstenerse de efectuar actos que generen conflictos de interés o competencia desleal. j) Presentar a la Superintendencia a requerimiento fundamentado de la misma, toda información que sea solicitada por esta institución, sin restricción de ninguna naturaleza en Bolivia y en el extranjero.

k) Presentar estados financieros mensual y anualmente. Estos últimos con dictamen de auditor independiente; adicionalmente, las entidades especializadas en Seguros de Vida deberán acompañar dictamen de actuario matemático independiente. Ambos dictámenes deberán ser emitidos por personas registradas en la Superintendencia. l) Comunicar a la Superintendencia, dentro de las 48 horas hábiles siguientes, toda transferencia de acciones efectuadas por los accionistas, así como cualquier otra situación que altere su propiedad, naturaleza u obligaciones sociales. m) Llevar y mantener permanentemente cuentas, contabilidad, capital y activos de cada seguro obligatorio separado de las cuentas, contabilidad, capital y activos de los otros seguros que administren. n) Cumplir con otras obligaciones y actividades establecidas por la presente Ley o por sus reglamentos. Las entidades aseguradoras serán responsables de los contratos realizados en su nombre por los intermediarios del seguro con los asegurados, tomadores y beneficiarios de los mismos. (Ley N°1883, Ley de Seguros de la República de Bolivia, 1998)

2.2.6.3 Decreto Supremo 25201 - Reglamento a la Ley de Seguros

De acuerdo con lo establecido en los artículos 6,7 y 11 de la Ley de Seguros, las entidades aseguradoras pueden asumir riesgos de terceros y otorgar coberturas en solo una de las siguientes modalidades predefinidas. (Decreto Supremo, 1995)

- a) Como Entidades de Seguros de Personas, que podrán adicionalmente administrar los servicios de Prepago en salud, previa autorización de la Superintendencia.
- b) Como Entidades de Seguros Generales, que podrán adicionalmente administrar los Seguros de Salud, Accidentes y de Fianzas, previa autorización de la Superintendencia.
- c) Como entidades de Seguros de Fianzas exclusivamente, previa autorización de la Superintendencia.

Como entidades de Servicios de Prepago exclusivamente, previa autorización de la Superintendencia. Los Seguros previsionales, de Riesgo Común, Riesgo Profesional y los Seguros Vitalicios, podrán ser administrados únicamente por Entidades Aseguradoras que administren Seguros de Personas.

2.2.6.4 Decreto Supremo 02036

El presente Decreto Supremo tiene por objeto reglamentar:

- a) Las disposiciones referidas a la ejecución de las pólizas de seguro de fianza que tienen como beneficiarias a entidades del sector público
- b) El funcionamiento del Fondo de Protección del Asegurado, previstas en los Artículos 4 y 9 de la Ley N° 365, de 23 de abril de 2013, de Seguro de Fianzas para Entidades y Empresas Públicas y Fondo de Protección del Asegurado. (Decreto supremo, 2014)

2.3 Estudios previos del objeto del estudio

- Callizaya Jiménez Alfredo, tesis Banco del Seguro S.A. año 2000. Universidad Mayor de San Andrés, facultad de ciencias económicas y financieras, carrera administración de empresas. Crear un mecanismo de intermediación financiera que nos permite el financiamiento de una póliza de seguro, es una estrategia financiera para lograr un incremento en la economía del país a través de la ejecución de proyectos gracias a la seguridad o confianza de una póliza de seguro y la inversión de las reservas técnicas. Es necesario efectuar un análisis comparativo de los servicios de las compañías de seguro. En las ciudades de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba, Oruro y en toda la república la oferta es nula; en realidad no existe este servicio. Se concluye que es necesario la implementación de un instrumento de intermediación financiera y lo recomendable es la institución Banco del Seguro S.A. para lo que se han aplicado todas las normas técnicas legales de se encuentran vigentes en el país. Con esta institución se podrá obtener una póliza de seguro que garantice lograr: a) Un crédito o préstamo para finanzas y garantías. b) Entrega oportuna de una mercadería, una obra y/o servicio en garantía de cumplimiento, buena ejecución, etc. c) La conservación adecuada de un bien automotor, aeronavegación, incendios y aliados incluye robos. d) Protección contra actos civiles huelgas manifestaciones, etc. para comercio exterior. (Callizaya, 2000)
- Quispe Condori Freddy Santos, tesis La contribución de los seguros a la disminución de la desigualdad, año 2015. Universidad Mayor de San Andrés, facultad de ciencias económicas y financieras, carrera administración de empresas. La presente Memoria Académica Laboral, refleja la experiencia obtenida dentro de una compañía líder en el mercado de Seguros de Personas “La Vitalicia Seguros de vida”. Los datos proporcionados reflejan la importancia y el impacto que tiene un

Microseguro en sectores de la población que antes no podían tener la cobertura de un seguro de vida, disminuyendo la desigualdad en la sociedad, en la que sólo la clase alta podía gozar de esta protección de un seguro. En la primera parte de la memoria se describe a la empresa sujeto de estudio, se realiza un estudio minucioso al producto del Microseguro desde el desarrollo del producto hasta la implementación del mismo en el mercado nacional. En la segunda parte se identifica el problema de atender a un segmento de mercado potencial que percibe bajos y moderados. Posteriormente se describe la actividad profesional en el área comercial de la empresa para la solución al problema planteado. En la tercera parte se hace énfasis en los conceptos básicos del seguro de Vida para mejor comprensión del lector. Finalmente en la cuarta parte se presentan los resultados alcanzados en cuanto al número de personas que adquieren el Microseguro y al número de siniestros que la compañía indemniza a las familias beneficiadas. Los datos recopilados que demuestran el impacto positivo del Microseguro son obtenidos de la ciudad de El Alto que presenta altos niveles de pobreza. (Quispe, 2015)

- Toledo Peñaranda Luis Álvaro, tesis Desarrollo organizacional para las empresas privadas de seguros en Bolivia, año 1987. Universidad Mayor de San Andrés, facultad de ciencias económicas y financieras, carrera administración de empresas. El presente trabajo de investigación tiene por objetivo plantear un modelo orgánico adecuado para las organizaciones de seguro privado existentes en Bolivia y así establecer los requerimientos principales del proceso administrativo en el Microambiente que permita una ejecución acorde con las circunstancias y condiciones de nuestro medio y facilite los procedimientos necesarios para el cumplimiento de su misión específica. El estudio da comienzo con el desarrollo de un marco teórico que tiene dos finalidades: 1) presentar un soporte de investigación bibliográfica previo a la

elaboración del marco práctico y 2) presentar todo lo que en el estudio se va considerar como organización. Más adelante se da a conocer el diagnóstico del sector que es el resultado de investigaciones realizadas en el Banco de Datos de la Superintendencia Nacional de Seguros y Reaseguros, y de la investigación de campo practicada a través de la aplicación de cuestionarios y entrevistas. La recopilación de información permitió determinar los aspectos de influencias tanto externos como internos que impactan en estas organizaciones. Por último se presenta el modelo que adoptará a la realidad en el sector privado nacional. (Toledo, 1987)

- García Guillermo, tesis Sistema de información gerencial para empresas de seguro caso: la boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A. año 2005. Universidad Mayor de San Andrés, facultad de ciencias económicas y financieras, carrera administración de empresas. Una de las más importantes empresas de seguros nacionales perteneciente al Zurich Financial Group. La pérdida de liderazgo de “La Boliviana Ciacruz” en la venta de seguros en lo últimos 3 años, motivada fundamentalmente por factores internos de la compañía, ha sido el impulso base para la elaboración del presente trabajo de tesis. El trabajo se ha dividido en cinco secciones la primera detalla la introducción, justificación y planteamiento del problema, así como la hipótesis que conducirá a la elaboración de la investigación, además de los objetivos y alcances. La segunda parte, describe el marco teórico enfatizando los conceptos y categorías teóricas que sustentan el análisis de la parte práctica relacionada con la hipótesis planteada. La tercera parte describe el tipo de la investigación (descriptivo-explicativo) y la metodología, optando por el método analítico como el proceso más apropiado para el desarrollo del estudio, además de las técnicas de recolección de información y la muestra de estudio, estructurando todos estos elementos para estudiar los sistemas de información de “La

Boliviana Ciacruz” y su incidencia en el control de gestión financiero, además de los resultados de la investigación. La cuarta sección presenta las conclusiones que determinan la verificación de la hipótesis de la investigación. La quinta parte es la propuesta de un sistema de información gerencial para la empresa, orientado a proveer información. (García, 2005)

2.4 Diagnóstico del problema

Se investigó los diferentes factores de porque la mayoría de las personas de la ciudad de La Paz no cuenta con un seguro contra accidentes personales. Después de realizar una investigación preliminar, se pudo constatar que existe un bajo porcentaje de la población que cuenta con el seguro contra accidentes personales existiendo variedad de oferentes que cuentan con este servicio. Pudimos constatar que uno de los factores más relevantes de porque la población no cuenta con este seguro es por desinformación sobre el mismo y sus diferentes beneficios con el que cuenta, sobre su cobertura, sobre la prima que se paga y los diferentes servicios que ofrece el seguro. Otro factor no menos importante es la cultura ya que la gente piensa que un seguro es un gasto y primero cubren otras necesidades de esta forma quedando de lado contar con este servicio.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

Investigación descriptiva, para explicar los factores que determinan en la adquisición de compra de seguros contra accidentes personales.

3.1.1 Investigación descriptiva

Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (Hernandez S. R., Metodología de la investigación, 2006)

3.2 Universo o población de estudio

La investigación trata de explicar las razones de porque la población no adquiere un seguro contra accidentes personales. La población comprende 303.749 personas de 25 a 54 años en la ciudad de La Paz, cuyo dato se obtuvo del instituto nacional de estadística. (INE, 2012)

3.3 Determinación del tamaño y diseño de la muestra

3.3.1 Muestra

Sub grupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población. (Hernandez S. R., Metodología de la investigación, 2006)

- Utilizaremos la siguiente formula muestra universo finito. (Modalidades de graduación)

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

DONDE:

Z= Nivel de confianza

p = porcentaje de población que tiene el atributo deseado

q = porcentaje de población que no tiene el atributo deseado = 1-p

e = error de estimación

n = tamaño de la muestra

N= tamaño de población

Aplicando la formula

$$n = \frac{1,96^2 * 303749 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (303.749-1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$
$$n = 384$$

Para una población de 303.749 en la ciudad de LA PAZ Murillo, sujeto de investigación personas arriba de 25 años y menos de 54 años, se aplicó una muestra finita, como resultado tenemos 384 personas en nuestra muestra.

3.4 Selección de métodos y técnicas

Se utilizó los siguientes instrumentos para recabar información primaria

- *Encuesta estructurada cerrada (población)*
- *Entrevistas estructurada (aseguradoras)*

3.5 Instrumentos de relevamiento de información

Recolectar datos implica tres actividades estrechamente relacionadas entre sí:

- Seleccionar un instrumento, el cual debe ser válido y confiable.
- Aplicar ese instrumento obteniendo las observaciones y mediciones de las variables.
- Preparar las mediciones obtenidas para que puedan analizarse correctamente, es decir codificar datos. (Hernandez S. R., Metodología de la investigación, 2006)



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

ENCUESTA POBLACIÓN SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES																					
DATOS PERSONALES																					
GENERO	FECHA: EDAD																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">MASCULINO</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>FEMENINO</td> <td></td> </tr> </table>	MASCULINO		FEMENINO		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">25 a 35</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>36 a 45</td> <td></td> </tr> <tr> <td>46 a 54</td> <td></td> </tr> </table>	25 a 35		36 a 45		46 a 54											
MASCULINO																					
FEMENINO																					
25 a 35																					
36 a 45																					
46 a 54																					
GRADO DE FORMACIÓN	INGRESOS																				
<p>Nivel de formación alcanzado</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Bachiller</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Técnico</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Licenciatura</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ingeniería</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otros.....</td> <td></td> </tr> </table>	Bachiller		Técnico		Licenciatura		Ingeniería		Otros.....		<p>¿Cuál es el rango de sus ingresos en bolivianos por mes?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Menor a 2500</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>2501 a 4000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4001 a 5500</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5501 a 7000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mayor a 7001</td> <td></td> </tr> </table>	Menor a 2500		2501 a 4000		4001 a 5500		5501 a 7000		Mayor a 7001	
Bachiller																					
Técnico																					
Licenciatura																					
Ingeniería																					
Otros.....																					
Menor a 2500																					
2501 a 4000																					
4001 a 5500																					
5501 a 7000																					
Mayor a 7001																					
CONOCIMIENTO DE LA POBLACIÓN ACERCA DEL SEGURO																					
<p>1.- ¿Usted cuenta con seguro contra accidentes personales? (en caso de ser la respuesta si, mencione el nombre de la aseguradora y finaliza la encuesta)</p>																					
SI	NO																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 40%;">Nombre de la aseguradora</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Monto de la prima anual</td> <td></td> </tr> </table>		Nombre de la aseguradora		Monto de la prima anual																	
Nombre de la aseguradora																					
Monto de la prima anual																					

2.- ¿Cuál es el motivo para que usted no cuente con un seguro contra accidentes personales?

No tiene conocimiento sobre el mismo	
No son de relevancia para usted los beneficios que ofrece	
Falta de dinero para su adquisición	
Otros.....	
.	

3.- ¿Alguna vez fue informado sobre el seguro contra accidentes personales y sus beneficios del mismo? En caso de que usted haya sido informado sobre este seguro, especificar el medio.

SI

NO

Televisión	
Radio	
Redes sociales	
Periódico	
Campaña	
Otros.....	
.	

4.- ¿Usted confía que las aseguradoras cumplirán el monto de dinero pactado en caso de sufrir un accidente?

SI

NO

¿Por qué?.....

5.- ¿Cree que es propenso a un accidente?

SI

NO

6.- ¿Le gustaría tener mayor información sobre el seguro contra accidentes personales y todos los beneficios con los que cuenta el mismo?

SI

NO

7.- El seguro contra accidentes personales cubre gastos médicos, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

SI

NO

8.- El seguro contra accidentes personales cubre invalidez total o permanente, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

SI

NO

9.- El seguro contra accidentes personales cubre muerte accidental ¿En ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

SI

NO

10.- Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría?

Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	
Seguros PROVIDA S.A.	
CREDISEGURO S.A.	
Nacional seguros S.A.	
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	
¿Por qué?.....	

11.- El seguro cubre muerte accidental, dinero el cual le serviría a su familia para los gastos funerarios y que no sea una deuda para ellos. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el seguro contra accidentes personales?

SI

NO

12.- En caso de que usted contrate el seguro contra accidentes personales monto de cobertura hasta 5000 dólares. ¿Usted estaría dispuesto a pagar un monto anual de 80 dólares?

SI

NO



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA:
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población?
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes?
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales?
4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos?

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

CAPITULO IV

RESULTADOS Y VALIDACION DE LA INVESTIGACION

4.1 Tamaño de la muestra

4.1.1 Personas que cuentan o no cuentan con seguro contra accidentes personales

Tabla N° 5

Personas que cuentan o no cuentan con seguro contra accidentes personales					
Genero	Edad	Personas que cuentan y no cuentan con el seguro contra accidentes personales			TOTAL PORCENTAJE
		SI	NO	TOTAL	
MASCULINO	25 a 35	13	111	124	32%
	36 a 45	19	34	53	14%
	46 a 54	13	24	37	10%
	Total	45	169	214	56%
FEMENINO	25 a 35	14	100	114	30%
	36 a 45	6	26	32	8%
	46 a 54	8	16	24	6%
	Total	28	142	170	44%
Total	25 a 35	27	211	238	62%
	36 a 45	25	60	85	22%
	46 a 54	21	40	61	16%
	TOTAL	73	311	384	
TOTAL PORCENTAJE		19,01%	80,99%		100,00%

Fuente: Elaboración propia

La muestra que se obtuvo en la tesis de un total de 384 encuestados de edades entre 25 años y 54 años de la ciudad de La Paz, existió mayor participación por el género masculino con un total de 214, con relación al género femenino con un total de 170, respecto al rango de edad se tuvo una mayor predisposición para responder la encuesta entre los 25 años y 35 años. De los cuales 311 personas no cuentan con el seguro contra accidentes personales y 73 personas si cuentan con el seguro, el género masculino con 45 asegurados y el género femenino con 28 asegurados.

4.2 Comportamiento del consumidor con relación a la compra del seguro y sus diferentes factores

4.2.1 Población asegurada y nombre de la aseguradora

Tabla Nº 6

Población asegurada y nombre de la aseguradora											
Nivel de formación alcanzado	Cual es el rango de sus ingresos en Bolivianos por mes	Tipo de aseguradora									
		ALIANZA	CIACRUZ	FORTALEZA	PROVIDA	LA NACIONAL	VITALICIA	UNIVIDA	OTRO		
Bachiller	menor a 2500	0		0				3	2	5	6,94%
	4001 a 5500	1		0				0	0	1	1,39%
	mayor a 7001	0		1				0	0	1	1,39%
	Total	1		1				3	2	7	9,72%
Técnico	menor a 2500	0	0	0	0	0	0		2	2	2,78%
	2501 a 4000	0	1	0	0	0	0		1	2	2,78%
	4001 a 5500	3	2	1	0	2	1		1	10	13,89%
	5501 a 7000	0	6	0	1	2	0		0	9	12,50%
	mayor a 7001	0	1	0	0	0	0		0	1	1,39%
	Total	3	10	1	1	4	1		4	24	33,33%
Licenciatura	menor a 2500	0	0	0		0	0	0	2	2	2,78%
	2501 a 4000	0	0	1		1	0	0	3	5	6,94%
	4001 a 5500	2	0	0		3	0	1	2	8	11,11%
	5501 a 7000	1	3	0		0	1	0	4	9	12,50%
	mayor a 7001	1	0	0		0	1	0	1	3	4,17%
	Total	4	3	1		4	2	1	12	27	37,50%

Ingeniería	menor a 2500	0	0			1	0	0	0	1	1,39%
	4001 a 5500	1	0			0	1	0	1	3	4,17%
	5501 a 7000	1	1			0	0	0	0	2	2,78%
	mayor a 7001	0	0			1	1	1	0	3	4,17%
	Total	2	1			2	2	1	1	9	12,50%
Otros	5501 a 7000		0				0		1	1	1,39%
	mayor a 7001		1				2		1	4	5,56%
	Total		1				2		2	5	6,94%
Total	menor a 2500	0	0	0	0	1	0	3	6	10	13,89%
	2501 a 4000	0	1	1	0	1	0	0	4	7	9,72%
	4001 a 5500	7	2	1	0	5	2	1	4	22	30,56%
	5501 a 7000	2	10	0	1	2	1	0	5	21	29,17%
	mayor a 7001	1	2	1	0	1	4	1	2	12	16,67%
	TOTAL	10	15	3	1	10	7	5	21	72	
TOTAL PORCENTAJE	13,89%	20,83%	4,17%	1,39%	13,89%	9,72%	6,94%	29,17%		100%	

Fuente: Elaboración propia

Entre las personas encuestadas que cuentan con el seguro contra accidentes personales que son 73, técnicos y licenciados son los que más cuentan con este seguro 33,33% y 37,5% del total respectivamente. La Ciacruz, Alianza y Nacional son las empresas con mayor número de participantes.

4.2.2 Razones para no contar con un seguro contra accidentes personales

Tabla N° 7

Razones para no contar con un seguro contra accidentes personales						
Cual es el rango de sus ingresos en Bolivianos por mes	Cual es el motivo para no contar contra un seguro contra accidentes personales				TOTAL	TOTAL PORCENTAJE
	No tiene conocimiento sobre el mismo	No son de relevancia para usted los beneficios que ofrece	Falta de dinero para su adquisicion	OTROS		
menor a 2500	51	40	46	7	144	46,30%
2501 a 4000	23	13	14	1	51	16,40%
4001 a 5500	24	23	10	3	60	19,29%
5501 a 7000	13	20	5	2	40	12,86%
mayor a 7001	9	3	1	3	16	5,14%
TOTAL	120	99	76	16	311	
TOTAL PORCENTAJE	38,59%	31,83%	24,44%	5,14%		100%

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados que no cuentan con el seguro contra accidentes personales, con un 38,59% no tienen conocimiento sobre el mismo como principal factor, y como segundo factor con un 31,83% no son de relevancia los beneficios que ofrece, personas con un rango de ingresos menor a 2500 Bs tuvieron mayor participación con un 46,30% del total.

4.2.3 Confiabilidad de la población hacia las aseguradoras según edad y género

Tabla N° 8

Confiabilidad de la población hacia las aseguradoras según edad y género						
Genero	Edad	Confianza de las personas hacia las aseguradoras		TOTAL	TOTAL PORCENTAJE	
		SI	NO			
MASCULINO	Edad	25 a 35	58	53	111	35,69%
		36 a 45	21	13	34	10,93%
		46 a 54	14	10	24	7,72%
	Total	93	76	169	54,34%	
FEMENINO	Edad	25 a 35	58	42	100	32,15%
		36 a 45	17	9	26	8,36%
		46 a 54	8	8	16	5,14%
	Total	83	59	142	45,66%	
Total	Edad	25 a 35	116	95	211	67,85%
		36 a 45	38	22	60	19,29%
		46 a 54	22	18	40	12,86%
	TOTAL	176	135	311		
TOTAL PORCENTAJE			56,59%	43,41%		100%

Fuente: Elaboración propia

Personas que confían que la aseguradora cumplirá con el contrato con un 56,59% de las cuales el género masculino entre edades 25 a 35 años con mayor representación 35,69%, género femenino entre edades 25 a 35 años con mayor representación 32,15%. Podemos concluir que las personas jóvenes tienen mayor confiabilidad hacia las aseguradoras.

4.2.4 Población que cree que es propenso a un accidente

Tabla N° 9

Población que cree que es propenso a un accidente						
Genero	Edad	Cree que es propenso a un accidente		TOTAL	TOTAL PORCENTAJE	
		SI	NO			
MASCULINO	Edad	25 a 35	82	29	111	35,69%
		36 a 45	30	4	34	10,93%
		46 a 54	20	4	24	7,72%
	Total	132	37	169	54,34%	
FEMENINO	Edad	25 a 35	78	22	100	32,15%
		36 a 45	17	9	26	8,36%
		46 a 54	7	9	16	5,14%
	Total	102	40	142	45,66%	
Total	Edad	25 a 35	160	51	211	67,85%
		36 a 45	47	13	60	19,29%
		46 a 54	27	13	40	12,86%
	TOTAL	234	77	311		
TOTAL PORCENTAJE			75,24%	24,76%		100%

Fuente: Elaboración propia

De 311 personas que no cuentan con seguro contra accidentes un 75,24% creen que son propensas a un accidente y un 24,76% creen que no son propensas a un accidente. De las personas que creen que son propensas a sufrir un accidente con mayor relevancia el género masculino con un 54,34% y el género femenino con un 45,66%.

4.3 Formas de comercialización del seguro según las aseguradoras

4.3.1 Comercialización del seguro y preferencia de la población hacia una aseguradora

Tabla N° 10

Comercialización del seguro	
ASEGURADORAS	¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales?
Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	Modo de venta: puerta a puerta Venta del seguro por unidad y venta corporativa (instituciones, empresas, colegios)
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	3 canales de difusión En oficinas de la Ciacruz Agentes que visitan domicilios, empresas Brokers intermediarios entre aseguradora y cliente
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	Por medio de brokers Venta corporativa
Seguros PROVIDA S.A.	De manera personal Por referencias
Nacional seguros S.A.	Agentes que dan a conocer los productos
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	Por referencias
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	Por medio de brokers

Fuente: Elaboración propia

La comercialización del seguro es muy importante y cada aseguradora utiliza diferentes herramientas según la tabla (N° 4) el mayor número de personas asegurados pertenece a las empresas Alianza, Ciacruz y Nacional, en la presente tabla podemos observar que coinciden en que cuentan con agentes para su comercialización.

Tabla Nº 11

Preferencia de la población hacia una aseguradora											
Genero	Edad	Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría?								TOTAL	
		ALIANZA	CIACRUZ	FORTALEZA	PROVIDA	CREDISEGURO	NACIONAL	VITALICIA	UNIVIDA		
MASCULINO	25 a 35	21	32	9	4	1	7	7	18	99	36,13%
	36 a 45	4	14	1	0	0	5	5	2	31	11,31%
	46 a 54	2	8	2	0	0	7	1	3	23	8,39%
	Total	27	54	12	4	1	19	13	23	153	55,84%
FEMENINO	25 a 35	18	35	3	2		7	9	9	83	30,29%
	36 a 45	4	9	2	0		3	4	1	23	8,39%
	46 a 54	4	5	2	0		1	1	2	15	5,47%
	Total	26	49	7	2		11	14	12	121	44,16%
Total	25 a 35	39	67	12	6	1	14	16	27	182	66,42%
	36 a 45	8	23	3	0	0	8	9	3	54	19,71%
	46 a 54	6	13	4	0	0	8	2	5	38	13,87%
	TOTAL	53	103	19	6	1	30	27	35	274	
TOTAL PORCENTAJE		19,34%	37,59%	6,93%	2,19%	0,36%	10,95%	9,85%	12,77%		100%

Fuente: Elaboración propia

Por parte de la población que no cuenta con seguro contra accidentes personales, pero estarían interesados en el futuro prefieren las aseguradoras Alianza, Ciacruz y Nacional, podemos observar que guardan relación con las personas que cuentan con el seguro, de la misma forma que estas 3 aseguradoras coinciden con agentes para su comercialización.

4.4.- Estrategias de mercado que tienen las aseguradoras y sus medios de difusión

4.4.1 Estrategias de marketing que utilizan las aseguradoras

Tabla N° 12

Estrategias de marketing que utilizan las aseguradoras	
ASEGURADORAS	¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes?
Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	Radio Televisión Redes Sociales
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	Sponsor en distintos deportes (ejemplo auspician al team Nosiglia) Redes Sociales (de forma masiva) Campañas (Feria Fipaz) Atención personalizada (puerta a puerta)
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	Redes Sociales Campañas
Seguros PROVIDA S.A.	Comercialización personalizada
Nacional seguros S.A.	Radio Campañas
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	Comercialización personalizada Radio
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	Radio Campañas Redes Sociales

Fuente: Elaboración propia

Las estrategias de marketing que utilizan podemos observar que campañas es la que más coincide 4 de las 7 aseguradoras la utilizan, estas son: Ciacruz, Fortaleza, Nacional y Univida, Radio y Redes Sociales las utilizan 3 de 7 aseguradoras.

4.4.2 Población que fue informada acerca del seguro

Tabla Nº 13

Población que fue informada acerca del seguro					
Nivel de formación alcanzado	Edad	Alguna vez fue informado sobre el seguro contra accidentes personales y sus beneficios del mismo		TOTAL	TOTAL PORCENTAJE
		SI	NO		
Bachiller	25 a 35	30	25	55	17,68%
	36 a 45	1	1	2	0,64%
	46 a 54	3	1	4	1,29%
	Total	34	27	61	19,61%
Técnico	25 a 35	50	25	75	24,12%
	36 a 45	5	4	9	2,89%
	46 a 54	7	8	15	4,82%
	Total	62	37	99	31,83%
Licenciatura	25 a 35	42	23	65	20,90%
	36 a 45	23	15	38	12,22%
	46 a 54	9	5	14	4,50%
	Total	74	43	117	37,62%
Ingeniería	25 a 35	6	3	9	2,89%
	36 a 45	4	3	7	2,25%
	46 a 54	3	2	5	1,61%
	Total	13	8	21	6,75%
Otros	25 a 35	5	2	7	2,25%
	36 a 45	2	2	4	1,29%
	46 a 54	2	0	2	0,64%
	Total	9	4	13	4,18%
Total	25 a 35	133	78	211	67,85%
	36 a 45	35	25	60	19,29%
	46 a 54	24	16	40	12,86%
	TOTAL	192	119	311	
TOTAL PORCENTAJE		61,74%	38,26%		100%

Fuente: Elaboración propia

De 311 personas, 192 fueron informadas acerca del seguro contra accidentes personales esto representa el 61,74% de las cuales el nivel de formación alcanzado de técnicos y licenciados tienen mayor participación, y 119 personas no fueron informadas esto representa el 38,26% del total.

4.4.3 Medio por el cual fueron informados acerca del seguro

Tabla N° 14

Medio por el cual fueron informados acerca del seguro								
Nivel de formación alcanzado	Edad	Tipo de medio de comunicación por el que fue informado					TOTAL	TOTAL PORCENTAJE
		Television	Radio	R. sociales	Periodico	Campaña		
Bachiller	25 a 35	9	3	4	1	15	32	16,16%
	36 a 45	0	0	0	0	1	1	0,51%
	46 a 54	0	1	1	0	1	3	1,52%
	Total	9	4	5	1	17	36	18,18%
Tecnico	25 a 35	10	4	8	8	20	50	25,25%
	36 a 45	1	1	2	1	0	5	2,53%
	46 a 54	0	2	2	1	3	8	4,04%
	Total	11	7	12	10	23	63	31,82%
Licenciatura	25 a 35	8	4	6	2	22	42	21,21%
	36 a 45	5	2	4	4	10	25	12,63%
	46 a 54	0	1	3	0	5	9	4,55%
	Total	13	7	13	6	37	76	38,38%
Ingeniería	25 a 35	1	0	0	0	5	6	3,03%
	36 a 45	0	1	1	1	1	4	2,02%
	46 a 54	0	0	0	1	2	3	1,52%
	Total	1	1	1	2	8	13	6,57%

Otros	25 a 35		1			4	5	2,53%
	36 a 45		0			3	3	1,52%
	46 a 54		0			2	2	1,01%
	Total		1			9	10	5,05%
Total	25 a 35	28	12	18	11	66	135	68,18%
	36 a 45	6	4	7	6	15	38	19,19%
	46 a 54	0	4	6	2	13	25	12,63%
	TOTAL	34	20	31	19	94	198	
TOTAL PORCENTAJE		17,17%	10,10%	15,66%	9,60%	47,47%		100%

Fuente: Elaboración propia

Del total de personas que fueron informadas acerca del seguro contra accidentes personales que son 198, podemos observar que con 47,47% Campañas fue el medio con mayor participación por el cual la población tiene conocimiento sobre el mismo, seguido de televisión con un 17,17% del total. Técnicos y Licenciados fueron los que obtuvieron mayor información por campañas.

Tabla Nº 15

Tipo de medio de comunicación por el que fue informado								
Nivel de formación alcanzado	Edad	Tipo de medio de comunicación por el que fue informado					TOTAL	
		Televisión	Radio	R. sociales	Periódico	Campaña		
Bachiller	25 a 35	9	3	4	1	15	32	16,16%
	36 a 45	0	0	0	0	1	1	0,51%
	46 a 54	0	1	1	0	1	3	1,52%
	Total	9	4	5	1	17	36	18,18%
Técnico	25 a 35	10	4	8	8	20	50	25,25%
	36 a 45	1	1	2	1	0	5	2,53%
	46 a 54	0	2	2	1	3	8	4,04%
	Total	11	7	12	10	23	63	31,82%
Licenciatura	25 a 35	8	4	6	2	22	42	21,21%
	36 a 45	5	2	4	4	10	25	12,63%
	46 a 54	0	1	3	0	5	9	4,55%
	Total	13	7	13	6	37	76	38,38%
Ingeniería	25 a 35	1	0	0	0	5	6	3,03%
	36 a 45	0	1	1	1	1	4	2,02%
	46 a 54	0	0	0	1	2	3	1,52%
	Total	1	1	1	2	8	13	6,57%
Otros	25 a 35		1			4	5	2,53%
	36 a 45		0			3	3	1,52%
	46 a 54		0			2	2	1,01%
	Total		1			9	10	5,05%
Total	25 a 35	28	12	18	11	66	135	68,18%
	36 a 45	6	4	7	6	15	38	19,19%
	46 a 54	0	4	6	2	13	25	12,63%
	TOTAL	34	20	31	19	94	198	
TOTAL PORCENTAJE		17,17%	10,10%	15,66%	9,60%	47,47%		100%

Fuente: Elaboración propia

4.4.4 Preferencia según ingresos edad acerca de las aseguradoras

Tabla N° 16

Preferencia según ingresos edad acerca de las aseguradoras												
Cual es el rango de sus ingresos en Bolivianos por mes	Edad	Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría?								TOTAL	TOTAL PORCENTAJE	
		ALIANZA	CIACRUZ	FORTALEZA	PROVIDA	CREDISEGURO	NACIONAL	VITALICIA	UNIVIDA			
menor a 2500	25 a											
	35 a	30	48	9	6	1	5	9	16	124	45,26%	
	36 a											
	45 a	0	1	1	0	0	0	1	0	3	1,09%	
	46 a											
	54 a	2	0	0	0	0	0	1	0	3	1,09%	
	Total	32	49	10	6	1	5	11	16	130	47,45%	
2501 a 4000	25 a											
	35 a	5	9	2			2	5	6	29	10,58%	
	36 a											
	45 a	1	5	0			0	2	0	8	2,92%	
	46 a											
	54 a	3	2	1			1	0	1	8	2,92%	
	Total	9	16	3			3	7	7	45	16,42%	
4001 a 5500	25 a											
	35 a	4	7	1			4	1	3	20	7,30%	
	36 a											
	45 a	2	8	2			5	1	1	19	6,93%	
	46 a											
	54 a	0	8	1			5	0	0	14	5,11%	
	Total	6	23	4			14	2	4	53	19,34%	
5501 a 7000	25 a											
	35 a	0	3	0			3	1	2	9	3,28%	

	36 a	5	6	0			2	4	1	18	6,57%
	45 a										
	46 a	0	2	2			1	0	3	8	2,92%
	54 a										
	Total	5	11	2			6	5	6	35	12,77%
mayor a 7001	36 a	0	3				1	1	1	6	2,19%
	45 a										
	46 a	1	1				1	1	1	5	1,82%
	54 a										
	Total	1	4				2	2	2	11	4,01%
Total	25 a	39	67	12	6	1	14	16	27	182	66,42%
	35 a										
	36 a	8	23	3	0	0	8	9	3	54	19,71%
	45 a										
	46 a	6	13	4	0	0	8	2	5	38	13,87%
	54 a										
	TOTAL	53	103	19	6	1	30	27	35	274	
	TOTAL PORCENTAJE	19,34%	37,59%	6,93%	2,19%	0,36%	10,95%	9,85%	12,77%		100%

Fuente: Elaboración propia

De 274 encuestados que no cuentan con seguro contra accidentes personales, en el futuro les gustaría adquirir el seguro en su mayoría de la Ciacruz con un 37,59%, como segundo lugar de Alianza con un 19,34% del total. La mayoría de estas personas se encuentran con ingresos menor a 2500 y de 2501 a 4000 Bs entre edades de 25 años 35 años.

4.5 Grado de importancia que tiene el seguro contra accidentes personales en las aseguradoras

4.5.1 Los 3 seguros más adquiridos

Tabla N° 17

Los 3 seguros más adquiridos	
ASEGURADORAS	¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población?
Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	Seguro automotor Seguro de salud Seguro de desgravamen
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	Seguro automotor Seguro contra accidentes personales Seguro multiriesgo
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	Seguro automotor Seguro cauciones Seguro contra accidentes personales
Seguros PROVIDA S.A.	Seguro de desgravamen Seguro contra accidentes personales Seguro de vida
Nacional seguros S.A.	Seguro automotor Seguro de salud Seguro cauciones
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	Seguro de vida Seguro de salud Seguro contra accidentes personales
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	Seguro automotor Seguro de salud Seguro de desgravamen

Fuente: Elaboración propia

Las aseguradoras tienen una escala de sus seguros con mayor adquisición, Seguro automotor puesto N° 1 para 5 aseguradoras son: ALIANZA, CIACRUZ, FORTALEZA, NACIONAL y UNIVIDA. Seguro de salud puesto N° 2 para 4 aseguradoras son: ALIANZA, NACIONAL, VITALICIA y UNIVIDA. Seguro contra accidentes personales puesto N° 3 para 2 aseguradoras son: FORTALEZA, VITALICIA. Otros seguro que se encuentran en el puesto N°1 el seguro de desgravamen para la aseguradora PROVIDA y el seguro de vida para la aseguradora VITALICIA.

4.5.2 Grado de importancia en la cartera de las aseguradoras

Tabla N° 18

Grado de importancia en la cartera de las aseguradoras	
ASEGURADORAS	Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?
Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	Los seguros contra accidentes personales representan 8% del total de la cartera, es decir que influenciaría si la adquisición mejora pero debemos considerar que el seguro estrella es el seguro automotor
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	El seguro contra accidentes personales a pesar de estar en segundo lugar como seguro adquirido no está entre los más influyentes en nuestra cartera ya que monto total de prima no se iguala a los seguros generales que son los que generan mayores ingresos
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	Su valor no es muy representativo en la cartera Seguro de cauciones tiene Millones en cartera.
Seguros PROVIDA S.A.	Sería relevante si su comercialización y adquisición fuese masiva
Nacional seguros S.A.	Los seguros más influyentes en la cartera son automotor, salud cauciones. Es decir que no influiría en la cartera si los seguros contra accidentes personales aumentarían su adquisición
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	Representa un % bajo comparado a nuestro seguro estrella, pero con publicidad masiva mejoraría en la cartera.
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	Sería relevante ya que nuestro seguro contra accidentes personales es solicitado ya sea de forma corporativa o individual

Fuente: Elaboración propia

El seguro contra accidentes personales se encuentra en puesto N° 3 para 2 aseguradoras, si bien es un seguro que adquieren, cuando se habla en temas monetarios los ingresos del mismo no son muy representativos como lo seguros generales ya que las primas captadas de los seguros generales son mayores.

4.6 Perfil del cliente y factores que influyen para determinar el monto de la prima

4.6.1 Perfil del cliente para las aseguradoras

Tabla N° 19

Perfil del cliente para las aseguradoras	
ASEGURADORAS	¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?
Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	Personal de fábricas personal de constructoras Instituciones educativas
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	Empresas de diferentes rubros (Entel, Coca Cola, Paceaña, constructoras Instituciones educativas
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	Personal de fábricas Empresas de seguridad Colegios, universidades
Seguros PROVIDA S.A.	Personal de constructoras Personal de extractivas Instituciones educativas
Nacional seguros S.A.	Empresas de seguridad Personal de fábricas
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	Personal de fábricas Personal de constructoras
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	Instituciones educativas

Fuente: Elaboración propia

4.6.2 Factores que influyen para determinar el cálculo de la prima según cada aseguradora

Tabla N° 20

Factores que influyen para determinar el cálculo de la prima según asegurador	
ASEGURADORAS	¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?
Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	Se tiene una tasa referente del 2,5% a eso dependerá si es adquirido de forma masiva o personal, también influye edad y ocupación
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	Base histórica sobre la siniestralidad del seguro (Ejemplo si la prima total de un año anterior llego a cubrir los siniestros y a su vez genero ganancia, dado el caso el monto de referente de la prima no cambia) Ejemplo de una tasa referente 1000 dólares monto asegurado por muerte accidental prima 50 dólares, la tasa referente es 1,5% del total del monto asegurado, esto varia depende de la edad y ocupación de la persona
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	Tasa referente 2,5%, esta tasa dependerá de otros factores como edad y riesgo de muerte de la persona
Seguros PROVIDA S.A.	Capital asegurado Edad Ocupación Tasa
Nacional seguros S.A.	Capital asegurado, si la adquisición del seguro es de forma masiva o personal, edad y ocupación
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	Se cuenta con una base histórica, si la prima total del seguro llego a cubrir los siniestros de un año anterior, entonces se mantiene la tasa de referencia a la cual se añaden otros factores como ser edad y ocupación
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	Tasa referente Edad Ocupación

Fuente: Elaboración propia

Todas las aseguradoras utilizan una tasa referente, la edad y ocupación del asegurado para el cálculo del monto de la prima respecto a su monto total asegurado.

4.7- Interés de las personas para asegurarse

4.7.1 Interesados en adquirir el seguro por gastos médicos

Tabla Nº 21

Interesados en adquirir el seguro por gastos médicos					
Cuál es el rango de sus ingresos en Bolivianos por mes	Edad	El seguro contra accidentes personales cubre gastos médicos, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?		TOTAL	TOTAL PORCENTAJE
		SI	NO		
menor a 2500	25 a 35	95	43	138	44,37%
	36 a 45	3	0	3	0,96%
	46 a 54	2	1	3	0,96%
	Total	100	44	144	46,30%
2501 a 4000	25 a 35	24	9	33	10,61%
	36 a 45	4	5	9	2,89%
	46 a 54	5	4	9	2,89%
	Total	33	18	51	16,40%
4001 a 5500	25 a 35	16	11	27	8,68%
	36 a 45	10	9	19	6,11%
	46 a 54	9	5	14	4,50%
	Total	35	25	60	19,29%
5501 a 7000	25 a 35	7	5	12	3,86%
	36 a 45	12	7	19	6,11%
	46 a 54	3	6	9	2,89%
	Total	22	18	40	12,86%
mayor a 7001	25 a 35	1	0	1	0,32%
	36 a 45	6	4	10	3,22%
	46 a 54	3	2	5	1,61%
	Total	10	6	16	5,14%
Total	25 a 35	143	68	211	67,85%
	36 a 45	35	25	60	19,29%
	46 a 54	22	18	40	12,86%
	TOTAL	200	111	311	
	TOTAL PORCENTAJE	64,31%	35,69%		100%

Fuente: Elaboración propia

De 311 personas que no cuentan con el seguro contra accidentes personales, 200 están interesadas en asegurarse para poder cubrir gastos médicos con mayor participación entre los rangos salariales menor a 2500 y de 2501 a 4000 Bs por mes, entre las edades de 25 a 35 años y 111 personas no están interesadas en contratar el seguro.

4.7.2 Interesados en adquirir el seguro por invalidez

Tabla N° 22

Interesados en adquirir el seguro por invalidez					
Cuál es el rango de sus ingresos en Bolivianos por mes	Edad	El seguro contra accidentes personales cubre invalidez total o permanente, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?		TOTAL	TOTAL PORCENTAJE
		SI	NO		
menor a 2500	25 a 35	105	33	138	44,37%
	36 a 45	3	0	3	0,96%
	46 a 54	3	0	3	0,96%
	Total	111	33	144	46,30%
2501 a 4000	25 a 35	27	6	33	10,61%
	36 a 45	5	4	9	2,89%
	46 a 54	6	3	9	2,89%
	Total	38	13	51	16,40%
4001 a 5500	25 a 35	20	7	27	8,68%
	36 a 45	16	3	19	6,11%
	46 a 54	11	3	14	4,50%
	Total	47	13	60	19,29%
5501 a 7000	25 a 35	11	1	12	3,86%
	36 a 45	14	5	19	6,11%
	46 a 54	5	4	9	2,89%
	Total	30	10	40	12,86%
mayor a 7001	Edad 25 a 35	1	0	1	0,32%
	36 a 45	8	2	10	3,22%
	46 a 54	3	2	5	1,61%
	Total	12	4	16	5,14%
Total	Edad 25 a 35	164	47	211	67,85%
	36 a 45	46	14	60	19,29%
	46 a 54	28	12	40	12,86%
	TOTAL	238	73	311	
TOTAL PORCENTAJE		76,53%	23,47%		100%

Fuente: Elaboración propia

De 311 personas que no cuentan con el seguro contra accidentes personales, 238 están interesadas en asegurarse para poder cubrir invalidez con mayor participación entre los rangos salariales menor a 2500 y de 2501 a 4000 Bs por mes, entre las edades de 25 a 35 años y 73 personas no están interesadas en contratar un seguro.

4.7.3 Interesados en adquirir el seguro por muerte accidental

Tabla N° 23

Interesados en adquirir el seguro por muerte accidental						
Cual es el rango de sus ingresos en Bolivianos por mes	Edad	El seguro cubre muerte accidental, dinero el cual le serviría a su familia para los gastos funerarios y que no sea una deuda para ellos. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el seguro contra accidentes personales?		TOTAL	TOTAL PORCENTAJE	
		SI	NO			
menor a 2500	Edad 25 a 35	112	26	138	44,37%	
	36 a 45	2	1	3	0,96%	
	46 a 54	3	0	3	0,96%	
	Total	117	27	144	46,30%	
2501 a 4000	Edad 25 a 35	27	6	33	10,61%	
	36 a 45	6	3	9	2,89%	
	46 a 54	9	0	9	2,89%	
	Total	42	9	51	16,40%	
4001 a 5500	Edad 25 a 35	22	5	27	8,68%	
	36 a 45	16	3	19	6,11%	
	46 a 54	14	0	14	4,50%	
	Total	52	8	60	19,29%	
5501 a 7000	Edad 25 a 35	10	2	12	3,86%	
	36 a 45	14	5	19	6,11%	
	46 a 54	8	1	9	2,89%	
	Total	32	8	40	12,86%	
mayor a 7001	Edad 25 a 35	1	0	1	0,32%	
	36 a 45	8	2	10	3,22%	
	46 a 54	4	1	5	1,61%	
	Total	13	3	16	5,14%	
Total	Edad 25 a 35	172	39	211	67,85%	
	36 a 45	46	14	60	19,29%	
	46 a 54	38	2	40	12,86%	
	TOTAL	256	55	311		
TOTAL PORCENTAJE		82,32%	17,68%		100%	

Fuente: Elaboración propia

De 311 personas que no cuentan con el seguro contra accidentes personales, 256 están interesadas en asegurarse para poder cubrir muerte accidental con mayor participación entre los rangos salariales menor a 2500 y de 2501 a 4000 Bs por mes, entre las edades de 25 a 35 años y 55 personas no están interesadas en contratar un seguro.

4.7.4 Personas dispuestas a pagar el monto de la prima anual

Tabla N° 24

Personas dispuestas a pagar el monto de la prima anual				
Cual es el rango de sus ingresos en Bolivianos por mes	Edad	¿Usted estaría dispuesto a pagar un monto anual de 80 dólares?		TOTAL
		SI	NO	
menor a 2500	25 a 35	88	50	138
	36 a 45	0	3	3
	46 a 54	2	1	3
	Total	90	54	144
2501 a 4000	25 a 35	24	9	33
	36 a 45	4	5	9
	46 a 54	8	1	9
	Total	36	15	51
4001 a 5500	25 a 35	14	13	27
	36 a 45	13	6	19
	46 a 54	12	2	14
	Total	39	21	60
5501 a 7000	25 a 35	9	3	12
	36 a 45	12	7	19
	46 a 54	6	3	9
	Total	27	13	40
mayor a 7001	25 a 35	0	1	1
	36 a 45	7	3	10
	46 a 54	4	1	5
	Total	11	5	16
Total	25 a 35	135	76	211
	36 a 45	36	24	60
	46 a 54	32	8	40
	TOTAL	203	108	311

Fuente: Elaboración propia

De 311 personas que no cuentan con el seguro contra accidentes personales, 203 están interesadas en contratar un seguro, con mayor participación entre los rangos salariales menor a 2500 y de 2501 a 4000 Bs por mes, entre las edades de 25 a 35 años y 108 personas no están interesadas en contratar un seguro.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Como consecuencia de lo expuesto en los resultados de la presente tesis, a fin de mejorar la comprensión se dividirá las conclusiones al objetivo general y conclusiones a los objetivos específicos.

5.1.1 Conclusiones al objetivo general

Inicialmente planteamos el siguiente objetivo general averiguar los factores del porque las personas no adquieren un seguro contra accidentes personales.

Para la adquisición de los seguros contra accidentes personales pudimos observar que un 81% de la población no cuenta con el seguro para este las principales razones son: No tienen conocimiento sobre el mismo y por otra parte no son de relevancia los beneficios que ofrece.

5.1.2 Conclusiones a los objetivos específicos

A continuación presentamos las siguientes conclusiones.

Refiriéndonos al primer objetivo específico: “Determinar cómo influyen los factores culturales, sociales, personales y psicológicos de la gente en la decisión de compra de seguro contra accidentes personales”. La población que no cuenta con un seguro contra accidentes personales con un total de 311 personas, 75,24% reconocen que son propensos a accidentes, una vez ya informados de los beneficios que cuenta al contratar este seguro, considerarían con mayor seguridad en adquirirlo con un 82,32% su principal razón es muerte accidental.

Refiriéndonos al segundo objetivo específico: “Averiguar de qué forma se difunde los servicios del seguro contra accidentes personales de las empresas

aseguradoras”. Los medios de difusión más utilizados por las aseguradoras son: Campañas, Televisión y Redes Sociales.

Refiriéndonos al tercer objetivo específico: “Establecer que estrategias de mercado tienen las aseguradoras que ofrecen el servicio de seguro contra accidentes personales”. Las formas más efectivas para las aseguradoras de llegar a sus clientes son utilizando brokers, agentes y ventas corporativas. Ya que estos representan la mayor parte de su captación de clientes, la mayoría de sus ventas son de forma corporativa.

Refiriéndonos al cuarto objetivo específico: “Determinar el grado de importancia que tiene el seguro contra accidentes personales en la cartera de las aseguradoras”. Pudimos concluir que no es representativo para las aseguradoras, sin embargo, la mayoría coincidió en que si mejoraría los medios de difusión podría llegar a ser significativo comparado al valor que representa actualmente pero en su cartera general de las aseguradoras, donde cuentan con 2 grupos principales los seguros generales y los seguros personales, los generales maneja millones comparado a los personales.

Refiriéndonos al quinto objetivo específico: “Investigar qué factores influyen para determinar el cálculo de la prima por parte de las aseguradoras”. Estas indicaron que las variables más importantes para el cálculo de la prima son: tasa referente, edad, ocupación y capital asegurado. El monto final de la prima varía entre cada persona por sus diferentes variables que mencionamos anteriormente.

5.2 Recomendaciones

Al concluir la investigación de la presente tesis tenemos las siguientes recomendaciones enfocadas a las aseguradoras y las personas:

- Se pudo observar que la población de la ciudad de La Paz, está interesada en la adquisición del seguro contra accidentes personales, para esto las aseguradoras deberían maximizar sus medios de difusión y así abrir su mercado, ya que la mayoría de sus ventas son de forma corporativa es decir empresas. Esto hará que las personas fortalezcan la cultura de adquisición de seguros de forma personal en la ciudad de La Paz.
- La otra recomendación está dirigida a las personas para que consideren adquirir un contrato de seguro contra accidentes personales, ya que todos estamos expuestos a diferentes accidentes en nuestro cotidiano vivir, para esto los beneficios que ofrece este seguro ayudarían de forma económica a un posible accidente que llegase a ocurrir.

BIBLIOGRAFIA

- ABA. (2018). *Asociación Boliviana de Aseguradoras*. Obtenido de Asociación Boliviana de Aseguradoras: <http://ababolivia.org>
- Alianza compañía de seguros y reaseguros, S. (2018). *Alianza compañía de seguros y reaseguros, S.A.* Obtenido de Alianza compañía de seguros y reaseguros, S.A.: <http://www1.alianza.com.bo>
- APS. (2018). *Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros*. Obtenido de Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros: <http://www.aps.gob.bo>
- ASFI. (2017). *Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero ley N° 393*. Obtenido de <http://www.asfi.gob.bo>
- Callizaya Jiménez Alfredo, (2000) *tesis Banco del Seguro S.A.* Obtenido de biblioteca Carrera de Administración de Empresas UMSA
- Código de comercio.* (1977).
- Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA, S. (2018). *Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA, S.A.* Obtenido de Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA, S.A.: www.aseguradorafortaleza.com.bo
- CrediSeguro, S. (2018). *CrediSeguro, S.A.* Obtenido de CrediSeguro, S.A.: <http://www.crs.com.bo>
- Decreto supremo, 0. (2014). *Normativa APS.* Bolivia.
- Decreto Supremo, 2. (1995). *Reglamento a la ley de Seguros.* Bolivia.
- García Guillermo, (2005) *tesis Sistema de información gerencial para empresas de seguro caso: la boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.* Obtenido de biblioteca Carrera de Administración de Empresas UMSA
- Hernandez, Sampieri Roberto. (2006) *Metodología de la investigación.* Mexico
- INE. (2012). *Instituto Nacional de Estadística.* Bolivia.
- Kotler, P, & AMstrong, G. (2012). *Marketing.* Mexico: PEARSON EDUCATION.
- La Boliviana Ciacruz, S. (2018). *La Boliviana Ciacruz,S.A.* Obtenido de La Boliviana Ciacruz,S.A.: <http://www.lbc.bo>

La Vitalicia Seguros y Reaseguros, S. (2018). *La Vitalicia Seguros y Reaseguros, S.A.* Obtenido de La Vitalicia Seguros y Reaseguros, S.A.: <http://www.lavitaliciaseguros.com>

Ley 365, s. y. (2013). *Ley 365 de seguros y fianzas.* Bolivia.

ley N°1883. (1998). *ley de seguros de la republica de Bolivia.*

Modalidades de graduación, A. F. (s.f.). *Modalidades de graduación.* Obtenido de <http://www/freddyaliendre.wordprss.com/taller-modalidades-de-graduacion>

Nacional seguros, S. (2018). *Nacional seguros, S.A.* Obtenido de Nacional seguros, S.A.: <http://www.nacionalseguros.com.bo>

Quispe Condori Freddy Santos, (2015) *tesis La contribución de los seguros a la disminución de la desigualdad* Obtenido de biblioteca Carrera de Administración de Empresas UMSA

Seguros PROVIDA, S. (2018). *Seguros PROVIDA, S.A.* Obtenido de Seguros PROVIDA, S.A.: <http://www.segurosprovida.com.bo>

Toledo Peñaranda Luis Álvaro, (1987) *tesis Desarrollo organizacional para las empresas privadas de seguros en Bolivia* Obtenido de biblioteca Carrera de Administración de Empresas UMSA

UNIVIDA Seguros y Reaseguros personales, S. (2018). *UNIVIDA Seguros y Reaseguros personales S.A.* Obtenido de UNIVIDA Seguros y Reaseguros personales S.A.: <http://www.univida.bo>

ANEXOS

Anexo N° 1

Encuesta (investigación exploratoria)

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS CARRERA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES**

GENERO: MASCULINO

FECHA:

FEMENINO

EDAD:

GRADO DE FORMACION

BACHILLER

TECNICO

LICENCIATURA

INGENIERO

¿Usted cuenta con SEGURO PERSONAL CONTRA ACCIDENTES? (En caso de ser la respuesta SI, finaliza la encuesta)

SI

NO

¿Alguna vez usted o algún familiar sufrió algún accidente?

SI

NO

¿Cuándo ocurrió dicho suceso, los gastos fueron cubiertos por su persona o por sus familiares?

SI

NO

¿Cuántos integrantes tiene su familia?

El seguro contra ACCIDENTES PERSONALES cubren desde GASTOS MEDICOS, INVALIDEZ TOTAL O PERMANENTE y MUERTE ACCIDENTAL, y el monto que se paga es aproximadamente 50 dólares anual ¿En ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

SI

NO

Anexo Nº 2

Cuadro de salida (guía capítulo IV)

Tamaño de la muestra	Género y edad si cuenta o no cuenta con seguro contra accidentes personales
Comportamiento del consumidor con relación a la compra del seguro y sus diferentes factores	Población asegurada y nombre de la aseguradora
	Razones para no contar con un seguro contra accidentes personales
	Confiabilidad de la población hacia las aseguradoras según edad y género
	Población que cree que es propenso a un accidente
Formas de comercialización del seguro según las aseguradoras	Comercialización del seguro y preferencia de la población hacia una aseguradora
Estrategias de mercado que tienen las aseguradoras y sus medios de difusión	Estrategias de marketing que utilizan las aseguradoras
	Población que fue informada acerca del seguro
	Medio por el cual fueron informados acerca del seguro
	Preferencia según ingresos edad acerca de las aseguradoras

Grado de importancia que tiene el seguro contra accidentes personales en las aseguradoras	Los 3 seguros más adquiridos
	Grado de importancia en la cartera de las aseguradoras
Perfil del cliente y factores que influyen para determinar el monto de la prima	Perfil del cliente para las aseguradoras
	Factores que influyen para determinar el monto de la prima según aseguradora
Interés de las personas para asegurarse	Interesados en adquirir el seguro por gastos médicos
	Interesados en adquirir el seguro por invalidez
	Interesados en adquirir el seguro por muerte accidental
	Personas dispuestas a pagar el monto de la prima anual



Anexo Nº 3

Encuesta

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

ENCUESTA POBLACIÓN SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES																							
DATOS PERSONALES																							
GENERO		FECHA: EDAD																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">MASCULINO</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>FEMENINO</td> <td></td> </tr> </table>	MASCULINO		FEMENINO		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">25 a 35</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>36 a 45</td> <td></td> </tr> <tr> <td>46 a 54</td> <td></td> </tr> </table>		25 a 35		36 a 45		46 a 54												
MASCULINO																							
FEMENINO																							
25 a 35																							
36 a 45																							
46 a 54																							
GRADO DE FORMACIÓN		INGRESOS																					
<p>Nivel de formación alcanzado</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Bachiller</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Técnico</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Licenciatura</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ingeniería</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otros.....</td> <td></td> </tr> </table>		Bachiller		Técnico		Licenciatura		Ingeniería		Otros.....		<p>¿Cuál es el rango de sus ingresos en bolivianos por mes?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Menor a 2500</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>2501 a 4000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4001 a 5500</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5501 a 7000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mayor a 7001</td> <td></td> </tr> </table>		Menor a 2500		2501 a 4000		4001 a 5500		5501 a 7000		Mayor a 7001	
Bachiller																							
Técnico																							
Licenciatura																							
Ingeniería																							
Otros.....																							
Menor a 2500																							
2501 a 4000																							
4001 a 5500																							
5501 a 7000																							
Mayor a 7001																							
CONOCIMIENTO DE LA POBLACIÓN ACERCA DEL SEGURO																							
1.- ¿Usted cuenta con seguro contra accidentes personales? (en caso de ser la respuesta si, mencione el nombre de la aseguradora y finaliza la encuesta)																							
SI		NO																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Nombre de la aseguradora</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Monto de la prima anual</td> <td></td> </tr> </table>	Nombre de la aseguradora		Monto de la prima anual																				
Nombre de la aseguradora																							
Monto de la prima anual																							

2.- ¿Cuál es el motivo para que usted no cuente con un seguro contra accidentes personales?

No tiene conocimiento sobre el mismo	
No son de relevancia para usted los beneficios que ofrece	
Falta de dinero para su adquisición	
Otros.....	
.	

3.- ¿Alguna vez fue informado sobre el seguro contra accidentes personales y sus beneficios del mismo? En caso de que usted haya sido informado sobre este seguro, especificar el medio.

SI NO

Televisión	
Radio	
Redes sociales	
Periódico	
Campaña	
Otros.....	
.	

4.- ¿Usted confía que las aseguradoras cumplirán el monto de dinero pactado en caso de sufrir un accidente?

SI NO

¿Por qué?.....

5.- ¿Cree que es propenso a un accidente?

SI NO

6.- ¿Le gustaría tener mayor información sobre el seguro contra accidentes personales y todos los beneficios con los que cuenta el mismo?

SI NO

7.- El seguro contra accidentes personales cubre gastos médicos, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

SI

NO

8.- El seguro contra accidentes personales cubre invalidez total o permanente, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

SI

NO

9.- El seguro contra accidentes personales cubre muerte accidental ¿En ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

SI

NO

10.- Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría? y ¿Por qué?

Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.	
La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.	
Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.	
Seguros PROVIDA S.A.	
CREDISEGURO S.A.	
Nacional seguros S.A.	
La vitalicia seguros y reaseguros S.A	
UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.	
¿Por qué?.....	

11.- El seguro cubre muerte accidental, dinero el cual le serviría a su familia para los gastos funerarios y que no sea una deuda para ellos. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el seguro contra accidentes personales?

SI

NO

12.- En caso de que usted contrate el seguro contra accidentes personales monto de cobertura hasta 5000 dólares. ¿Usted estaría dispuesto a pagar un monto anual de 80 dólares?

SI

NO

Anexo Nº 4
Respuestas Encuesta

Genero

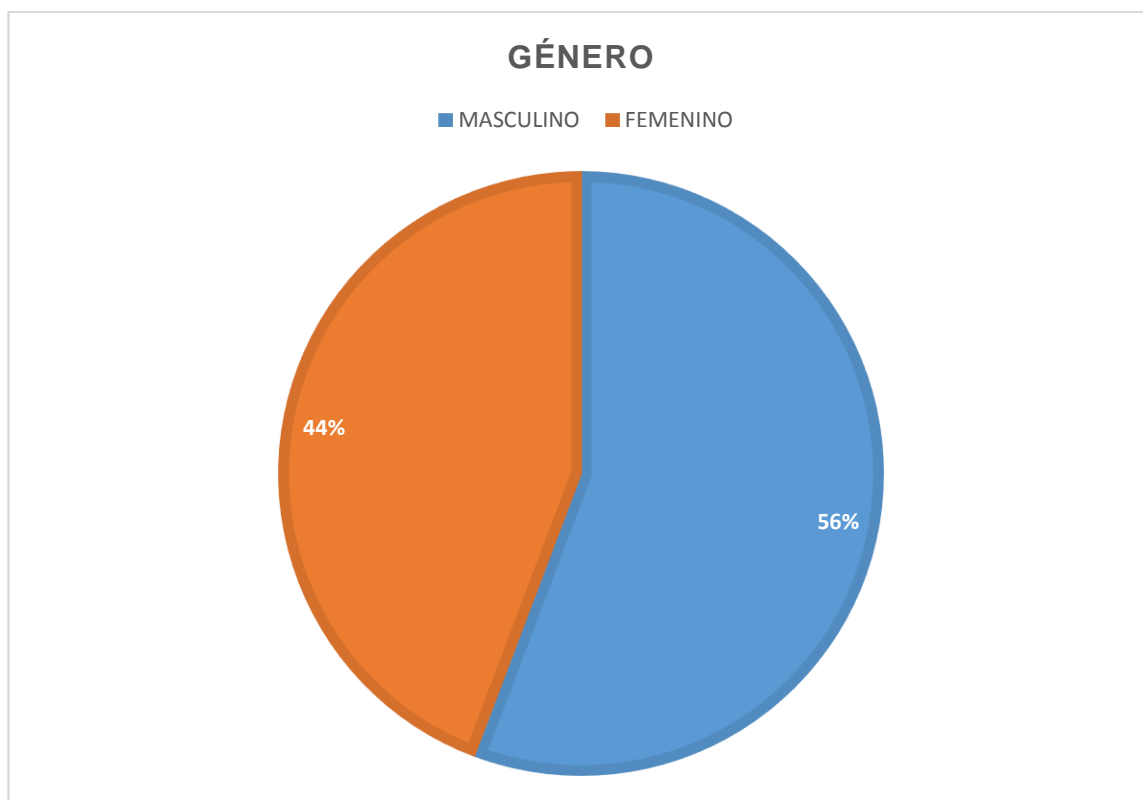
Tabla Nº 25

Genero

Personas encuestadas	Total	Porcentaje
MASCULINO	214	55,73%
FEMENINO	170	44,27%
Total	384	100,00%

Fuente: Elaboración propia

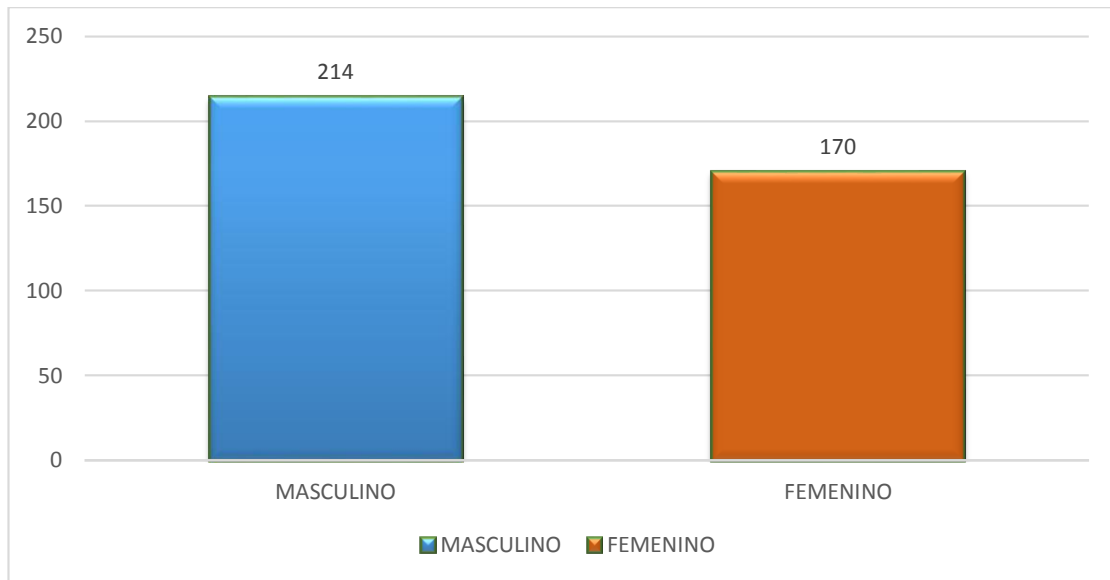
Gráfico Nº 1



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 2

Género



Fuente: Elaboración propia

Con relación al género de la población total que fue sometida a la encuesta de un total de 384, 214 pertenecen al género masculino con un 56% y con 170 pertenece al género femenino representando un 44%.

Edad

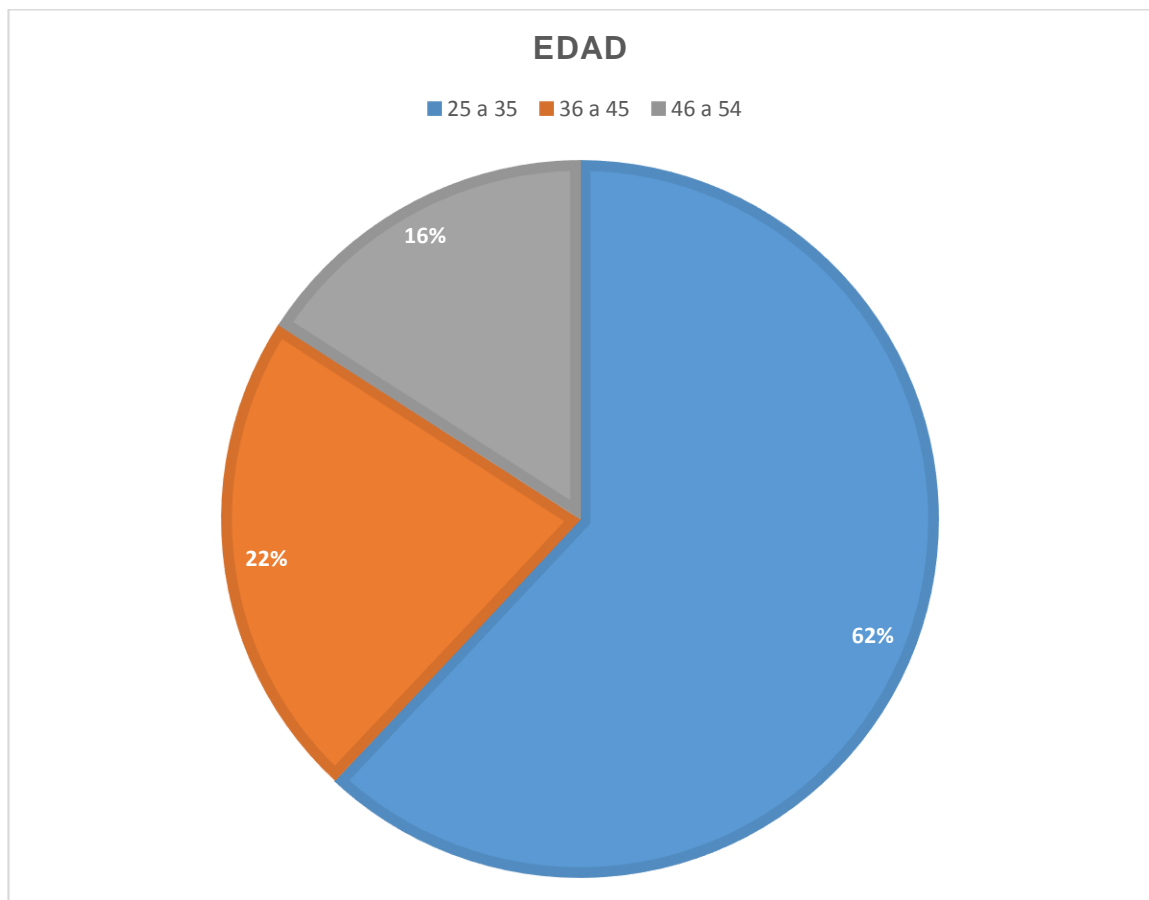
Tabla Nº 26

Edad

Personas encuestadas	TOTAL	Porcentaje
25 a 35	238	61,98%
36 a 45	85	22,14%
46 a 54	61	15,89%
TOTAL	384	100,00%

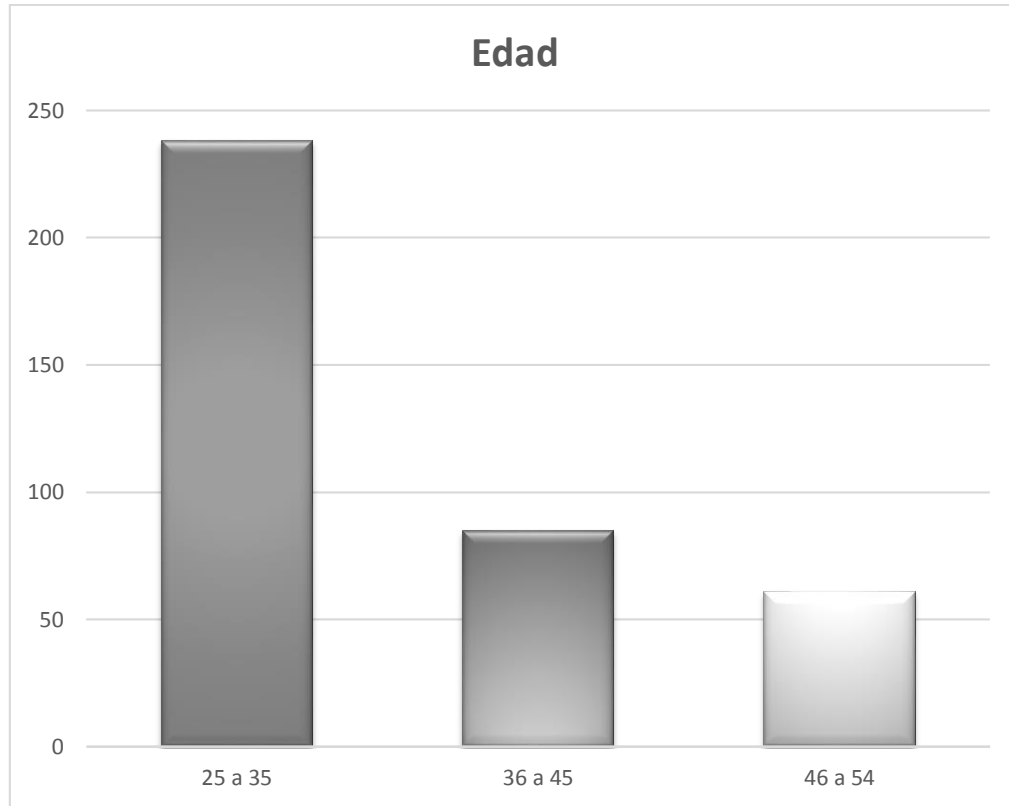
Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 3



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 4



Fuente: Elaboración propia

Respecto a la edad la población total que fue sometida a la encuesta, en un 62% tiene edades que oscilan entre los 25 a 35 años; seguido de otro segmento del 22%, cuyas edades oscilan entre los 36 a 45 años, seguido de otro segmento del 16% cuyas edades oscilan entre los 46 a 54 años.

Nivel de formación alcanzado

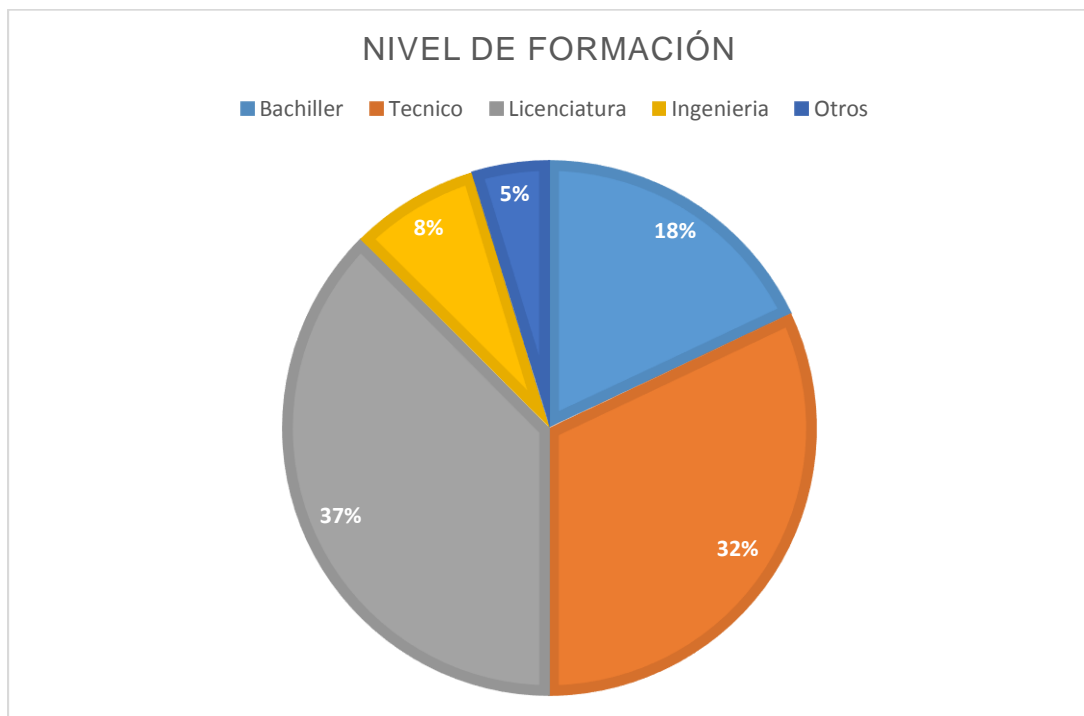
Tabla N° 27

Nivel de formación alcanzado

Personas encuestadas	TOTAL	Porcentaje
Bachiller	69	17,97%
Técnico	123	32,03%
Licenciatura	144	37,50%
Ingeniería	30	7,81%
Otros	18	4,69%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 5



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 6



Fuente: Elaboración propia

Nivel de formación de las 384 encuestas, bachiller 69 encuestas un 18%, técnico 123 encuestas un 32%, licenciatura 144 encuestas un 37%, ingeniería encuestas 30 un 8% y otros 18 encuestas un 5%.

Rango de ingreso mensual

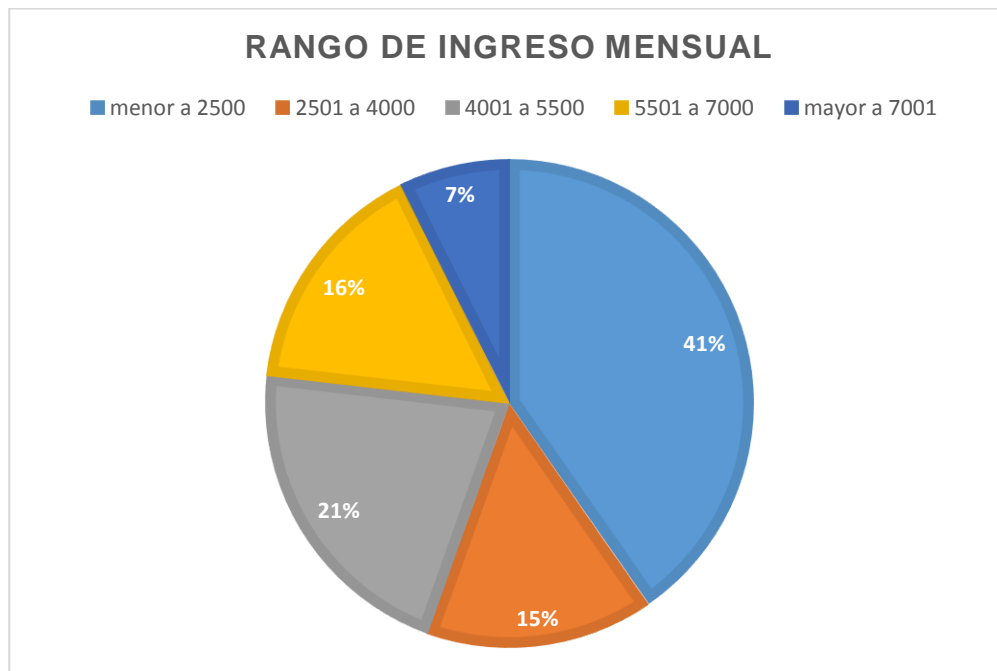
Tabla N° 28

Rango de ingreso mensual

Personas encuestadas	TOTAL	Porcentaje
menor a 2500	155	40,36%
2501 a 4000	58	15,10%
4001 a 5500	82	21,35%
5501 a 7000	61	15,89%
mayor a 7001	28	7,29%
TOTAL	384	100,00%

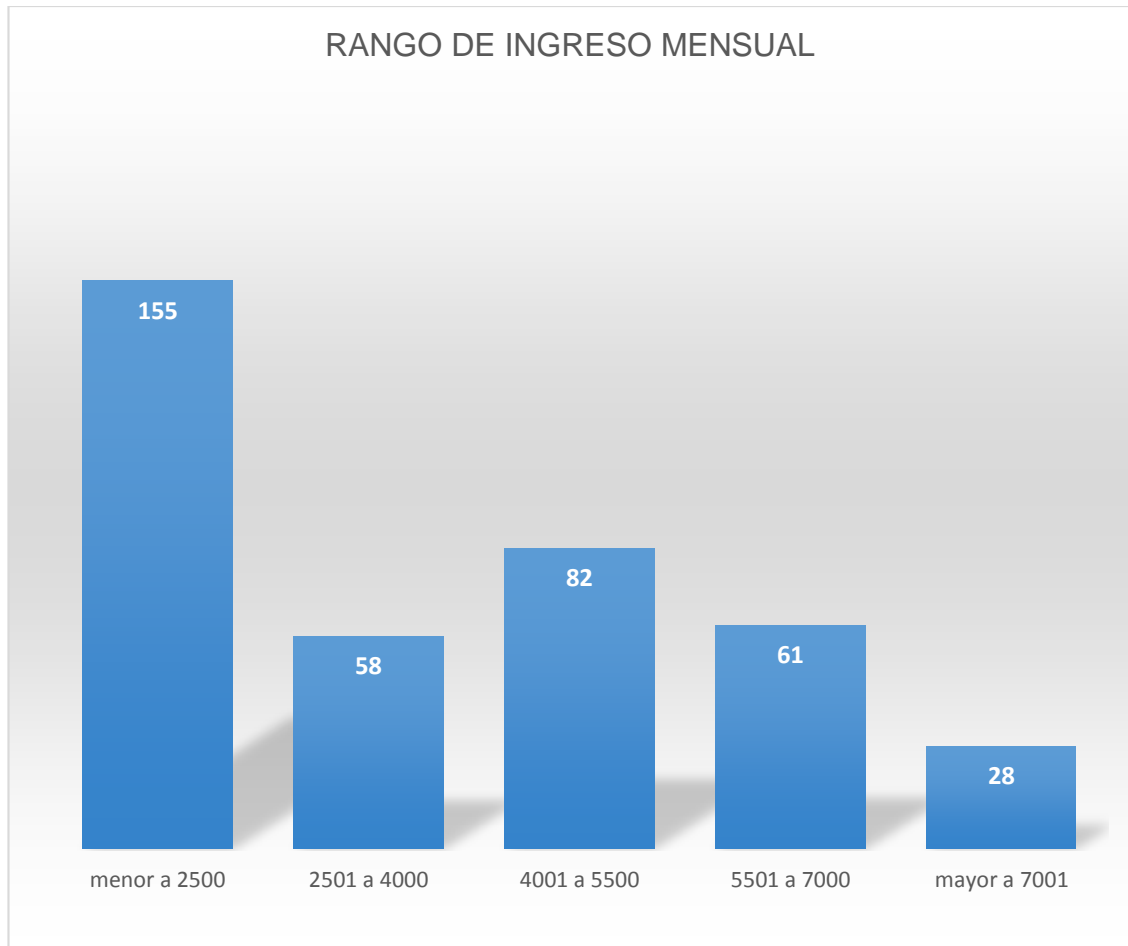
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 7



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 8



Fuente: Elaboración propia

De las 384 personas encuestadas, se obtuvo lo siguiente: 155 encuestados percibe un ingreso menor a 2000 bs, esto representa un 41%, 58 encuestados percibe un ingreso de 2501 a 4000 bs, esto representa un 15%, 82 encuestados percibe un ingreso de 4001 a 5500 bs, esto representa un 21%, 61 encuestados percibe un ingreso de 5501 a 7000 bs, esto representa un 16% y 28 encuestados percibe un ingreso mayor a 7000 bs, esto representa un 7% del total.

1.- ¿Usted cuenta con seguro contra accidentes personales? (en caso de ser la respuesta si, mencione el nombre de la aseguradora y finaliza la encuesta)

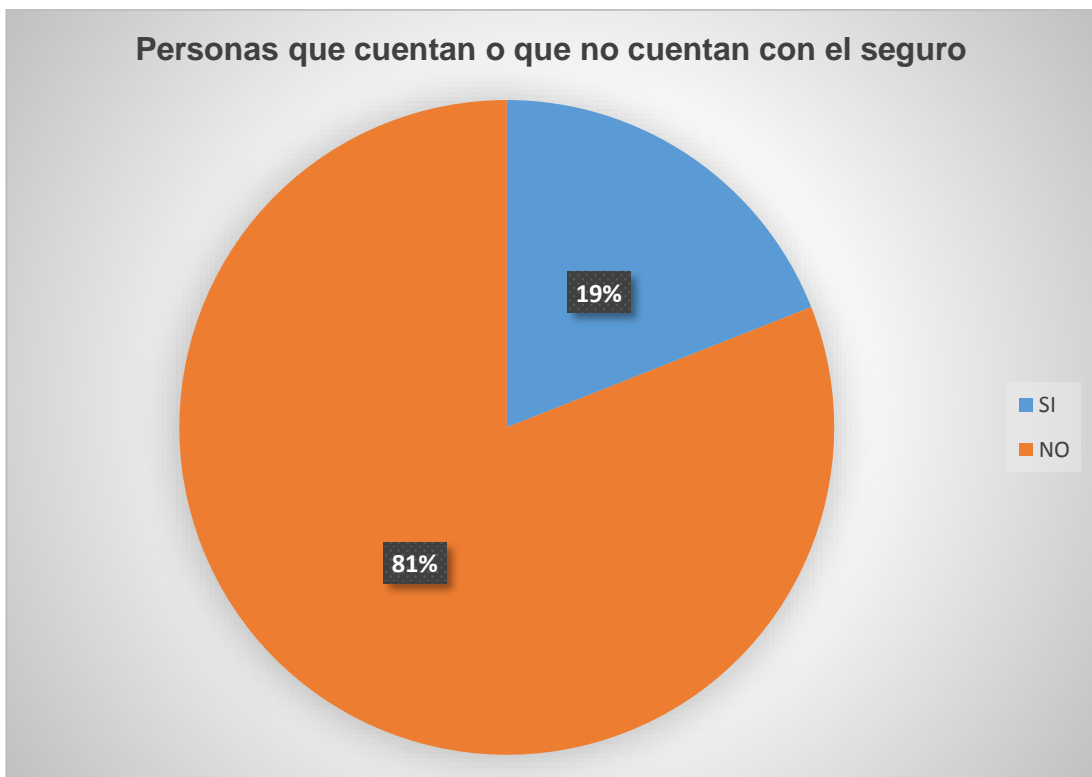
Tabla N° 29

Personas que cuentan o que no cuentan con el seguro

Personas encuestadas	TOTAL	Porcentaje
SI	73	19,01%
NO	311	80,99%
TOTAL	384	100,00%

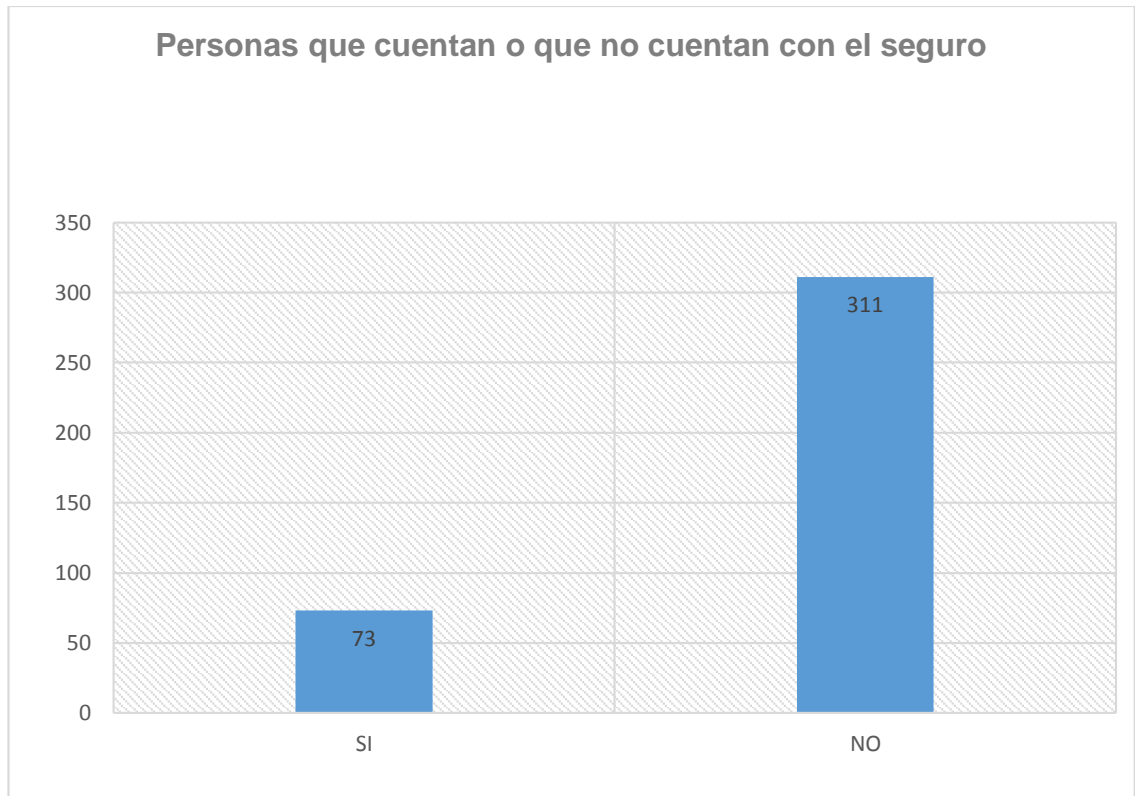
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 9



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 10



Fuente: Elaboración propia

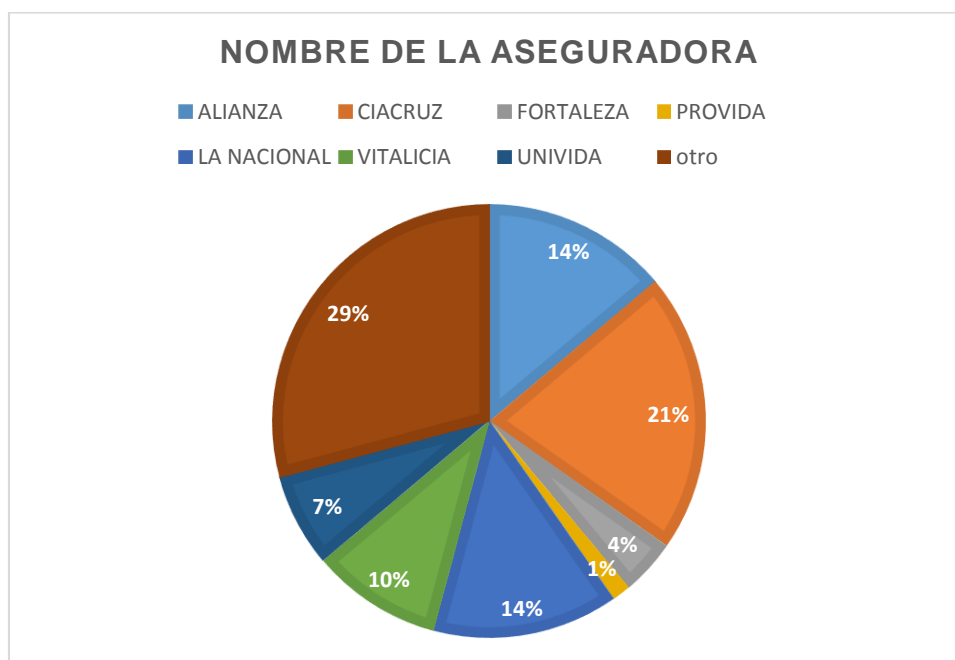
De 384 encuestados 73 personas cuentan con seguro contra accidentes personales dato que representa 19% y por el otro lado tenemos 311 personas que no cuentan con el seguro con un 81%.

Tabla N° 30

Nombre de la aseguradora	TOTAL	Porcentaje
ALIANZA	10	13,89%
CIACRUZ	15	20,83%
FORTALEZA	3	4,17%
PROVIDA	1	1,39%
LA NACIONAL	10	13,89%
VITALICIA	7	9,72%
UNIVIDA	5	6,94%
otro	21	29,17%
Total	72	100,00%

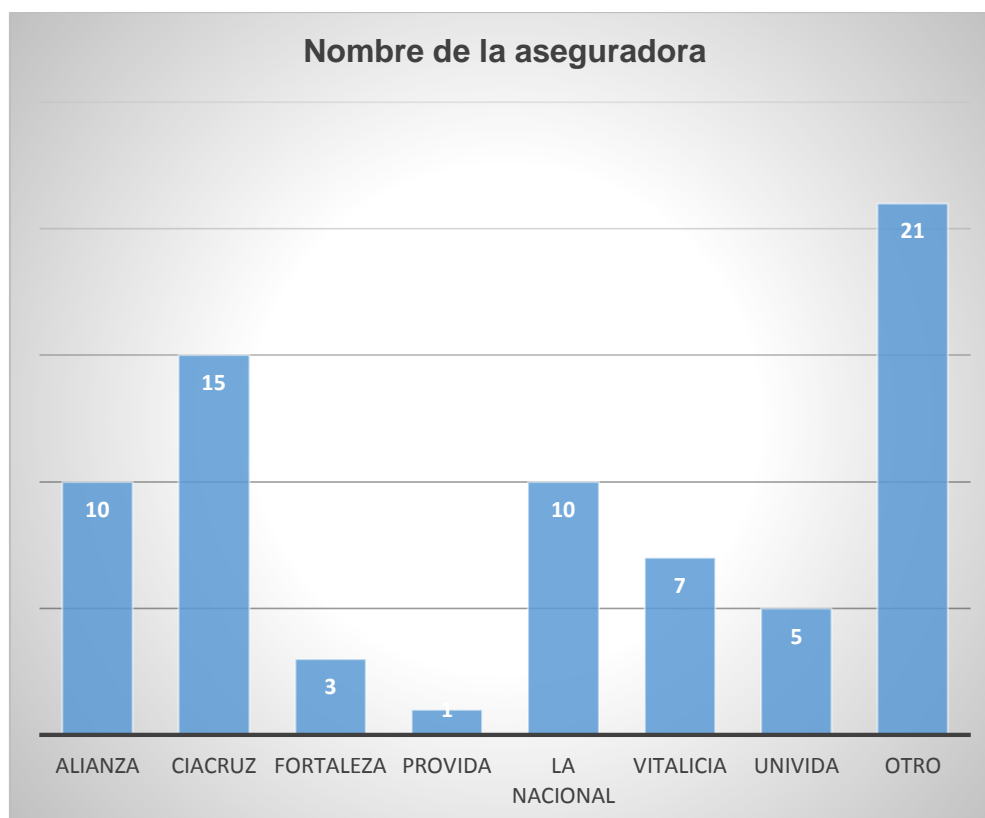
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 11



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12



Fuente: Elaboración propia

De las 73 personas aseguradas podemos observar que los primeros 3 lugares los ocupa la Ciacruz con 15 personas esto representa un 21%, Alianza y Nacional con 10 personas esto representa un 14% respectivamente.

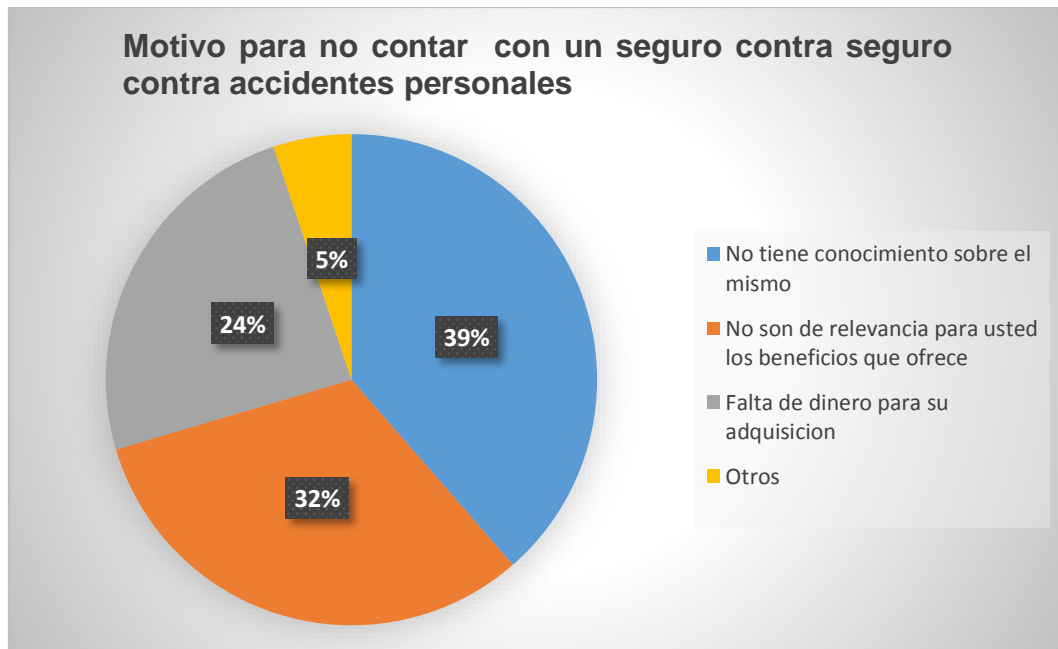
2.- ¿Cuál es el motivo para que usted no cuente con un seguro contra accidentes personales?

Tabla Nº 31

Motivo para no contar con un seguro contra accidentes personales	Número de personas	Porcentaje
No tiene conocimiento sobre el mismo	120	38,59%
No son de relevancia para usted los beneficios que ofrece	99	31,83%
Falta de dinero para su adquisición	76	24,44%
Otros	16	5,14%
TOTAL	311	100,00%

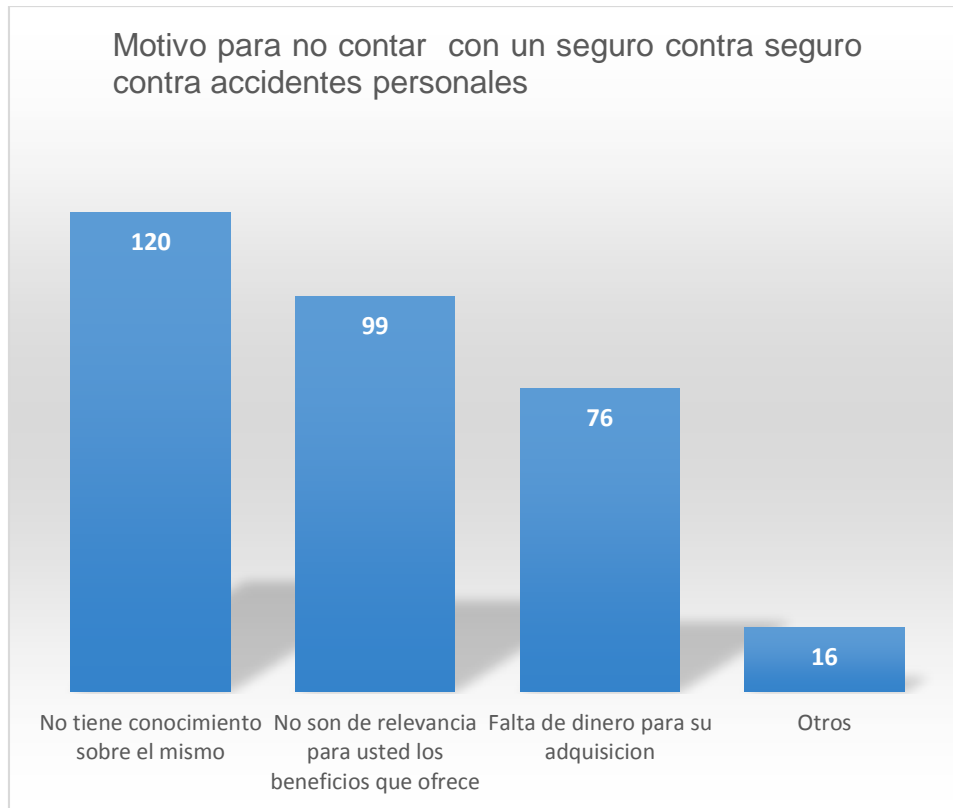
Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 13



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 14



Fuente: Elaboración propia

De 311 personas que no cuentan con un seguro contra accidentes personales podemos observar que el factor más relevante es la falta de conocimiento sobre el mismo con un 39%, como segundo factor no son relevantes los beneficios con un 32% y como tercer factor la falta de dinero para su adquisición con un 24%.

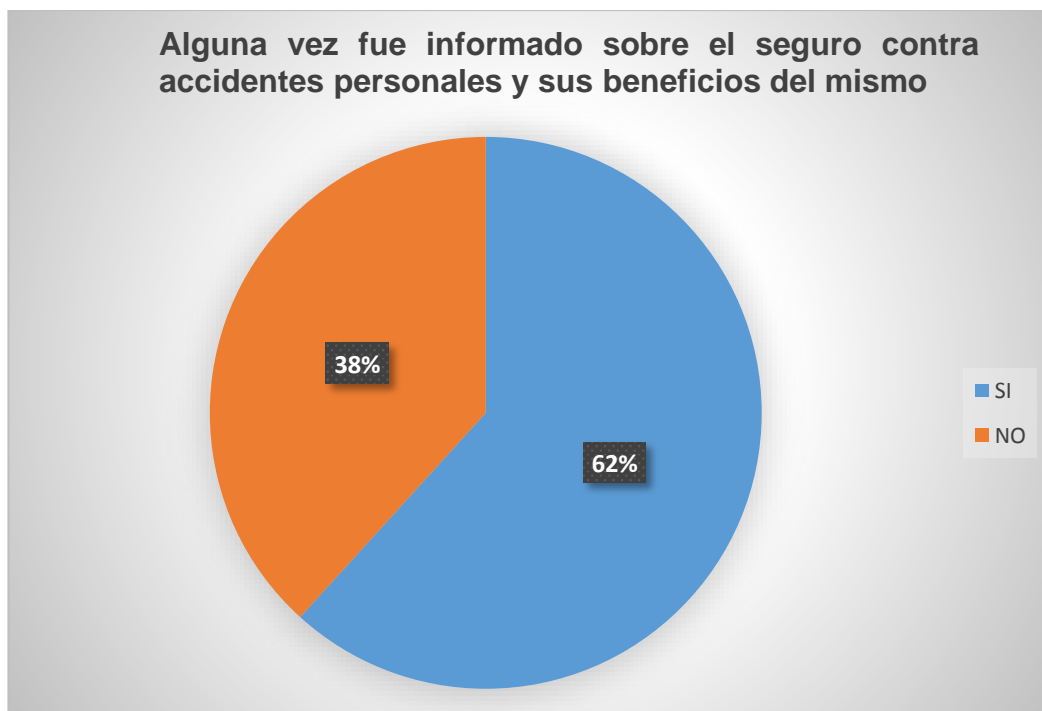
3.- ¿Alguna vez fue informado sobre el seguro contra accidentes personales y sus beneficios del mismo? En caso de que usted haya sido informado sobre este seguro, especificar el medio.

Tabla N° 32

Alguna vez fue informado sobre el seguro contra accidentes personales y sus beneficios del mismo	Número de personas	Porcentaje
SI	192	61,74%
NO	119	38,26%
TOTAL	311	100,00%

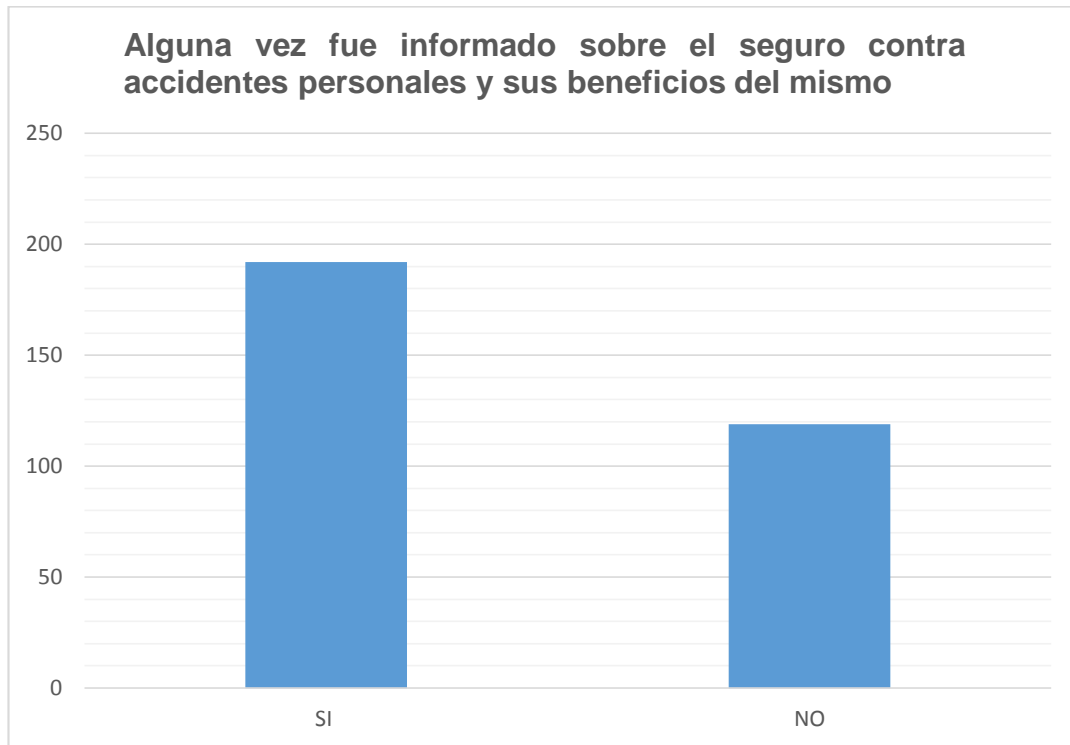
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 15



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 16



Fuente: Elaboración propia

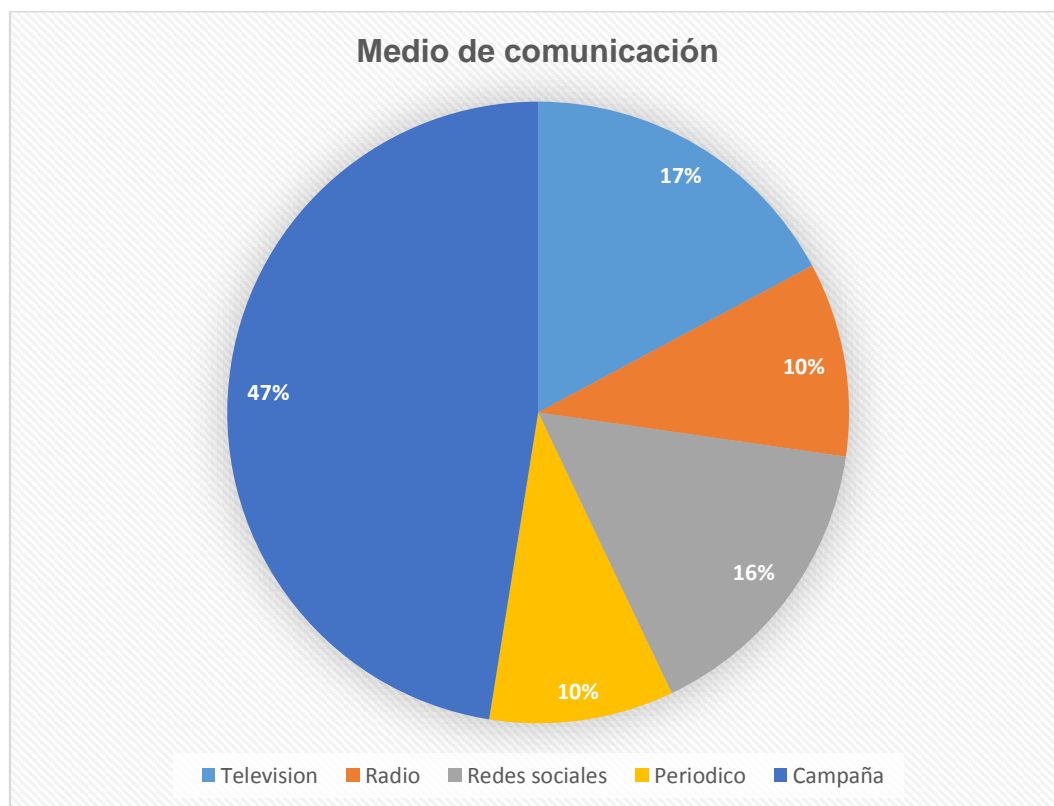
Número de personas que fueron informadas acerca del seguro contra accidentes personales, 192 si fueron informadas con 62% y 119 no tienen conocimiento sobre el mismo con 38% del total.

Tabla N° 33

Medio de comunicación	Número de personas	Porcentaje
Televisión	34	17,17%
Radio	20	10,10%
Redes sociales	31	15,66%
Periódico	19	9,60%
Campaña	94	47,47%
Total	198	100,00%

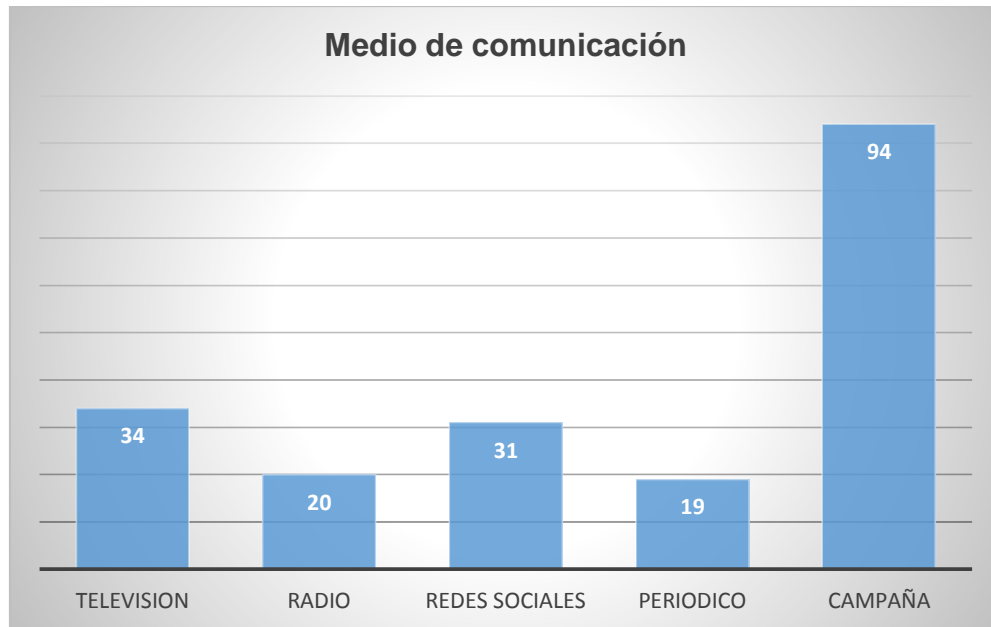
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 17



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 18



Fuente: Elaboración propia

Medio de comunicación por el cual fueron informados con mayor participación campaña con un 47%, televisión con un 17% y redes sociales con un 16% del total.

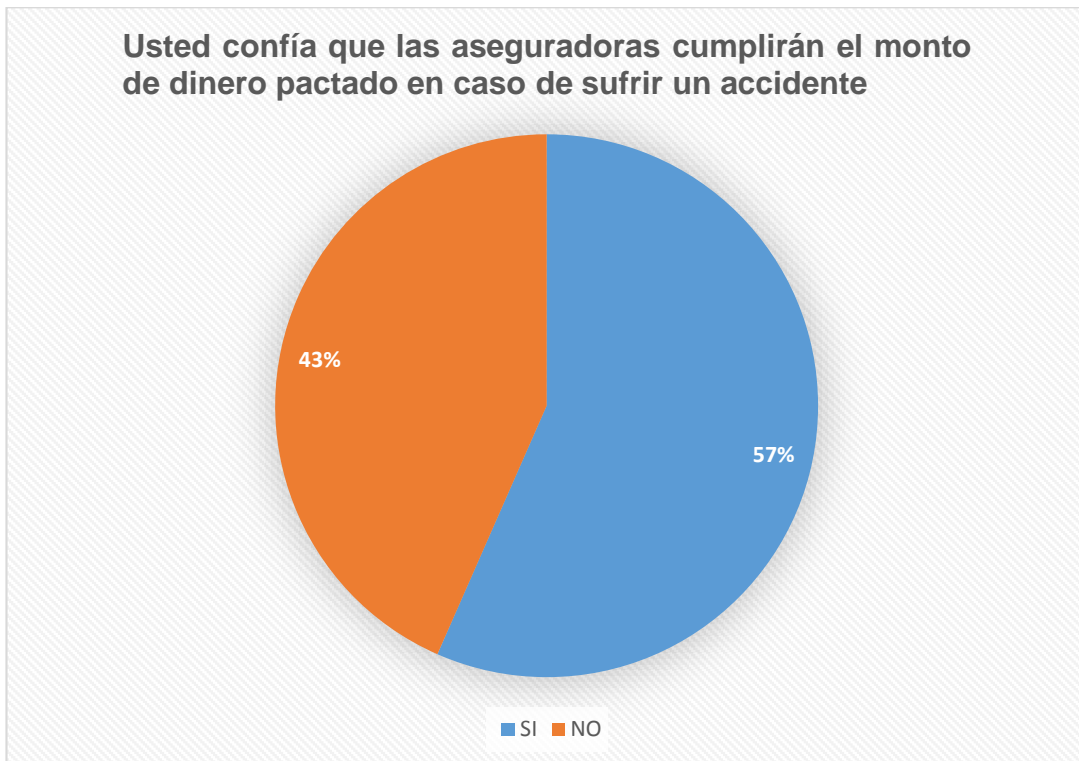
4.- ¿Usted confía que las aseguradoras cumplirán el monto de dinero pactado en caso de sufrir un accidente?

Tabla Nº 34

Usted confía que las aseguradoras cumplirán el monto de dinero pactado en caso de sufrir un accidente	Número de personas	Porcentaje
SI	176	56,59%
NO	135	43,41%
Total	311	100,00%

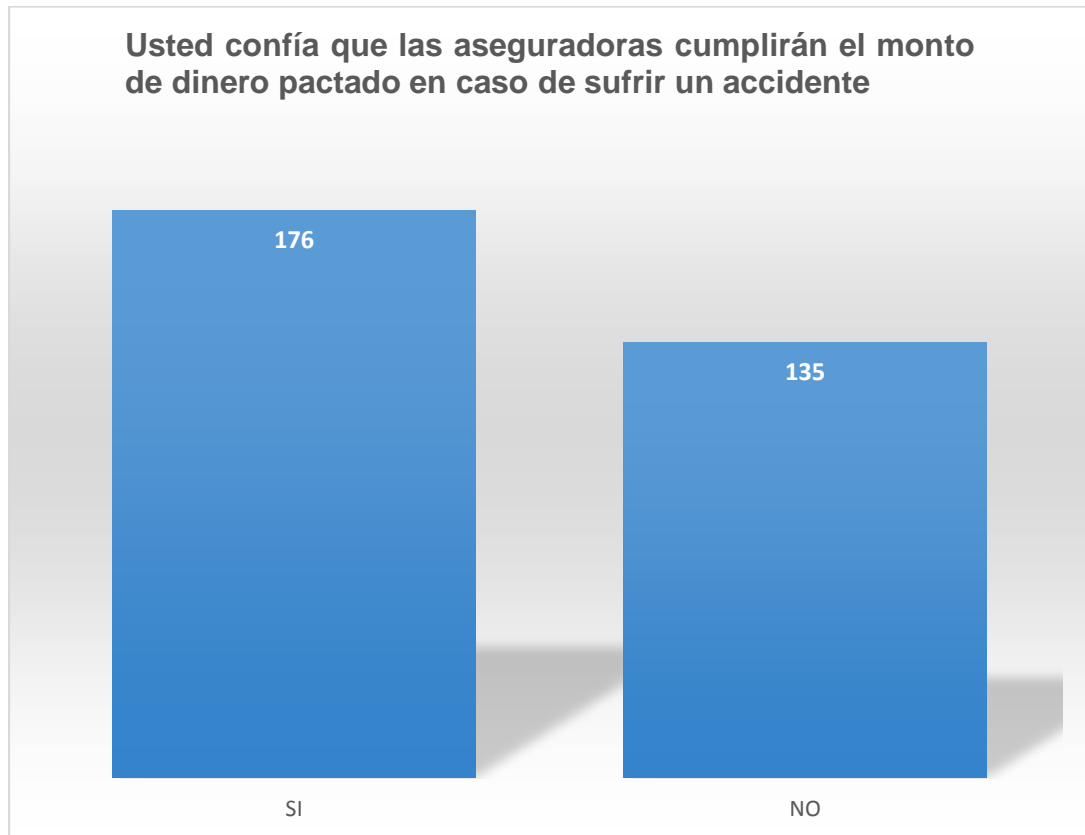
Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 19



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 20



Fuente: Elaboración propia

Número de personas que confían que las aseguradoras les pagaran en caso de un siniestro de 311 como total tenemos 176 personas que si confían con un 57% y 135 personas que no confían con un 47%.

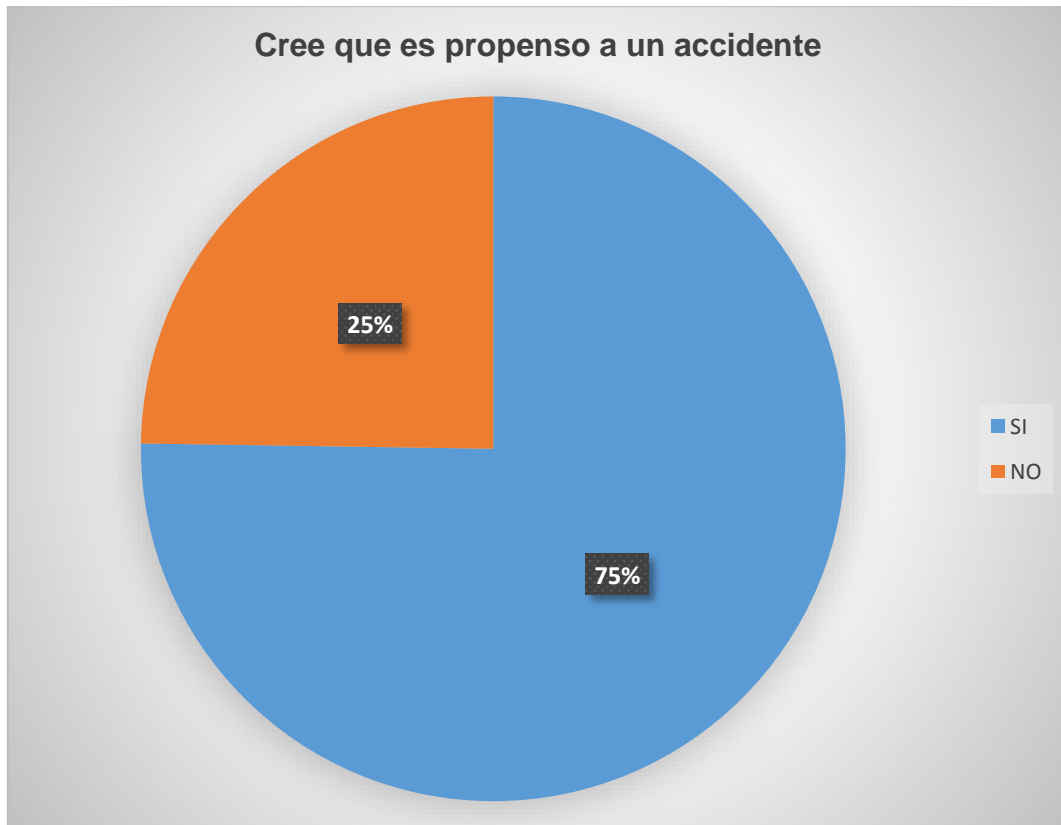
5.- ¿Cree que es propenso a un accidente?

Tabla N° 35

Cree que es propenso a un accidente	Número de personas	Porcentaje
SI	234	75,24%
NO	77	24,76%
Total	311	100,00%

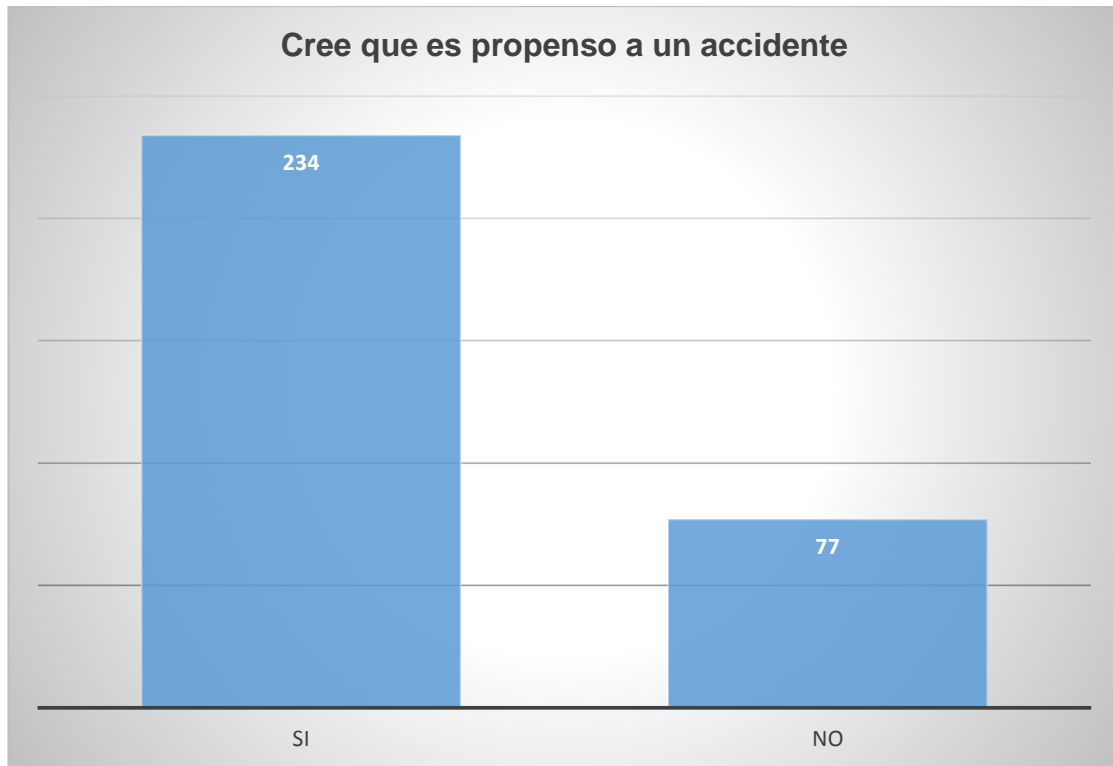
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 21



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 22



Fuente: Elaboración propia

Personas que creen que son propensas a un accidente, tenemos un total de 234 personas con un 75% del total que son 311 personas

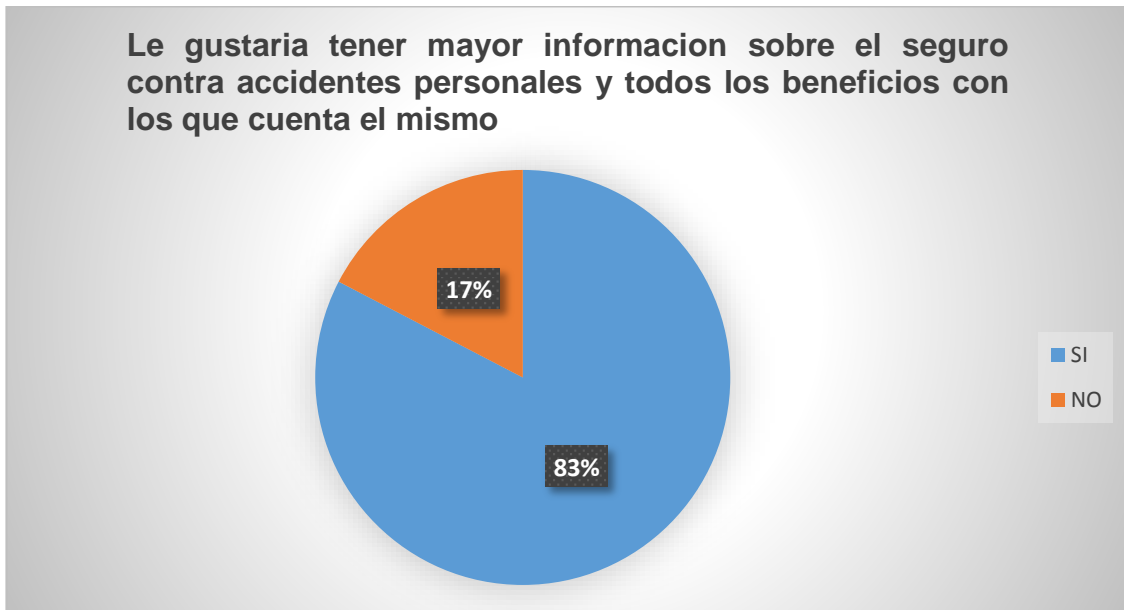
6.- ¿Le gustaría tener mayor información sobre el seguro contra accidentes personales y todos los beneficios con los que cuenta el mismo?

Tabla N° 36

Le gustaría tener mayor información sobre el seguro contra accidentes personales y todos los beneficios con los que cuenta el mismo	Número de personas	Porcentaje
SI	257	82,64%
NO	54	17,36%
TOTAL	311	100,00%

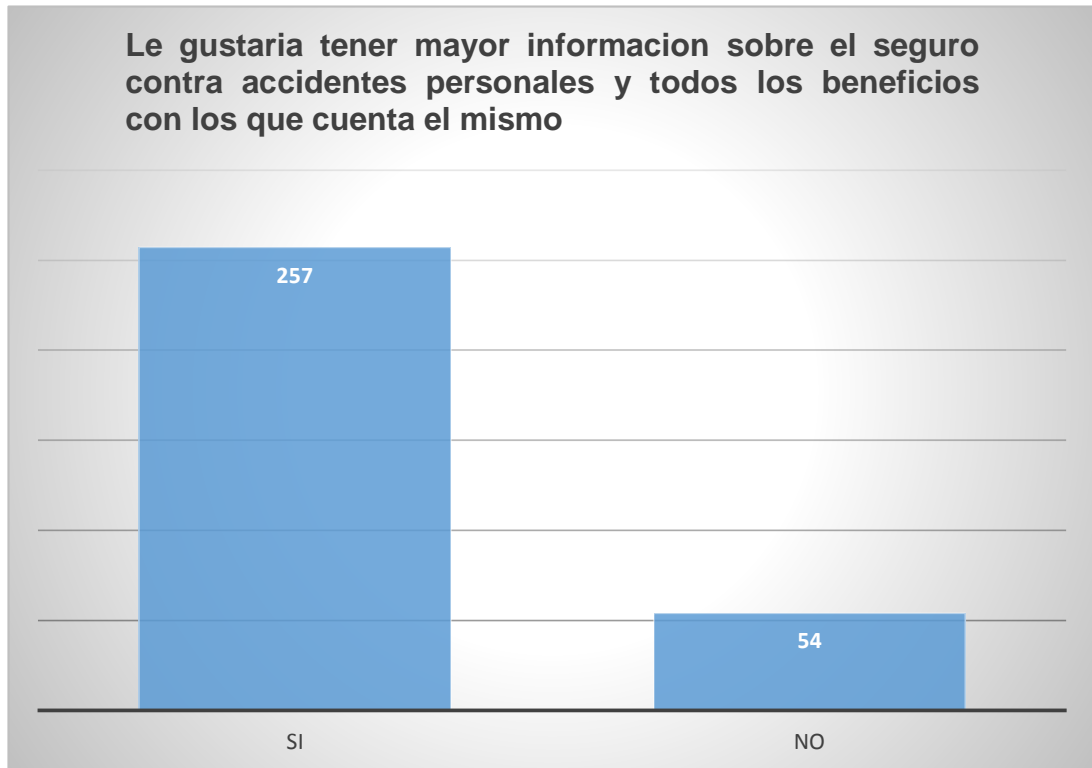
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 23



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 24



Fuente: Elaboración propia

De las 311 personas que no cuentan con un seguro contra accidentes personales, 257 les gustaría tener mayor información respecto al mismo y 54 personas no están interesadas.

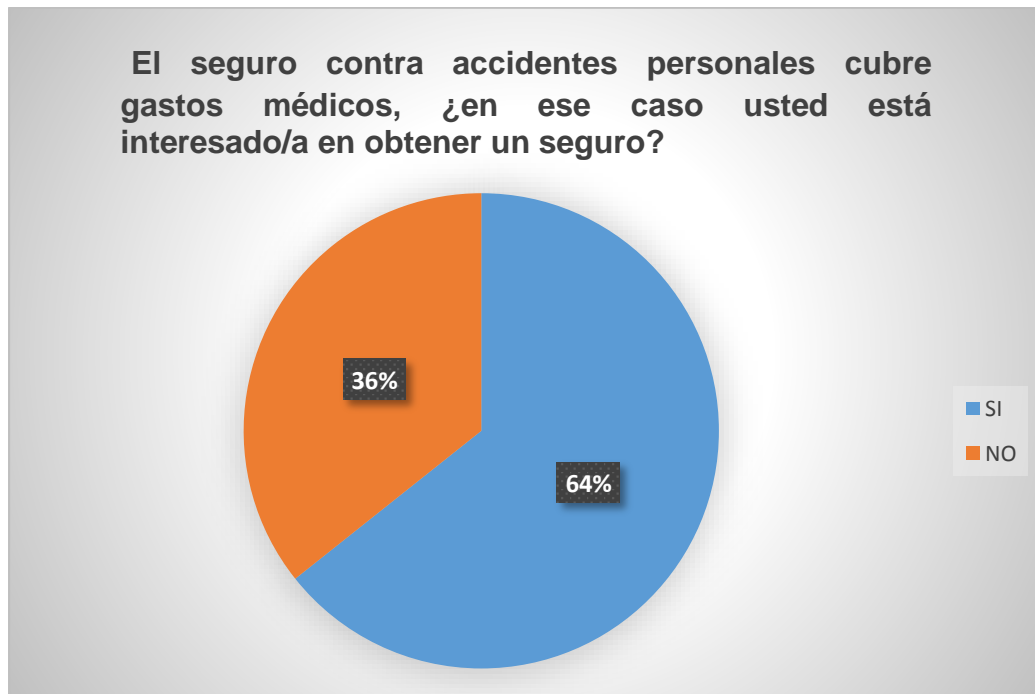
7.- El seguro contra accidentes personales cubre gastos médicos, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

Tabla N° 37

El seguro contra accidentes personales cubre gastos médicos, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?	Número de personas	Porcentaje
SI	200	64,3
NO	111	35,7
TOTAL	311	100,0

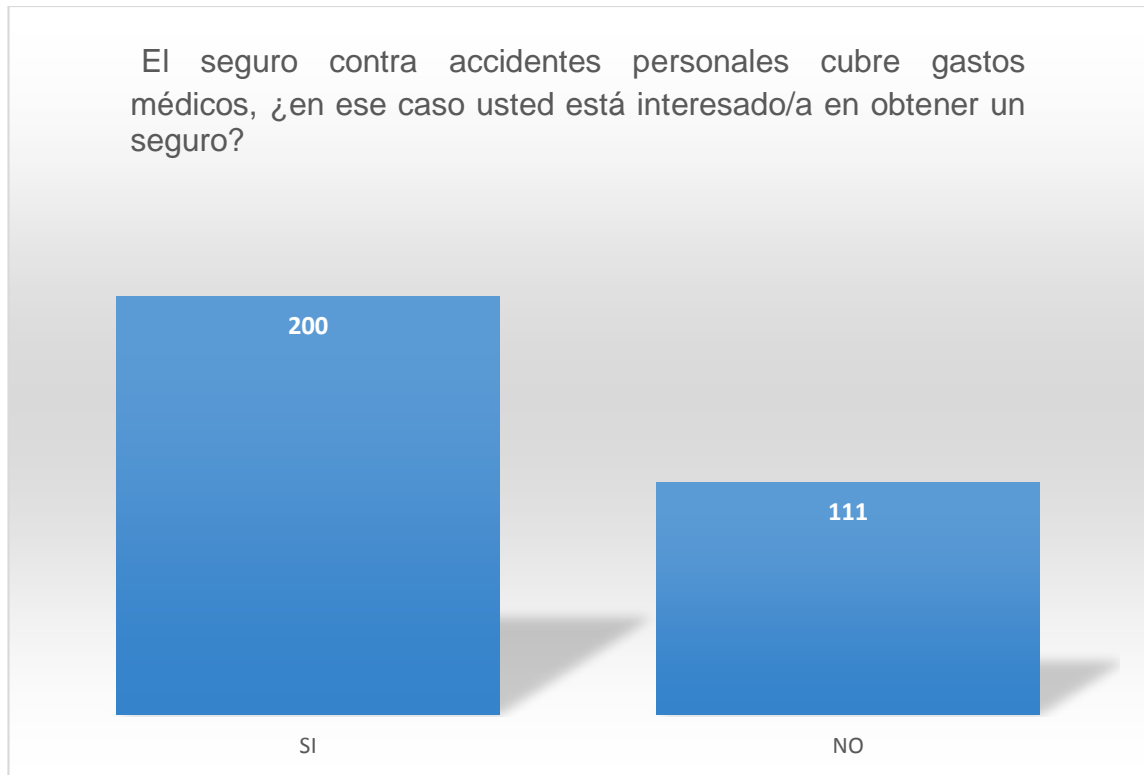
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 25



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 26



Fuente: Elaboración propia

200 personas interesadas en adquirir un contra accidentes personales para cubrir gastos médicos esto representa un 64% del total.

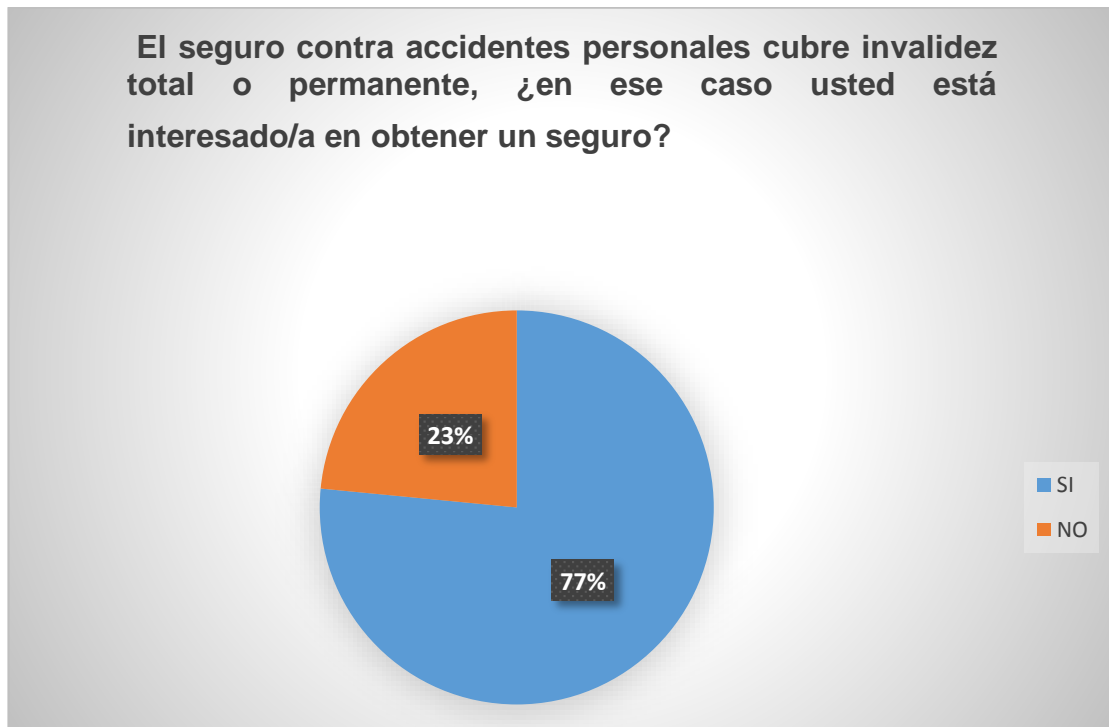
8.- El seguro contra accidentes personales cubre invalidez total o permanente, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

Tabla N° 38

El seguro contra accidentes personales cubre invalidez total o permanente, ¿en ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?	Número de personas	Porcentaje
SI	238	76,53%
NO	73	23,47%
Total	311	100,00%

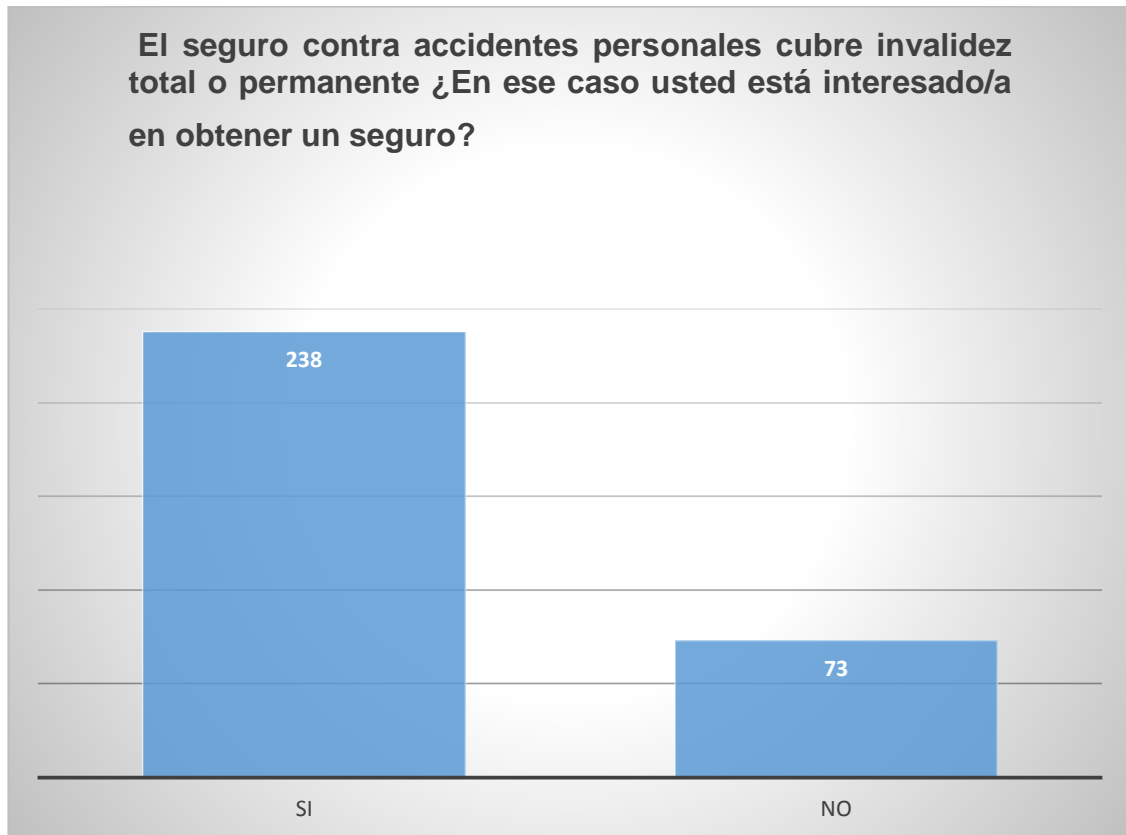
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 27



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 28



Fuente: Elaboración propia

De un total de 311 personas como el 100% se tiene a 238 personas interesadas en adquirir el seguro contra accidentes personales, razón principal invalidez esto representa un 77% del total.

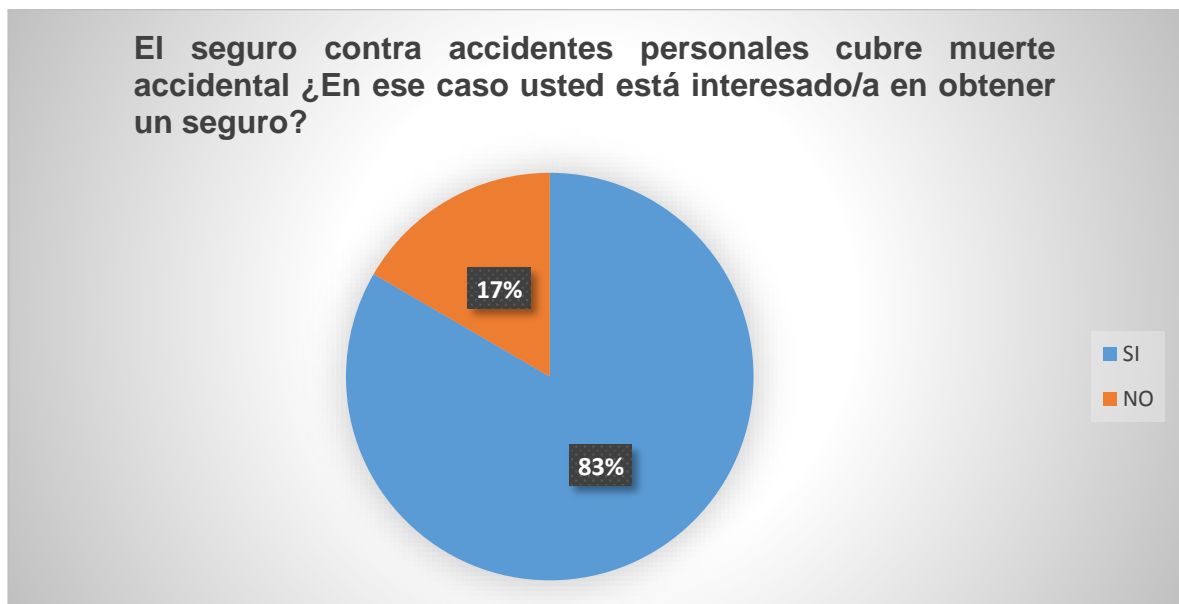
9.- El seguro contra accidentes personales cubre muerte accidental ¿En ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?

Tabla N° 39

El seguro contra accidentes personales cubre muerte accidental ¿En ese caso usted está interesado/a en obtener un seguro?	Número de personas	Porcentaje
SI	256	82,85%
NO	51	16,50%
Total	309	100,00%

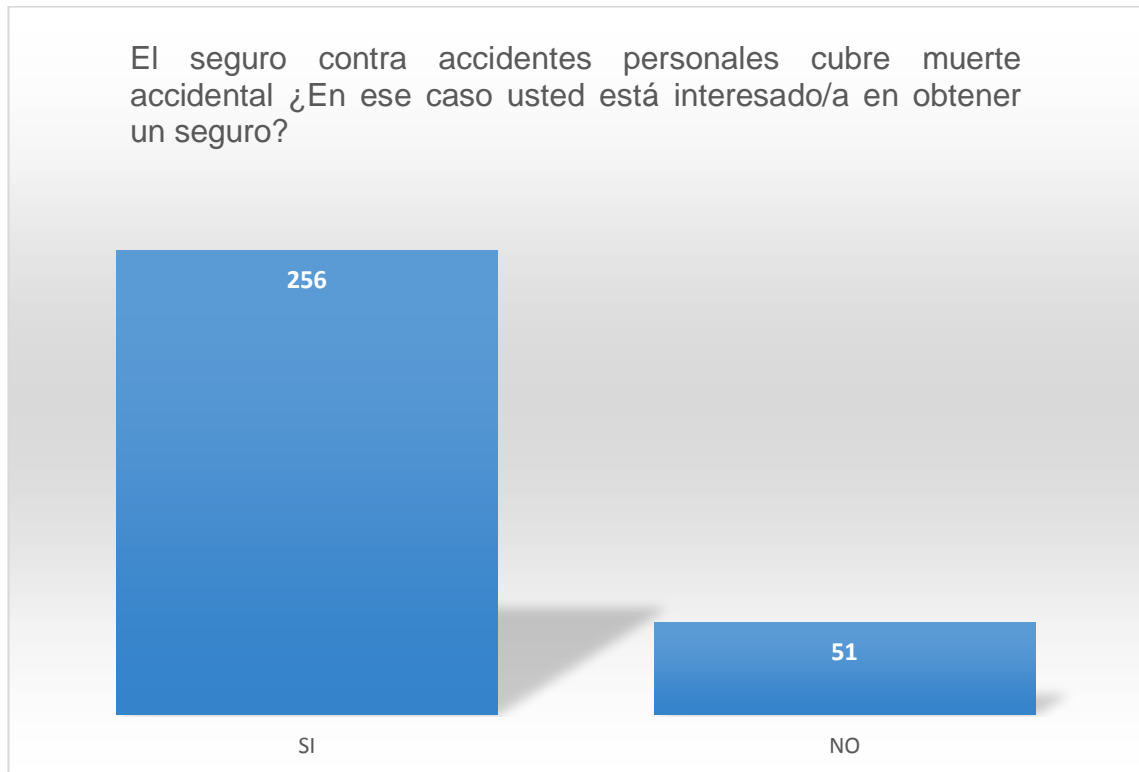
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 29



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 30



Fuente: Elaboración propia

De un total de 309 personas como el 100% se tiene a 256 personas interesadas en adquirir el seguro contra accidentes personales, razón principal muerte accidental esto representa un 83% del total.

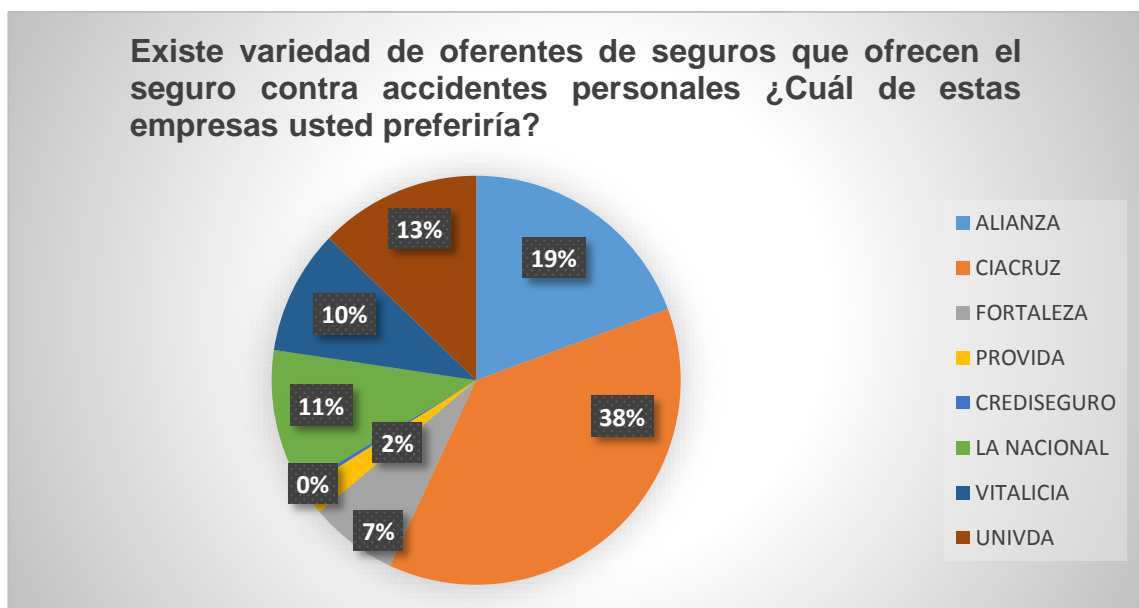
10.- Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría?

Tabla Nº 40

Existe variedad de oferentes de seguros que ofrecen el seguro contra accidentes personales ¿Cuál de estas empresas usted preferiría?	Número de personas	Porcentaje
ALIANZA	53	19,34%
CIACRUZ	103	37,59%
FORTALEZA	19	6,93%
PROVIDA	6	2,19%
CREDISEGURO	1	0,36%
LA NACIONAL	30	10,95%
VITALICIA	27	9,85%
UNIVDA	35	12,77%
TOTAL	274	100,00%

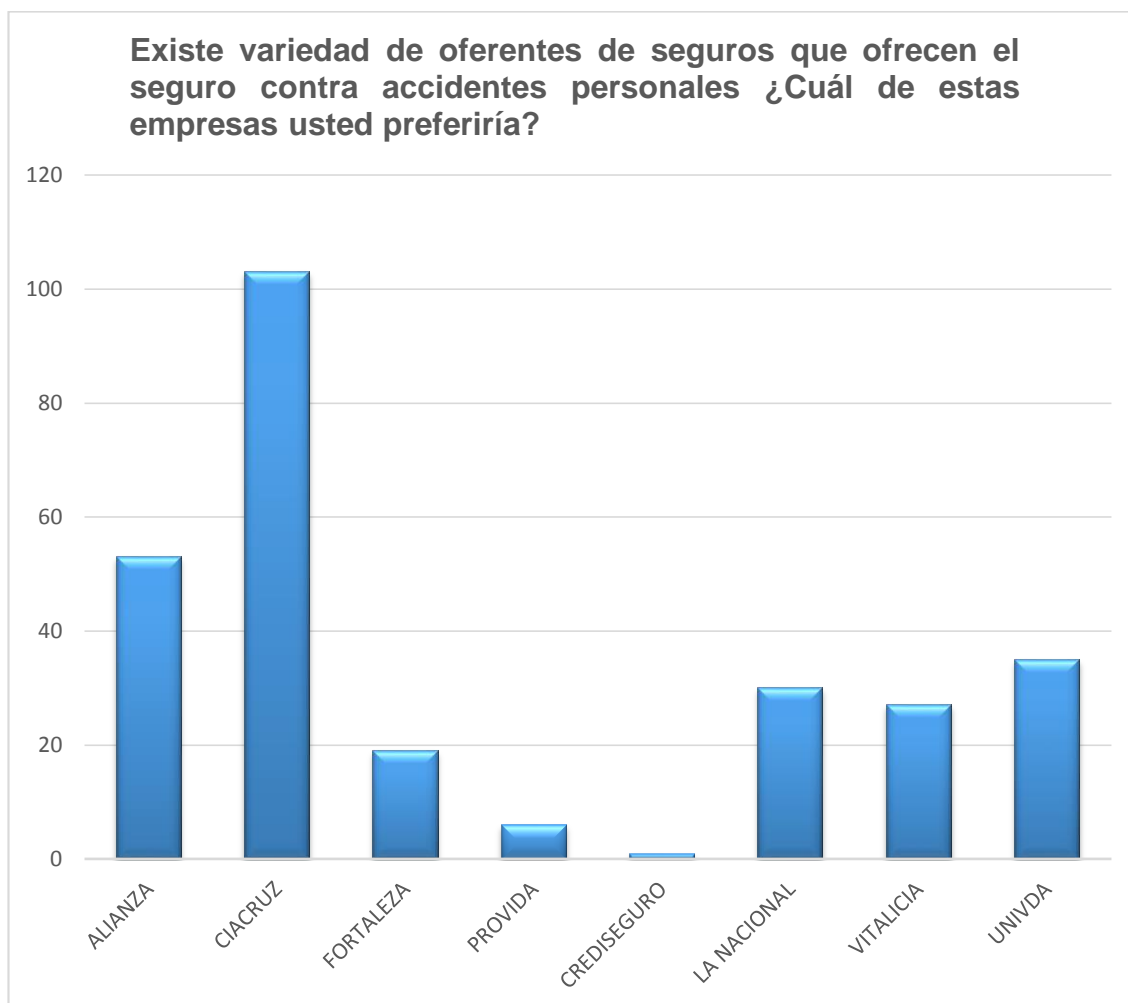
Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 31



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 32



Fuente: Elaboración propia

Las personas que un futuro llegarían adquirir un seguro contra accidentes personales son 274, las 3 aseguradoras con preferencia respectivamente son Ciacruz, Alianza y Univida.

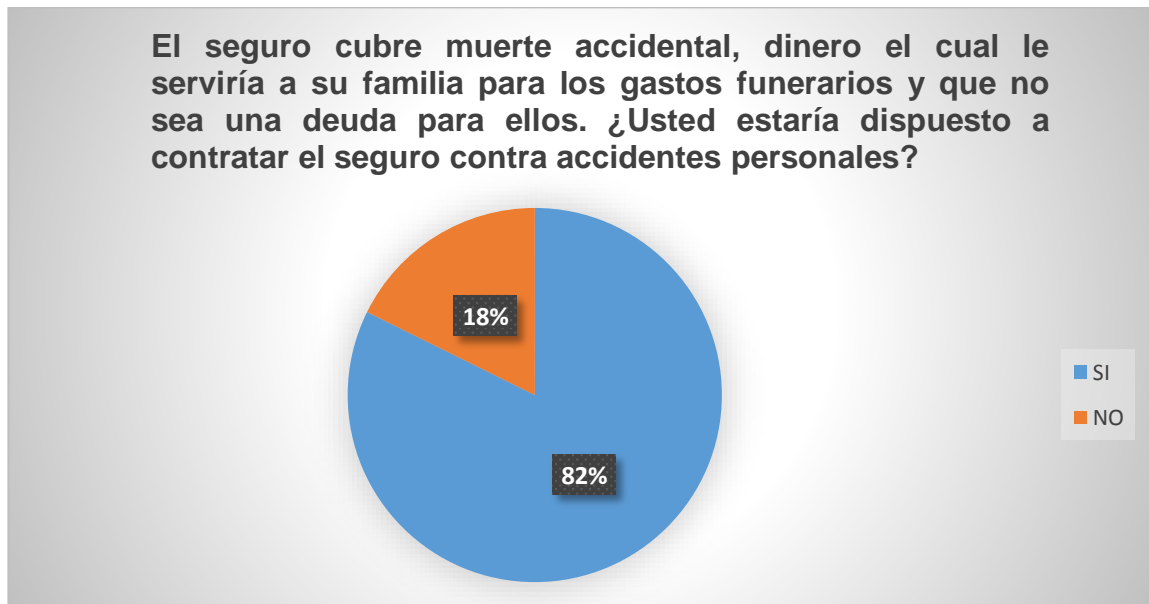
11.- El seguro cubre muerte accidental, dinero el cual le serviría a su familia para los gastos funerarios y que no sea una deuda para ellos. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el seguro contra accidentes personales?

Tabla N° 41

El seguro cubre muerte accidental, dinero el cual le serviría a su familia para los gastos funerarios y que no sea una deuda para ellos. ¿Usted estaría dispuesto a contratar el seguro contra accidentes personales?	Número de personas	Porcentaje
SI	256	82,32%
NO	55	17,68%
Total	311	100,00%

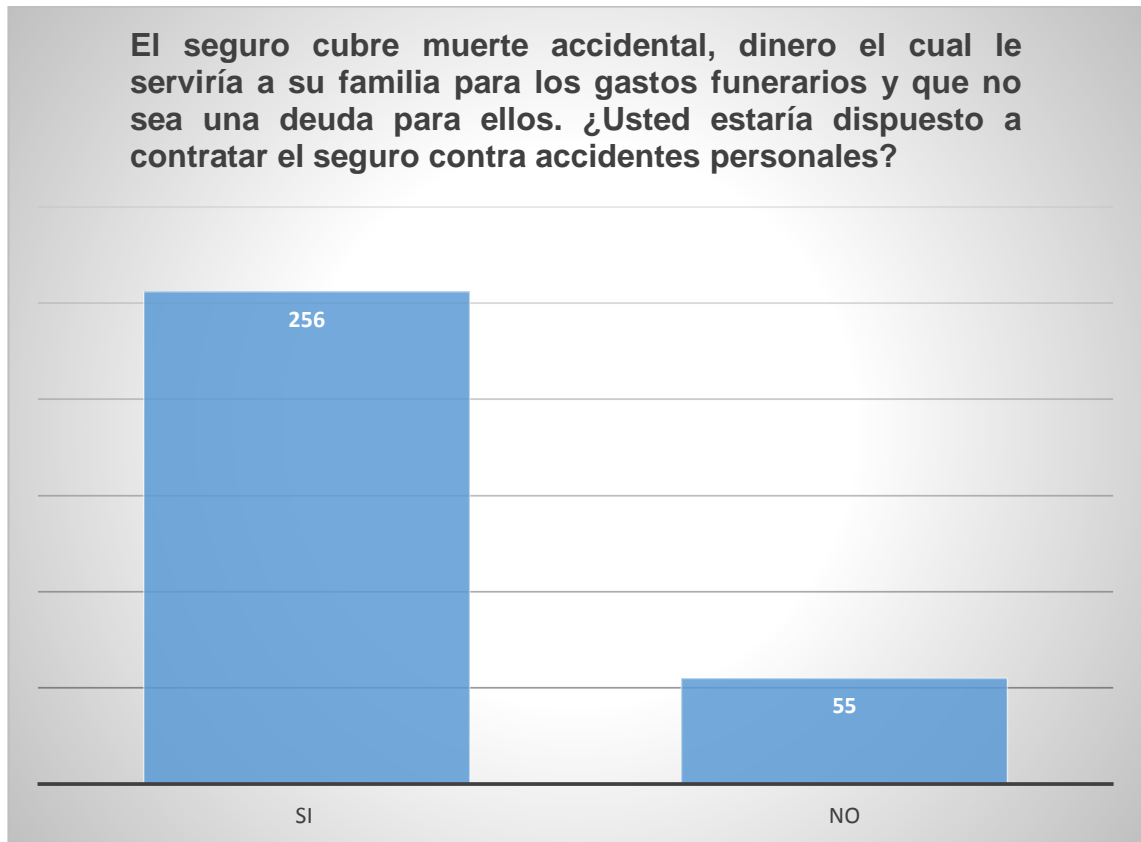
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 33



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 34



Fuente: Elaboración propia

De 311 personas encuestadas, 256 están dispuestas a adquirir un seguro contra accidentes personales para cubrir muerte accidental.

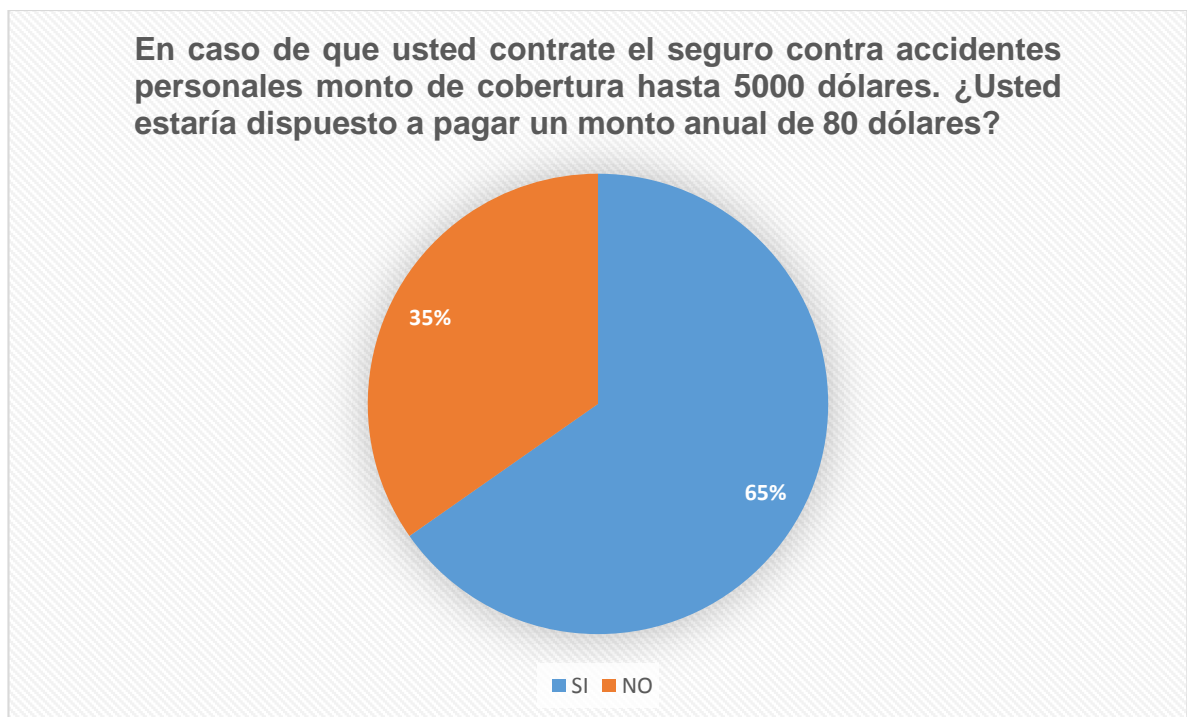
12.- En caso de que usted contrate el seguro contra accidentes personales monto de cobertura hasta 5000 dólares. ¿Usted estaría dispuesto a pagar un monto anual de 80 dólares?

Tabla N° 42

En caso de que usted contrate el seguro contra accidentes personales monto de cobertura hasta 5000 dólares. ¿Usted estaría dispuesto a pagar un monto anual de 80 dólares?	Número de personas	Porcentaje
SI	203	65,27%
NO	108	34,73%
Total	311	100,00%

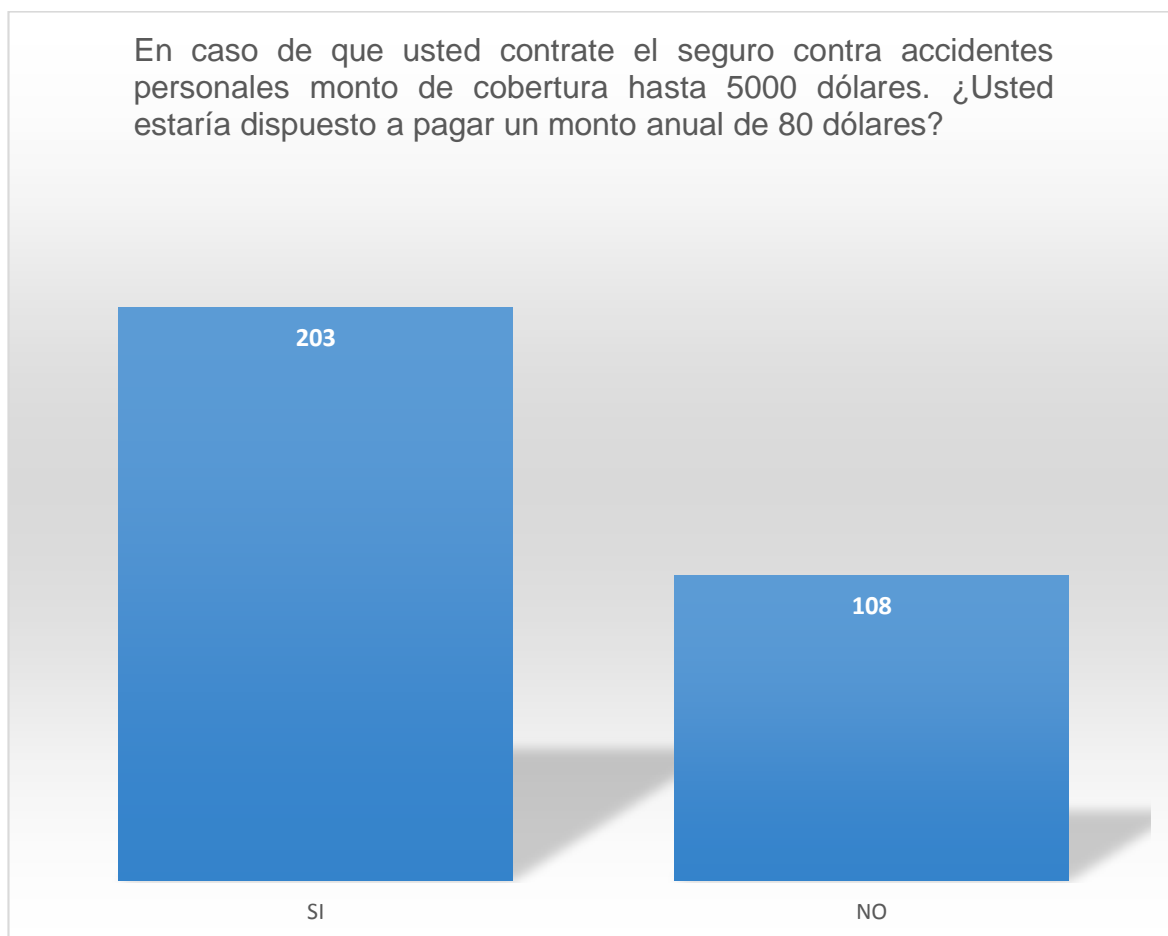
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 35



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 36



Fuente: Elaboración propia

De 311 personas encuestadas que no cuentan con un seguro contra accidentes personales, 203 están interesadas en adquirir el seguro esto representa un 65% del total.



Anexo N° 5

Entrevista

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA:
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población?
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes?
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales?
4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos?

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

Anexo N° 6

Respuesta Entrevista

Aseguradora Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA: Alianza compañía de seguros y reaseguros S.A.
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población? <ul style="list-style-type: none">• Seguro automotor• Seguro de salud• Seguro de desgravamen
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes? <ul style="list-style-type: none">• Radio• Televisión• Redes Sociales
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales? Modo de venta: puerta a puerta Venta del seguro por unidad y venta corporativa (instituciones, empresas, colegios)
4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos? Añadiendo testimonios reales en la publicidad de personas que cobraron el seguro

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

Los seguros contra accidentes personales representan 8% del total de la cartera, es decir que influenciaría si la adquisición mejora pero debemos considerar que el seguro estrella es el seguro automotor

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

- Edad
- Profesión
- Valor asegurado

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

- Mayor riesgo: obreros, albañiles
- Menor riesgo: oficinistas

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

- Declaración jurada
- Carnet de identidad

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

- Personal de fábricas
- personal de constructoras
- Instituciones educativas

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

Se tiene una tasa referente del 2,5% a eso dependerá si es adquirido de forma masiva o personal, también influye edad y ocupación

Anexo N° 7

Respuesta Entrevista

Aseguradora La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA: La Boliviana Ciacruz de seguros y reaseguros S.A.
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población? <ul style="list-style-type: none">• Seguro automotor• Seguro contra accidentes personales• Seguro multiriesgo
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes? Sponsor en distintos deportes (ejemplo auspician al team Nosiglia) Redes Sociales (de forma masiva) Campañas (Feria Fipaz) Atención personalizada (puerta a puerta)
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales? <ul style="list-style-type: none">• En oficinas de la ciacruz• Agentes que visitan domicilios, empresas• Brokers intermediarios entre aseguradora y cliente
4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos? Si hizo con anterioridad pero los resultados no fueron los esperados en la proyección, aún estamos diseñando nuevas alternativas para dar a conocer el seguro y que sus resultados sean los esperados

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

El seguro contra accidentes personales a pesar de estar en segundo lugar como seguro adquirido no está entre los más influyentes en nuestra cartera ya que monto total de prima no se iguala a los seguros generales que son los que generan mayores ingresos

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

- Edad
- Valor asegurado
- Riesgo moderado bajo (R1 O R2)
- Venta de forma masiva (ejemplo empresas)
-

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

- Mayor riesgo: obreros, personal de producción, técnicos. (R3 Y R4)
- Menor riesgo: oficinistas, estudiantes (R1 Y R4)

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

- Carnet de identidad
- Formulario de accidentes personales
- Formulario de datos personales
-

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

Empresas de diferentes rubros (Entel, Coca Cola, Paceaña, constructoras
Instituciones educativas

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

Base histórica sobre la siniestralidad del seguro (Ejemplo si la prima total de un año anterior llego a cubrir los siniestros y a su vez genero ganancia, dado el caso el monto de referente de la prima no cambia)

Ejemplo de una tasa referente 1000 dólares monto asegurado por muerte accidental prima 50 dólares, la tasa referente es 1,5% del total del monto asegurado, esto varia depende de la edad y ocupación de la persona

Anexo N° 8

Respuesta Entrevista

Aseguradora Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA: Compañía de seguros y reaseguros FORTALEZA S.A.
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población? <ul style="list-style-type: none">• Seguro automotor• Seguro cauciones• Seguro contra accidentes personales
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes? <ul style="list-style-type: none">• Redes Sociales• Campañas
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales? <ul style="list-style-type: none">• Por medio de brokers• Venta corporativa 4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos? Si los brokers captan mayor cantidad de clientes
GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA
5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué? <ul style="list-style-type: none">• Su valor no es muy representativo en la cartera• Seguro de cauciones tiene Millones en cartera.

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

Personas mayores de 18 años y menores de 65 años

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

- Mayor riesgo: Individuales
- Menor riesgo: Corporativos

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

- Carnet de identidad
- Formulario de persona natural

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

- Personal de fábricas
- Empresas de seguridad
- Colegios, universidades

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

Tasa referente 2,5%, esta tasa dependerá de otros factores como edad y riesgo de muerte de la persona

Anexo N° 9

Respuesta Entrevista

Aseguradora Seguros PROVIDA S.A.

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA: Seguros PROVIDA S.A.
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población? <ul style="list-style-type: none">• Seguro de desgravamen• Seguro contra accidentes personales• Seguro de vida
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes? Comercialización personalizada
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales? <ul style="list-style-type: none">• De manera personal• Por referencias
4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos? Comercialización masiva en redes sociales ayudaría en su adquisición

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

Sería relevante si su comercialización y adquisición si fuese masiva

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

Ninguna

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

Mayor riesgo: Personas mayores

Menor riesgo: Personas menores

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

Ser mayor de edad

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

- Personal de constructoras
- Personal de extractivas
- Instituciones educativas

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

- Capital asegurado
- Edad
- Ocupación
- Tasa

Anexo N° 10

Respuesta Entrevista

Aseguradora Nacional seguros S.A.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA: Nacional seguros S.A.
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población? <ul style="list-style-type: none">• Seguro automotor• Seguro de salud• Seguro cauciones
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes? <ul style="list-style-type: none">• Radio• Campañas
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales? Agentes que dan a conocer los productos 4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos? Comercialización masiva sobre sus beneficios que ofrece ayudaría a su adquisición

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

Los seguros más influyentes en la cartera son automotor, salud cauciones. Es decir que no influiría en la cartera si los seguros contra accidentes personales aumentarían su adquisición.

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

- Mayor de edad
- Valor asegurado

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

- Mayor riesgo: Individuales
- Menor riesgo: Corporativos

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

Carnet de identidad

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

- Empresas de seguridad
- Personal de fábricas

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

Capital asegurado, si la adquisición del seguro es de forma masiva o personal, edad y ocupación

Anexo N° 11

Respuesta Entrevista

Aseguradora La vitalicia seguros y reaseguros S.A.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA: La vitalicia seguros y reaseguros S.A
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población? <ul style="list-style-type: none">• Seguro de vida• Seguro de salud• Seguro contra accidentes personales
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes? <ul style="list-style-type: none">• Comercialización personalizada• Radio
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales? Por referencias 4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos? Mejorando la publicidad

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

Representa un % bajo comparado a nuestro seguro estrella, pero con publicidad masiva mejoraría en la cartera.

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

- Edad
- Valor asegurado

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

- Mayor riesgo: Personal de constructoras
- Menor riesgo: oficinistas

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

- Carnet de identidad

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

- Personal de fábricas
- Personal de constructoras

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

Se cuenta con una base histórica, si la prima total del seguro llego a cubrir los siniestros de un año anterior, entonces se mantiene la tasa de referencia a la cual se añaden otros factores como ser edad y ocupación

Anexo N° 12

Respuesta Entrevista

Aseguradora UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



ENTREVISTA EMPRESA ASEGURADORA SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES
EMPRESA: UNIVIDA seguros y reaseguros personales S.A
CONOCIMIENTO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE
1.- ¿Cuáles son los 3 seguros más adquiridos por la población? Seguro automotor Seguro de salud Seguro contra accidentes personales
ESTRATEGIAS DE MERCADO
2.- ¿Qué estrategia de marketing utiliza la empresa para poder llegar a los clientes? <ul style="list-style-type: none">• Radio• Campañas• Redes Sociales
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SEGURO
3.- ¿Cómo se comercializa el seguro contra accidentes personales? <ul style="list-style-type: none">• Por medio de brokers 4.- Manejando un caso hipotético de mejorar o ampliar la comunicación sobre la información de los seguros y sus diferentes beneficios, ¿Cree que mejoraría la adquisición de los mismos? <ul style="list-style-type: none">• testimonios reales en la publicidad

GRADO DE IMPORTANCIA DEL SEGURO CONTRA ACCIDENTES PERSONALES EN LA CARTERA DE CADA ASEGURADORA

5.- Seguro contra accidentes personales, en términos monetarios si aumentaría su adquisición ¿Sería relevante en la cartera de la empresa? ¿Por qué?

Sería relevante ya que nuestro seguro contra accidentes personales es solicitado ya sea de forma corporativa o individual

PERFIL DE CLIENTE

6.- ¿Que parámetros se considera para que una persona pueda ser cliente de su empresa?

- Mayor de edad

7.- ¿Qué clientes se consideran de mayor y menor riesgo? y ¿Por qué?

- Mayor riesgo: Personas mayores
- Menor riesgo: Personas menores

8.- ¿Cuáles son los requisitos para que una persona pueda acceder a este seguro?

- Carnet de identidad

9.- ¿Qué tipo de clientes son los que adquieren este seguro?

- Instituciones educativas

FACTORES QUE INFLUYEN PARA DETERMINAR EL MONTO DE LA PRIMA

10.- ¿Cómo se determina y que factores se analizan para el cálculo de la prima?

- Tasa referente
- Edad
- Ocupación

Anexo N° 13

Carta recepcionada para realizar la entrevista

Anexo N° 14

Carta recepcionada para realizar la entrevista

Anexo N° 15

Carta recepcionada para realizar la entrevista

Anexo N° 16

Carta recepcionada para realizar la entrevista

Anexo N° 17

Carta recepcionada para realizar la entrevista

Anexo N° 18

Carta recepcionada para realizar la entrevista

Anexo N° 19

Carta recepcionada para realizar la entrevista