

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESA



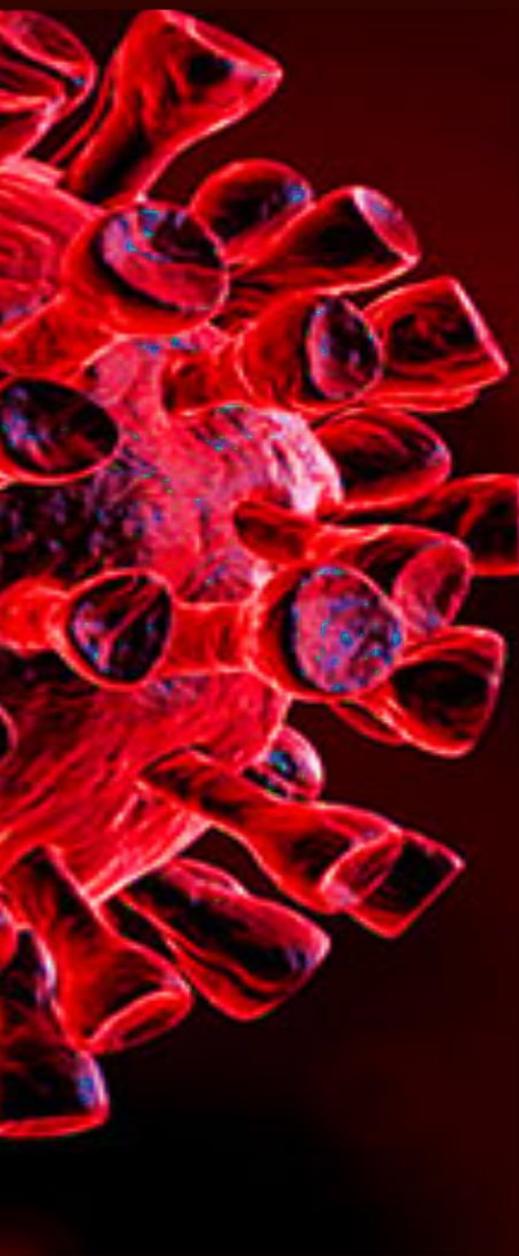
UN ESTUDIO ACERCA DE LOS FACTORES QUE
INFLUYEN EN ADQUIRIR O NO UN SEGURO DE VIDA
COVID-19 EN LA CRISIS SANITARIA

ARTÍCULO CIENTÍFICO PARA OPTAR A LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y GERENCIA FINANCIERA

PRESENTADO POR: CAÑAVIRI MAMANI LUIS FERNANDO
BAJO LA TUTORÍA DE LA MSc. GUADALUPE VIRGINIA RIERA
CLAURE

LA PAZ – BOLIVIA

2021



FACTORES QUE INFLUYEN EN
ADQUIRIR O NO UN SEGURO DE VIDA
"COVID-19" EN LA CRISIS
SANITARIA

**FACTORES QUE INFLUYEN EN ADQUIRIR O NO UN SEGURO DE VIDA
“COVID-19” EN LA CRISIS SANITARIA**

*THE FACTORS THAT INFLUENCE THE ACQUISITION OF A “COVID-19” LIFE
INSURANCE IN THE HEALTH CRISIS*

Luis Fernando Cañaviri Mamani
Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Ciencias Económicas y Financieras
Administración de Empresas
Luisitofer3@gmail.com

RESUMEN

El presente artículo científico es una investigación que aborda la temática del comportamiento del consumidor en la compra o no de una póliza de seguro de vida “Covid-19” por parte de los ciudadanos del municipio de La Paz. Tras establecer la metodología de investigación, se realizó el estudio de campo que consistió en la aplicación de una encuesta que tuvo por objetivo identificar qué factores influyen en la adquisición o no de estos seguros de vida “Covid-19” que fueron creados por las diferentes compañías Aseguradoras de vida de nuestro país. De acuerdo a la fórmula estadística de la muestra finita, se han realizado 384 encuestas en noviembre de 2020. Los resultados concluyeron que los factores personales, sociales y de motivación influyeron bastante para que las personas compren o no estos productos que ayudan a mitigar económicamente el riesgo que se presenta al contraer el Covid-19 en las distintas actividades laborales que desempeñan los ciudadanos paceños, además se evidenció que el factor de percepción es determinante en esta pandemia para la decisión de compra de este seguro debido a que algunos consideran que este producto es innecesario, mientras en cambio para otras personas es considerado muy útil.

Palabras clave: <Seguro de vida>, <Pandemia>, <Comportamiento del consumidor>.

ABSTRACT

This scientific article is an investigation that addresses the issue of consumer behavior in the purchase or not of a life insurance policy "Covid-19" by the citizens of the municipality of La Paz. After establishing the structure and research methodology, the field study was carried out,

which consisted in the application of a survey that aimed to identify what factors influence the acquisition or not of these life insurance "Covid-19" that were created by the different life insurance companies in our country. According to the statistical formula of the finite sample, 384 surveys were carried out in November 2020. The results concluded that personal, social and motivational factors had a considerable influence on whether or not people buy these products that help to economically mitigate the risk that occurs when contracting Covid-19 in the different work activities carried out by La Paz, it was also evidenced that the perception factor is decisive in this pandemic for the decision to buy this insurance because some consider that this product is unnecessary and on the other hand for other people they consider them very useful.

Keywords: <Life insurance>, <Pandemic>, <Consumer behavior>.

INTRODUCCIÓN

El ser humano no tiene la costumbre de prevención en relación a los factores de riesgos que pueden acortar la vida del mismo durante la realización de su trabajo. En el caso de los seguros de vida que son instrumentos que pueden ser implementados para atenuar factores que en su gran mayoría con llevan a la incertidumbre de ingresos futuros, estos tienen como finalidad garantizar la protección, en caso de fallecimiento o invalidez, asignando beneficios al momento de contratación, siendo la cobertura total o parte de siniestro e involucrando factores tales como; el asegurador, siniestro, el asegurado, el beneficiario, la prima y la indemnización (Morales, 2015)¹. Desde que se detectó el primero caso del nuevo coronavirus, en nuestro país se estableció la cuarentena rígida para frenar la propagación de este virus en la población, interrumpiendo las actividades laborales de los sectores públicos y privados. Las normas establecidas obligaron a los trabajadores a desempeñar sus actividades laborales con las medidas de bioseguridad, pero con el riesgo de contraer esta enfermedad. Al igual que en otros sectores, el sector asegurador de nuestro país ha empezado a responder a las nuevas exigencias de la demanda, lo que ha estimulado a las empresas aseguradoras a poner productos innovadores en el mercado para esta pandemia. El primer seguro específico para el “Covid-19” fue lanzado en mayo durante la cuarentena rígida por la compañía aseguradora Nacional Seguros Vida y Salud

¹ (Morales, 2015)

S.A. con el objetivo de ayudar a las familias bolivianas a mitigar los riesgos al contraer el Covid-19 (PaginaSiete, 2020)², posteriormente otras aseguradoras adecuaron sus productos para esta pandemia. De acuerdo al Jefe Regional de Ventas de Nacional Seguros Vida y Salud la población paceña tuvo una magnífica respuesta en algunos sectores sociales respecto a estos nuevos productos de seguro, pese a que la prima anual es reducida y accesible económicamente. En este sentido, lo que se pretende con esta investigación es analizar los factores determinantes en la decisión de compra de un seguro de vida específico para el Covid-19 en esta pandemia.

A pesar que la cifra de infectados bajara constantemente el Ministerio de Salud no descarta que exista un segundo brote para el primer semestre del año 2021 como sucede actualmente en los demás países, algunas instituciones tomaron sus previsiones para los próximos meses como ser; la Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) con la Cooperación Suiza en Bolivia (COSUDE) asegurando a 19.000 gremiales beneficiarios, que equivale al 60% de este sector; además de otros 5.000 trabajadores municipales, de entre 18 y 74 años en ambos grupos (Noticias, 2020). Por otra parte, muchas personas tomaron otras alternativas para disminuir el riesgo de contraer esta enfermedad o sufrir complicaciones como ser; compra de medicamentos, insumos de bioseguridad e incluso atenciones personalizadas por enfermeras y médicos. Otra de las medidas que los paceños hubieran tomado, es la contratación de un seguro de vida “Covid-19”; sin embargo, ¿Por qué no contratan estos seguros en esta pandemia?

Para comprender los factores que influyen en la decisión de los paceños para comprar o no una póliza de seguro de vida “Covid-19”, es importante conocer los “determinantes de la demanda”. Para tal entendido, se ha recurrido a autores como (Kotler, 2003) y (Schiffman, 2010), que plantean diversas teorías, indicando que los factores que influyen en la decisión de compra del consumidor son: a) las fuerzas sociales y de grupo, refiriéndose a la cultura y subcultura, idea apoyada por (Kotler, 2003); b) fuerzas psicológicas, refiriéndose a la motivación, percepción, y aprendizaje, muy parecido a lo que (Stanton, 2007) llaman factores psicólogos; y c) factores situacionales, es decir cuando, donde y por qué compran. Esta idea es reforzada por (Schiffman, 2010) quien además de estos factores indica que se debe considerar una fase de salida, refiriéndose al comportamiento posterior a la decisión en la que el consumidor evalúa al producto mientras lo usa, siendo esto definitivo para la “adquisición de un producto”. ¿Qué

² (PaginaSiete, 2020)

factores influyen en la decisión de contratación de estos seguros de vida “Covid-19”, en los ciudadanos del municipio de La Paz?

OBJETIVO GENERAL

- Identificar los factores que influyen en adquirir o no de un seguro de vida “Covid-19” en la crisis sanitaria en la población de la ciudad de La Paz.

OBJETIVO ESPECIFICO

1. Determinar cuáles son los factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en la decisión de comprar o no un seguro de vida “Covid-19”.
2. Conocer el grado de importancia que le asigna la persona a invertir en una póliza de seguro covid-19.
3. Conocer el grado de aceptación de póliza de seguros de vida “covid-19” en la población de la ciudad La Paz.
4. Identificar las estrategias de comercialización de la compañía aseguradora de la póliza de seguro de vida “Covid-19”.

METODOLÓGIA

El desarrollo de la investigación se apoyó en el método científico con un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, debido a que un estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice y describe tendencias de un grupo o población (Hernandez Sampieri, 2014). De acuerdo a la aplicación de la fórmula estadística de la muestra finita se obtuvo una muestra de 384 ciudadanos del Municipio de La Paz, quienes fueron encuestados (Ver Anexo 1).

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información fueron la encuesta y la entrevista digital por medio de Google Form dirigida a los ciudadanos paceños, y la compañía aseguradora, la cual fue adaptada a las necesidades de la presente investigación respondiendo a los objetivos planteados (Ver Anexo 2). La encuesta fue estructurada y debidamente validada a través de una prueba piloto para realizar algunos ajustes a la misma. Consiste en un listado de preguntas de opción múltiple, dicotómicas y la escala de Likert, abordando los aspectos teóricos planteados por (Stanton, 2007) sobre el comportamiento del consumidor. A los ciudadanos paceños, se los clasifiqué en diferentes grupos:

- Ciudadanos que conocen y tienen esta póliza de seguro de vida “Covid-19”.
- Ciudadanos que conocen y no tienen esta póliza de seguro de vida “Covid-19”.
- Ciudadanos que no conocen sobre esta póliza de seguro de vida “Covid-19”.

El criterio de inclusión fue a todos los ciudadanos de los diferentes sectores sociales entre las edades de 21 a 59 años, que desempeñen actividades laborales. Los datos fueron recolectados entre la primera y segunda semana del mes de noviembre, específicamente del 3 al 14 de noviembre, se realizó algunas encuestas presencialmente con todas las medidas de bioseguridad y otra vía online. Se utilizó las respuestas de forma confidencial y no se utilizó para ningún propósito distinto a la investigación, además también se realizó la protección de identidad de las participantes en esta investigación.

RESULTADOS

Se realizó la investigación en el Municipio de la ciudad de La Paz encuestando a 384 personas según la muestra explicada anteriormente. En esta sección se presentan los hallazgos del estudio.

DISTRIBUCION DE ENCUESTADOS

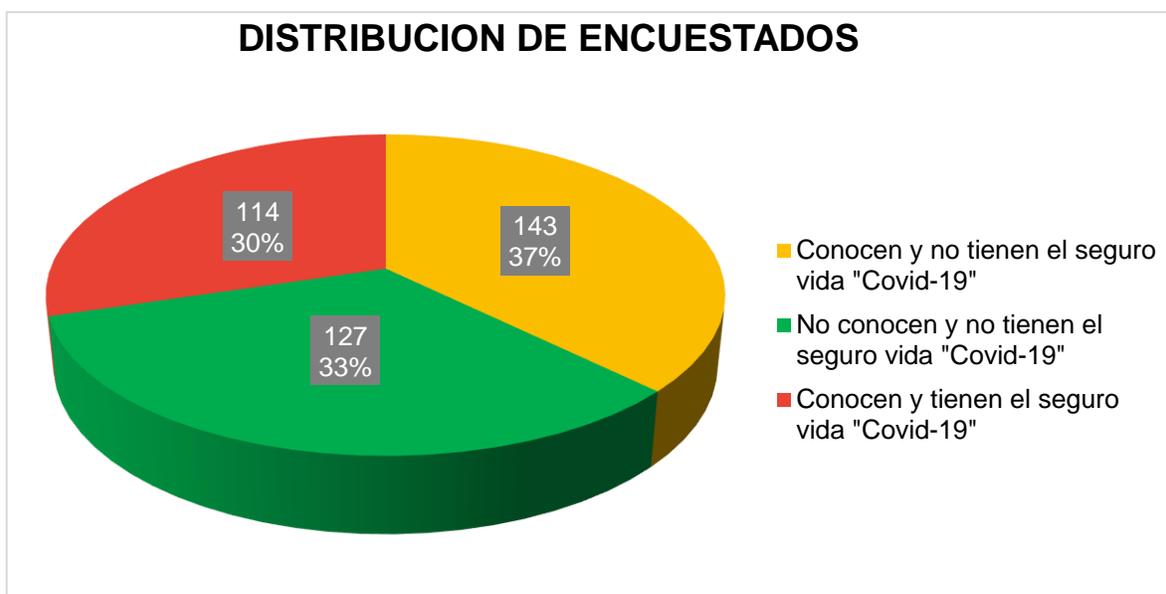
De acuerdo al Gráfico N° 1 se clasificaron tres tipos de encuestas para analizar los factores internos y externos que influyen en los diferentes tipos de consumidores. De las 384 personas encuestadas, el 37% indicaron conocer sobre el seguro de vida "Covid-19" pero no lo adquirieron, el 33% indicaron que no conocen sobre este seguro de vida "Covid-19" y el 30% indicaron que adquirieron este seguro de vida contra el "Covid-19" para reducir los riesgos al contraer este virus.

Tabla N° 1

	Frecuencia	Porcentaje
Conocen y no tienen el seguro vida "Covid-19"	143	37%
No conocen y no tienen el seguro vida "Covid-19"	127	33%
Conocen y tienen el seguro vida "Covid-19"	114	30%
Total	384	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada

Gráfico N° 1



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

GENERO DE LOS CIUDADANOS

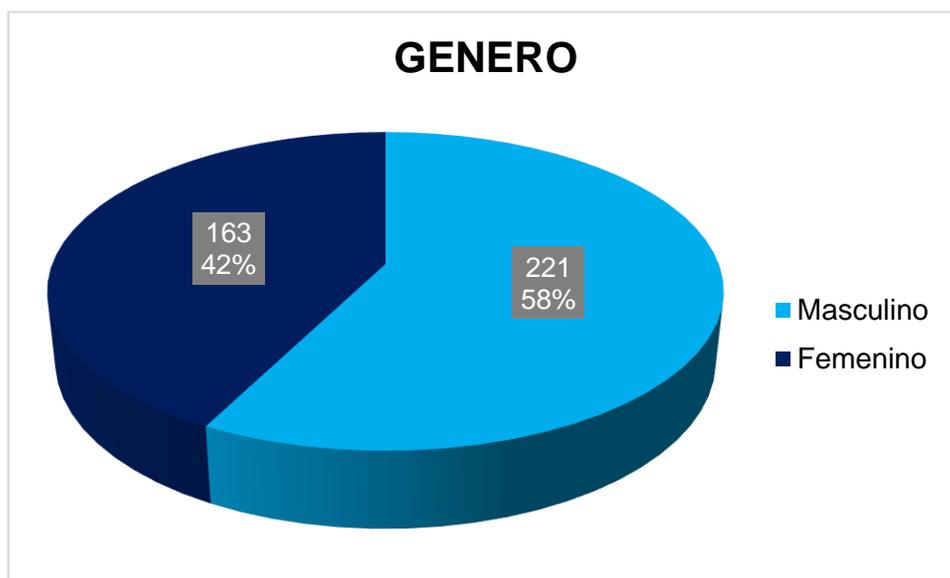
De acuerdo al Gráfico N° 2, el 58% del total de los encuestados son del género masculino obteniendo la mayor proporción y el 42% de los encuestados son del género femenino.

Tabla N° 2

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	221	58%
Femenino	163	42%
TOTAL	384	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada

Gráfico N° 2



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

CIUDADANOS QUE CONOCEN Y TIENEN EL SEGURO

GENERO DE LOS CIUDADANOS

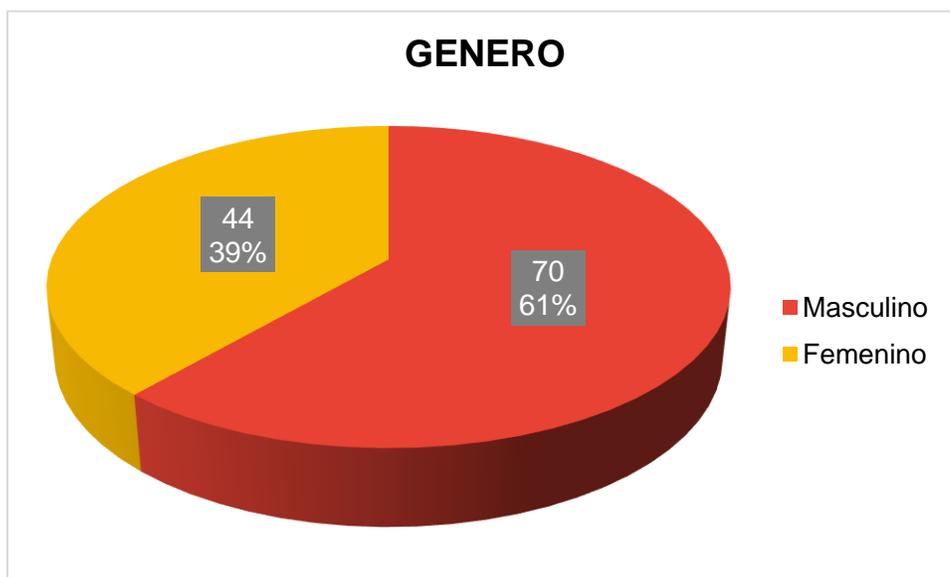
De acuerdo al Gráfico N° 3, de los ciudadanos que indicaron tener este seguro, el 61% son del género masculino y el 39% son del género femenino.

Tabla N° 3

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	70	61%
Femenino	44	39%
Total	114	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 3



FACTORES PERSONALES

EDAD DE LOS CIUDADANOS

De acuerdo al Gráfico N° 4, de los ciudadanos que indicaron tener este seguro, el 23% son de 45 a 49 años de edad dando como resultado la mayor participación entre la clasificación de encuestados, el 19% son 40 a 44 años de edad, 17% son de 30 a 34 años de edad, el 13% son de 25 a 29 años de edad, el 11% son de 35 a 39 años de edad, el 10% son de 50 a 54 años de edad, el 4% son de 55 a 59 años de edad y con la menor participación de los encuestados que tienen este seguro son los de 20 a 24 años de edad.

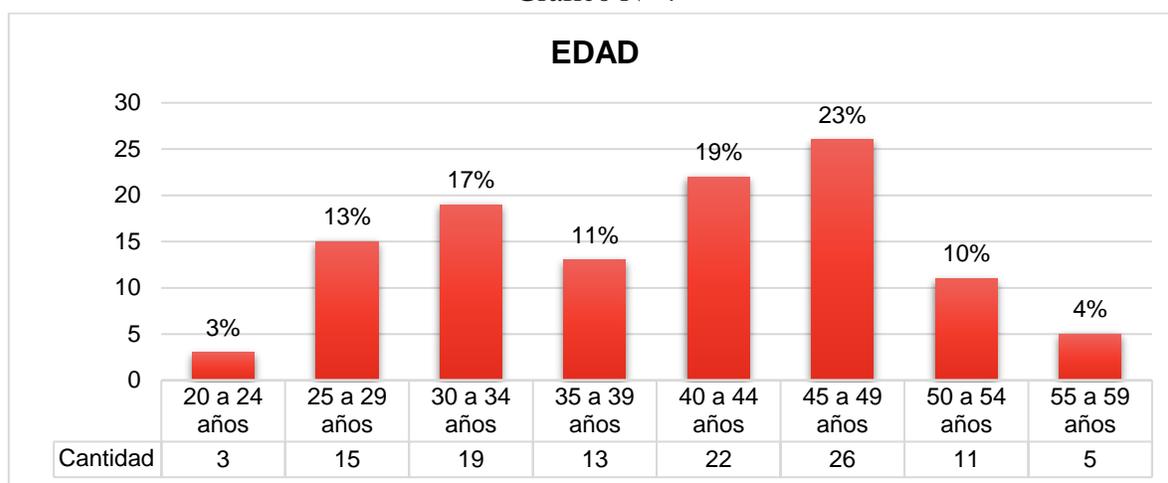
Tabla N° 4

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 24 años	3	3%
25 a 29 años	15	13%
30 a 34 años	19	17%

35 a 39 años	13	11%
40 a 44 años	22	19%
45 a 49 años	26	23%
50 a 54 años	11	10%
55 a 59 años	5	4%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Gráfico N° 4



ESTADO CIVIL DE LOS CIUDADANOS

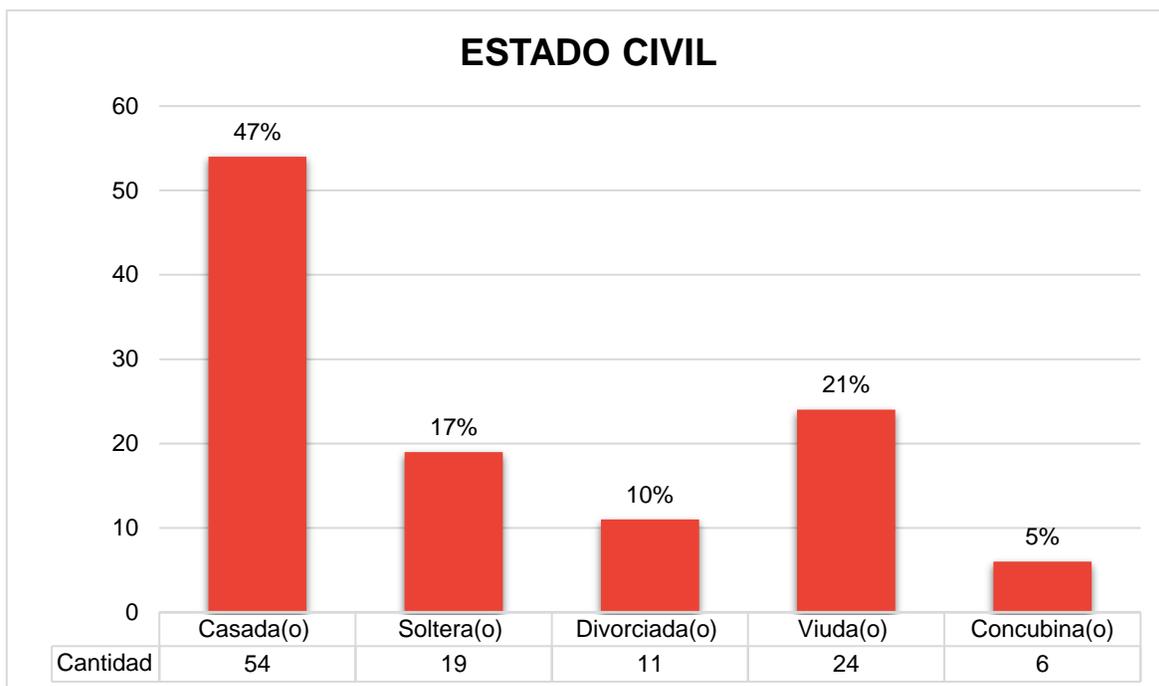
De acuerdo al Gráfico N° 5, se muestra que el 47% indicaron estar casados, el 21% de los encuestados indicaron ser viudos, el 17% de los encuestados indicaron estar solteros, el 10% de los encuestados indicaron estar divorciados y finalmente el 5% indicaron vivir en concubinato.

Tabla N° 5

	Frecuencia	Porcentaje
Casada(o)	54	47%
Soltera(o)	19	17%
Divorciada(o)	11	10%
Viuda(o)	24	21%
Concubina(o)	6	5%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Gráfico N° 5



NIVEL DE ESTUDIO DE LOS CIUDADANOS

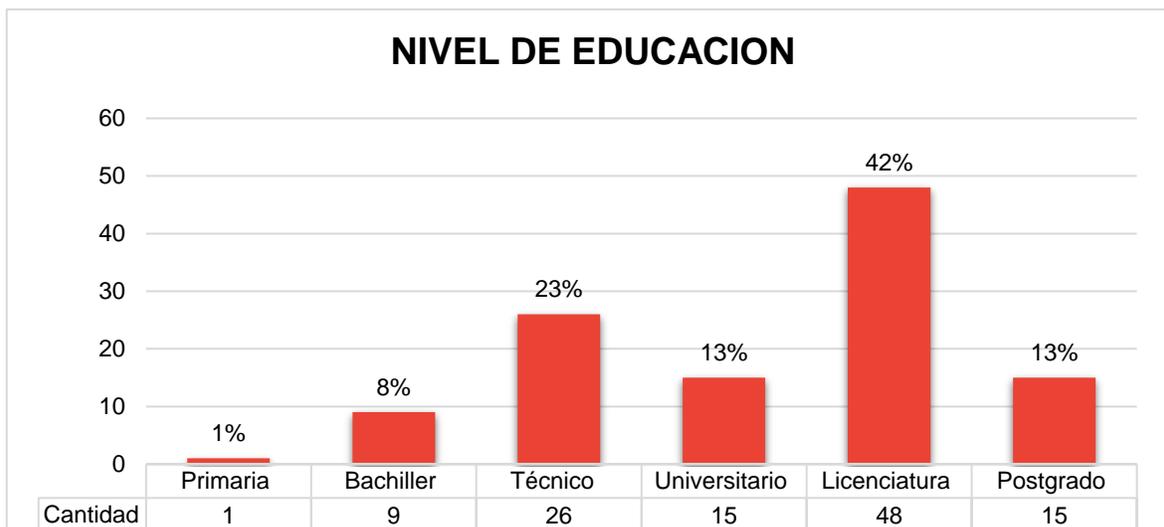
Dentro del Gráfico N° 6, se muestra que el 42% tiene una formación de licenciatura, el 23% tiene una formación de técnico, el 13% alcanzo hasta el nivel universitario y también otro 13% alcanzo al nivel de postgrado, el 8% alcanzo su nivel de estudio hasta el bachiller y el 1% logro alcanzar hasta primaria.

Tabla N° 6

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	1	1%
Bachiller	9	8%
Técnico	26	23%
Universitario	15	13%
Licenciatura	48	42%
Postgrado	15	13%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Gráfico N° 6



MACRO DISTRITO EN DONDE VIVE EL CIUDADANO

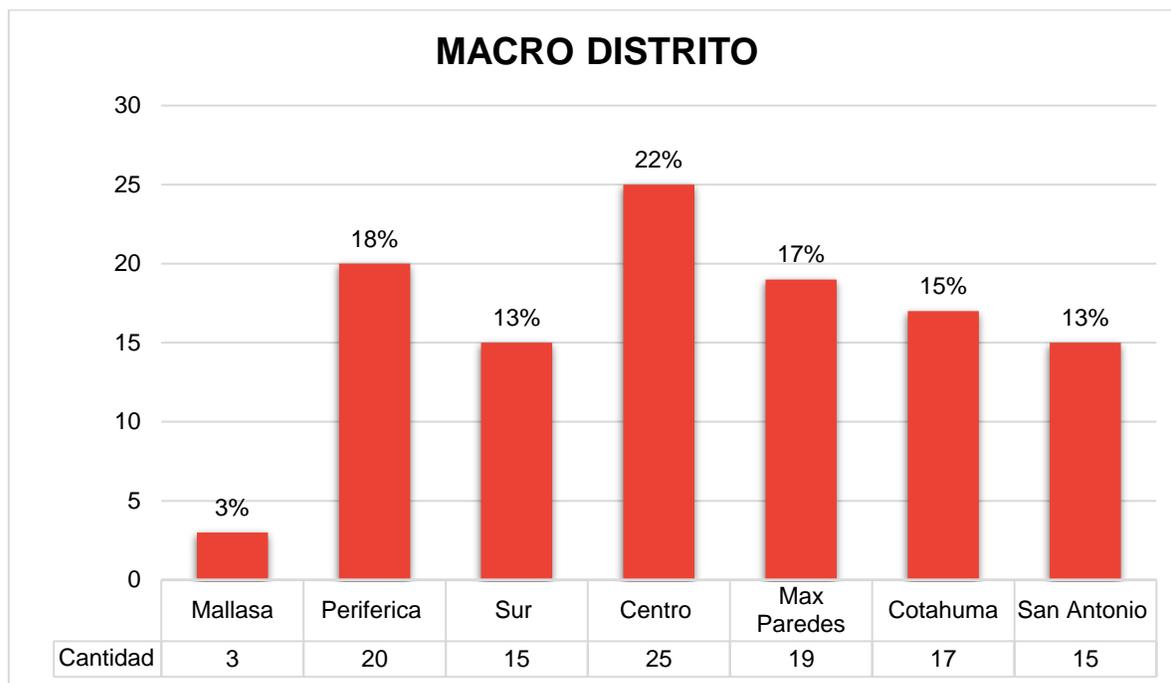
Dentro del Gráfico N° 7, se muestra que el 22% de los ciudadanos encuestados indicaron vivir en el macro distrito del Centro, el 18% indico que vive en el macro distrito de la Periférica, el 17% viven en el macro distrito de la Max Paredes, el 15% indico que vive en el macro distrito de Cotahuma, el 13% indico que vive en el macro distrito de San Antonio, seguido del otro 13% que vive en el macro distrito del Sur y finalmente el 3% indico que vive en el macro distrito de Mallasa.

Tabla N° 7

	Frecuencia	Porcentaje
Mallasa	3	3%
Periferica	20	18%
Sur	15	13%
Centro	25	22%
Max Paredes	19	17%
Cotahuma	17	15%
San Antonio	15	13%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 7



INGRESOS MENSUALES APROXIMADOS DEL CIUDADANO

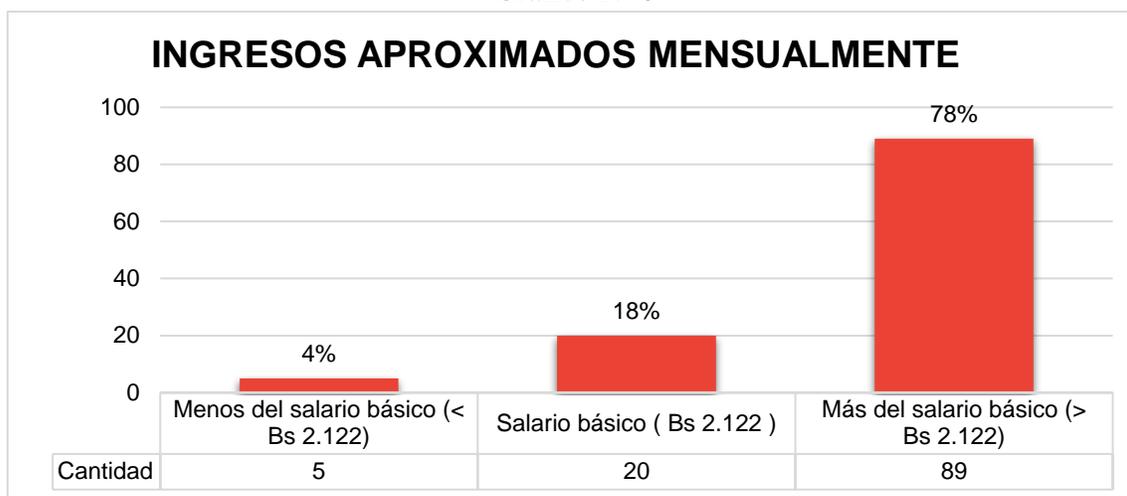
De acuerdo al Gráfico N° 8, el 78% indicaron que sus ingresos mensuales aproximados son más del salario básico, el 18% indico que sus ingresos mensuales aproximados son igual al salario básico y 4% indicaron que sus ingresos aproximados mensuales son menos del salario básico.

Tabla N° 8

	Frecuencia	Porcentaje
Menos del salario básico (< Bs 2.122)	5	4%
Salario básico (Bs 2.122)	20	18%
Más del salario básico (> Bs 2.122)	89	78%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 8



ACTIVIDAD LABORAL DEL CIUDADANO

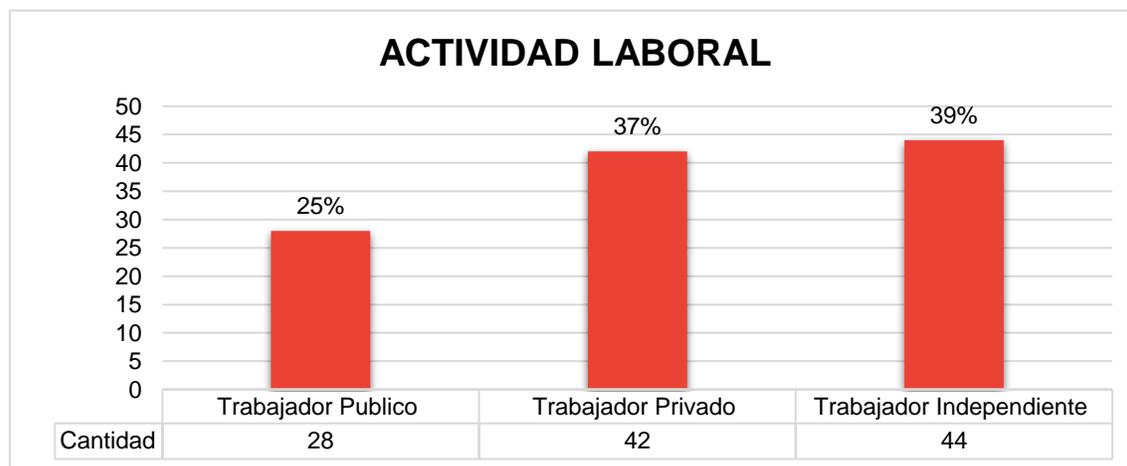
De acuerdo al Gráfico N° 9, el 39% de los encuestados indicaron que el trabajo que desempeñan es independiente, el 37% de indicaron que su actividad laboral lo desempeñan en instituciones privadas y el 25% de los encuestados indicaron que son trabajadores públicos.

Tabla N° 9

	Frecuencia	Porcentaje
Trabajador Publico	28	25%
Trabajador Privado	42	37%
Trabajador Independiente	44	39%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 9



LUGAR DE DESEMPEÑO DEL TRABAJO

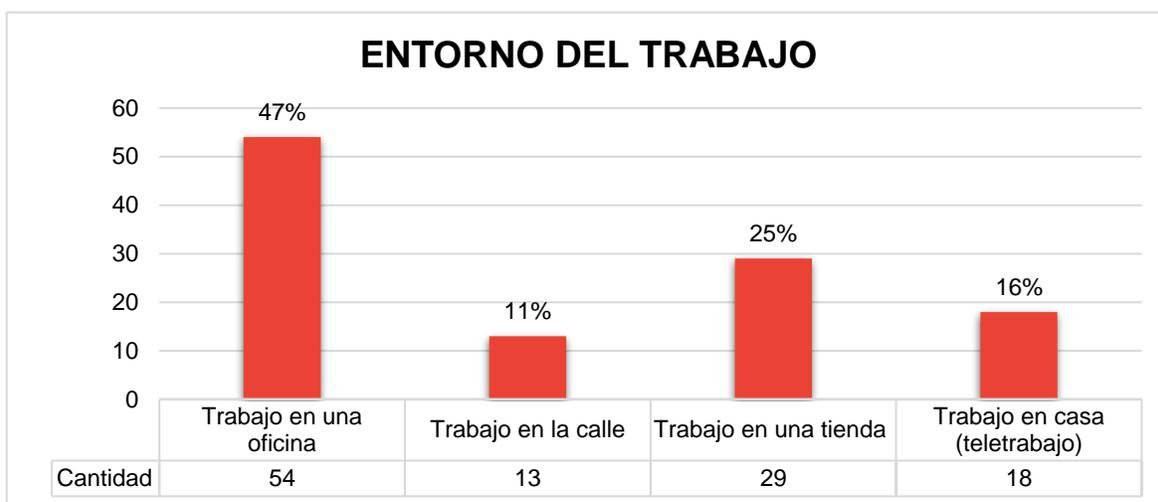
De acuerdo al Gráfico N° 10, el 47% de los encuestados indicaron que su trabajo lo realizan desde oficinas, el 25% indicaron que su trabajo lo realizan desde sus tiendas, mientras que el 16% indicaron que sus trabajos lo realizan desde sus casas y el 11% indicaron que sus trabajos lo realizan desde las calles.

Tabla N° 10

	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo en una oficina	54	47%
Trabajo en la calle	13	11%
Trabajo en una tienda	29	25%
Trabajo en casa (teletrabajo)	18	16%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 10



FUENTE ÚNICA DE INGRESOS ECONOMICOS DEL CIUDADANO

De acuerdo al Gráfico N° 11, el 77% de los encuestados indicaron que su trabajo es la única fuente de ingresos económicos, mientras que el 23% de indicaron que su trabajo no es la única fuente de ingresos.

Tabla N° 11

	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	77%
No	26	23%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 11



SE TOMARON MEDIDAS EN EL SECTOR DE TRABAJO DEL CIUDADANO

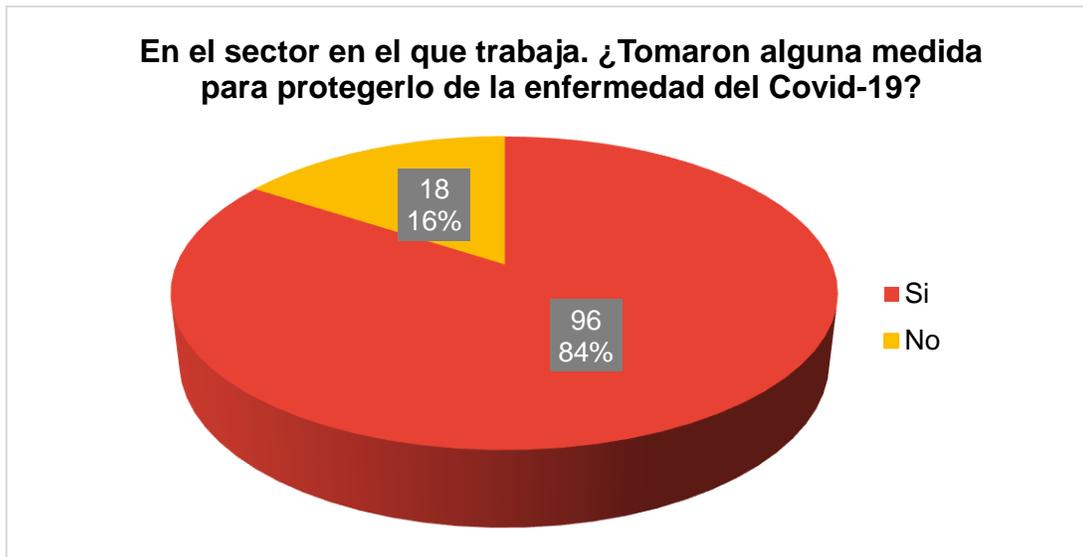
De acuerdo al Gráfico N° 12, el 84% de los encuestados indicaron que en su entorno laboral tomaron medidas para protegerlos de la enfermedad del Covid-19, mientras que el 16% indicaron que no se tomaron ninguna medida para protegerlos del Covid-19.

Tabla N° 12

	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	84%
No	18	16%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 12



MEDIDAS TOMADAS POR EL CIUDADANO PARA PROTEGERSE CONTRA EL COVID-19.

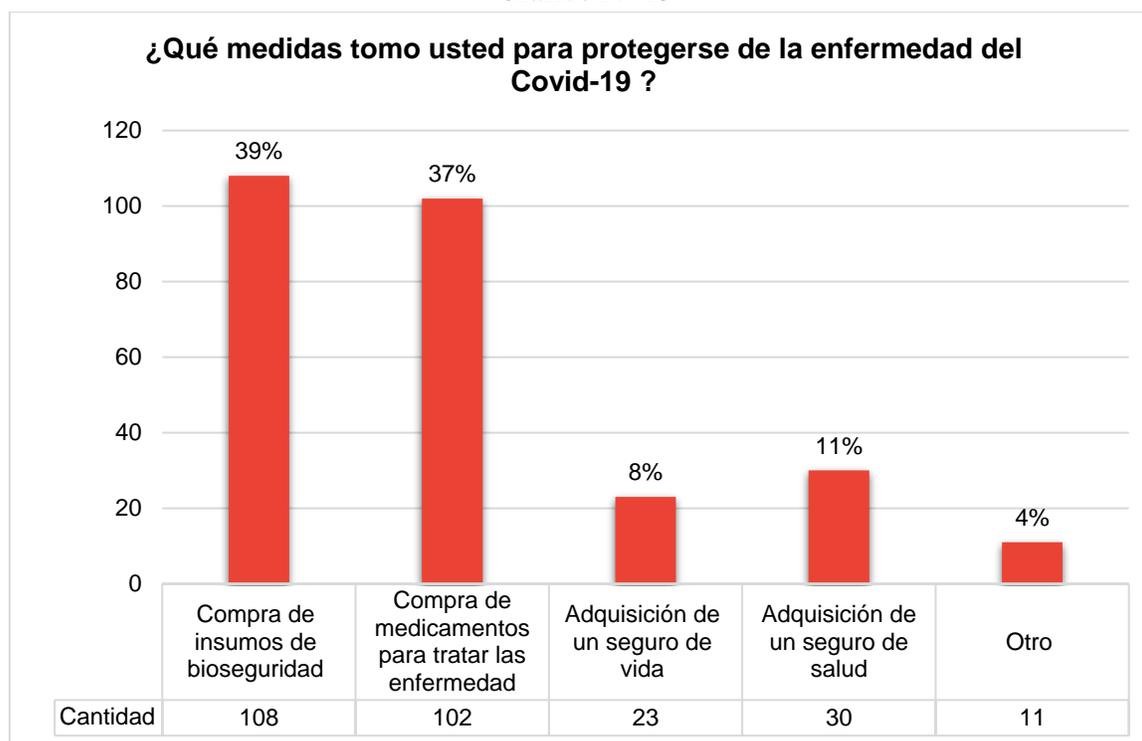
De acuerdo a la Grafica N° 13, los encuestados que tomaron como medida la compra de insumos de bioseguridad para protegerse del Covid-19 representan el 39%, como segundo lugar el 37% escogió como medida la compra de medicamentos para tratar la enfermedad del Covid-19, como tercer lugar el 11% tomaron como medida adquirir un seguro de salud, como cuarto lugar el 8% tomaron como medida adquirir un seguro de vida y por último el 4% tomaron otras alternativas para protegerse del Covid-19.

Tabla N° 13

	Frecuencia	Porcentaje
Compra de insumos de bioseguridad	108	39%
Compra de medicamentos para tratar la enfermedad	102	37%
Adquisición de un seguro de vida	23	8%
Adquisición de un seguro de salud	30	11%
Otro	11	4%
TOTAL	274	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 13



PERSONAS QUE TRABAJAN DENTRO DE LA FAMILIA DEL CIUDADANO

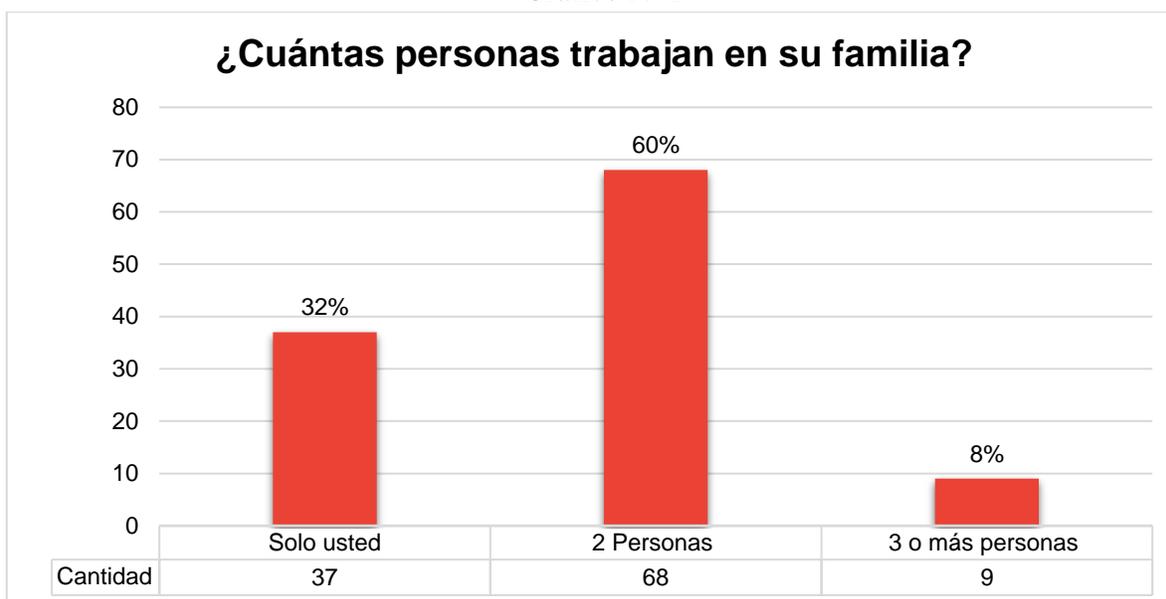
De acuerdo al Gráfico N° 14, el 60% de los encuestados indicaron que son dos personas las que trabajan dentro de las familias, mientras que el 32% indicaron que solo los encuestados trabajan dentro de sus familias para mantenerlas y el 8% indicaron que más de 3 personas trabajan dentro de sus familias.

Tabla N° 14

	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	37	32%
2 personas	68	60%
3 o más personas	9	8%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 14



PERSONAS QUE MANTIENEN CON SU TRABAJO

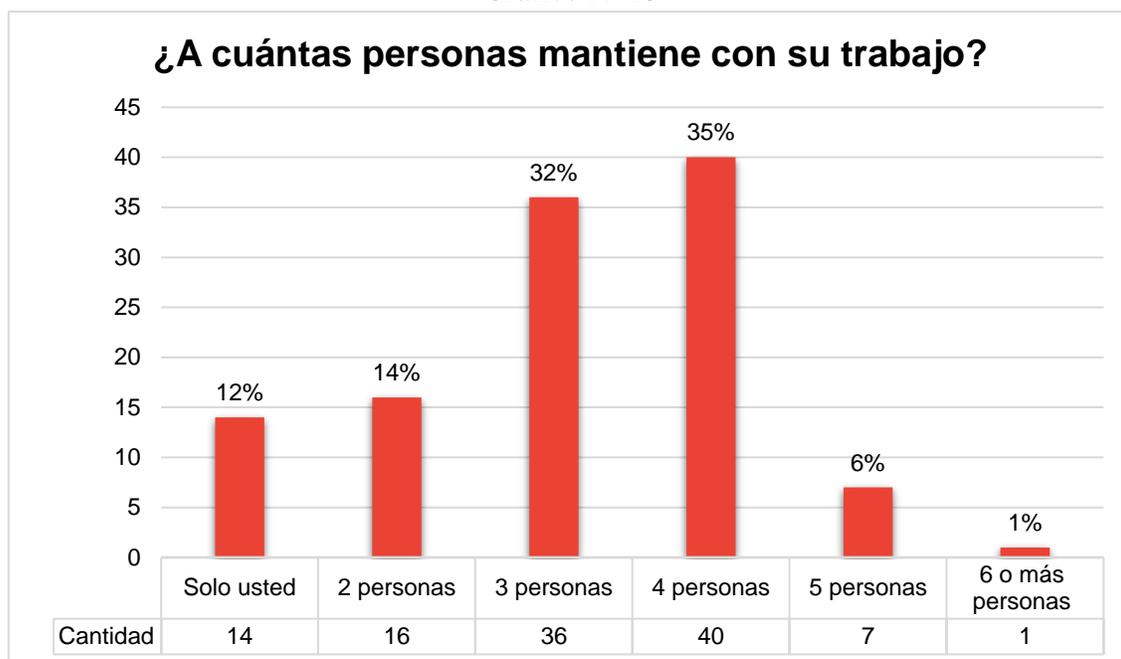
De acuerdo al Gráfico N° 15, el 35% de los encuestados indicaron que mantienen a 4 personas dentro de sus familias, el 32% indicaron que solo se mantiene a 3 personas, el 14% indicaron que mantienen a 2 personas, el 12% indicaron que solo se mantienen a ellos, mientras que el 6% indicaron que mantienen a 5 personas y finalmente el 1% de los encuestados indicaron que mantienen a 6 o más personas.

Tabla N° 15

	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	14	12%
2 personas	16	14%
3 personas	36	32%
4 personas	40	35%
5 personas	7	6%
6 o más personas	1	1%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 15



IMPORTANCIA DEL BIENESTAR A FUTURO DEL CIUDADANO

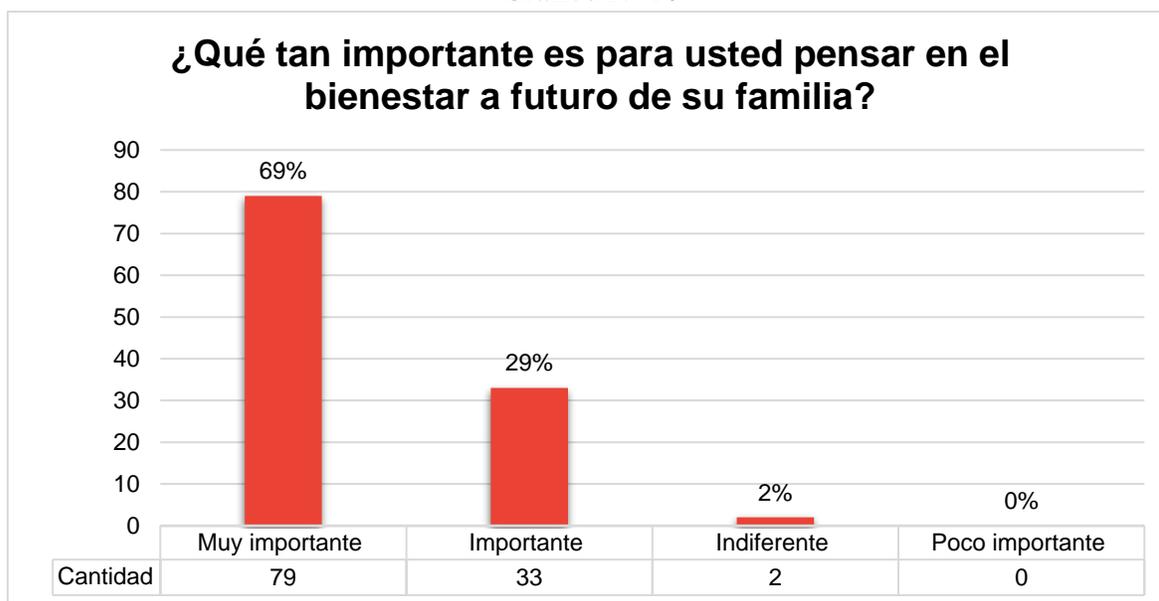
De acuerdo al Gráfico N° 16, el 69% de los encuestados consideran “Muy importante” el bienestar a futuro de sus familias, es decir que le da mayor importancia, mientras que el 29% indicaron que les parece “Importante” el bienestar a futuro de familias, el 2% de los encuestados consideran “Indiferente” al bienestar a futuro de sus familias y un 0% considera al bienestar de sus familias como “poco importante”.

Tabla N° 16

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	79	69%
Importante	33	29%
Indiferente	2	2%
Poco importante	0	0%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 16



IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD COMO NECESIDAD BASICA

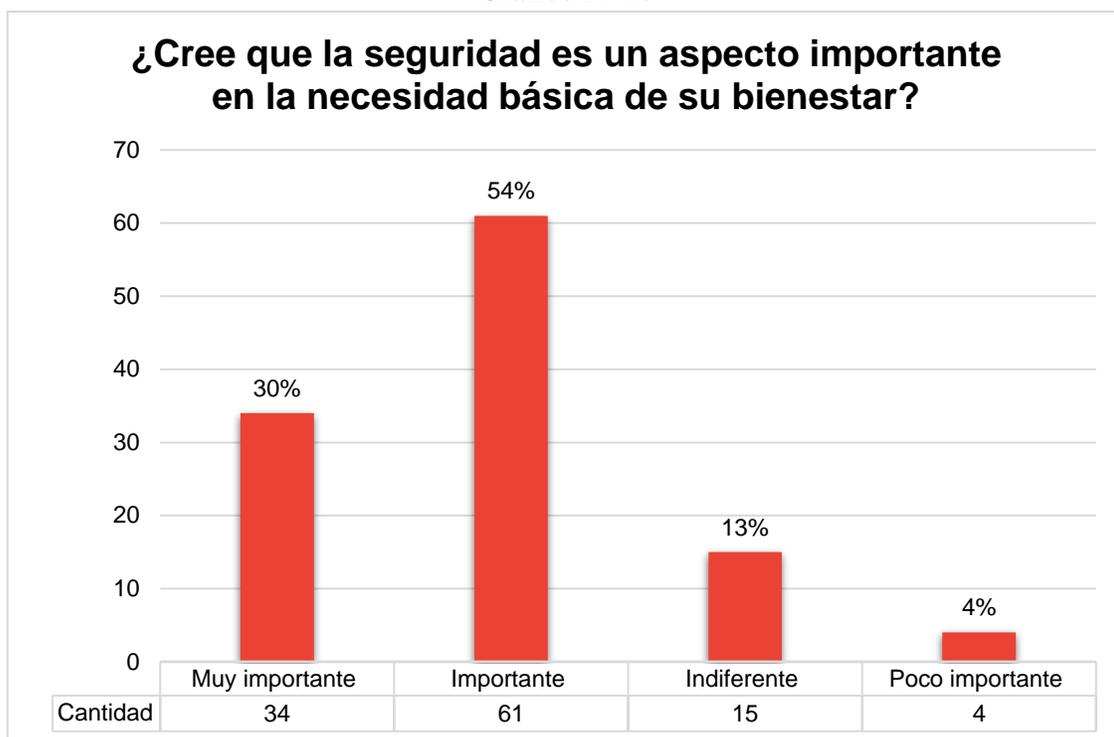
De acuerdo con el Gráfico N° 17, el 54% de los encuestados consideran “Importante” la seguridad como una necesidad básica de su bienestar, el 30% consideran “Muy importante” la seguridad en su bienestar, el 13 % les parece “Indiferente” la seguridad como una necesidad básica en su bienestar y el 4% lo consideran “Poco importante” la seguridad como una necesidad básica.

Tabla N° 17

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	34	30%
Importante	61	54%
Indiferente	15	13%
Poco importante	4	4%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 17



FACTOR DE MOTIVACIÓN

PORQUE MOTIVO ADQUIRIÓ ESTE SEGURO

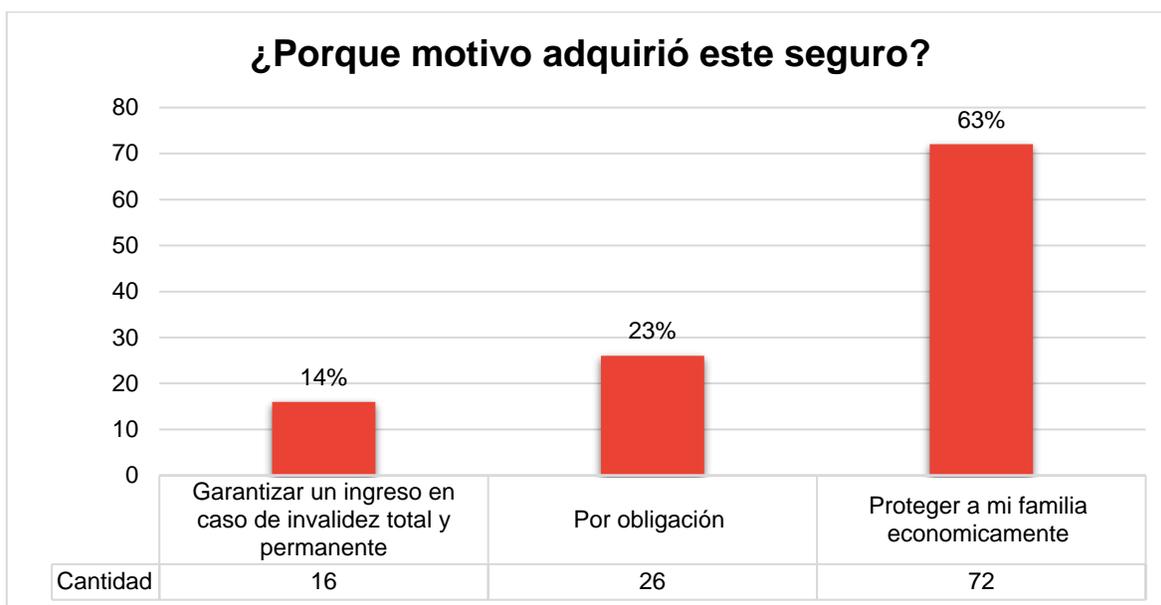
De acuerdo al Gráfico N° 18, el 63% de los encuestados indicaron que adquirieron el seguro de vida “Covid-19” para proteger a su familia económicamente, el 23% de los encuestados indicaron que lo adquirieron por obligación y el 14% indicaron que adquirieron este seguro para garantizar un ingreso en caso de invalidez total y permanente

Tabla N° 18

	Frecuencia	Porcentaje
Garantizar un ingreso en caso de invalidez total y permanente	16	14%
Por obligación	26	23%
Proteger a mi familia económicamente	72	63%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 18



¿DÓNDE ESCUCHO SOBRE LA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

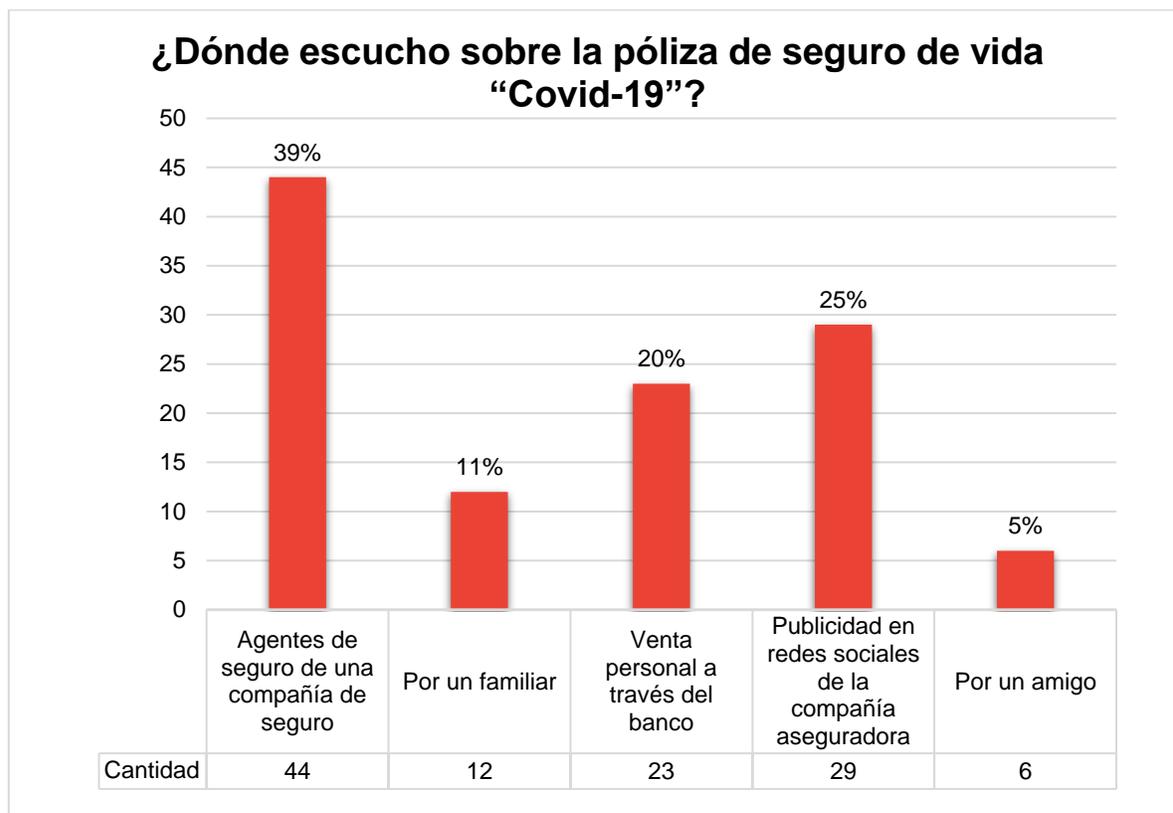
De acuerdo al Gráfico N° 19, el 39% de los encuestados indicaron que escucharon sobre esta póliza de seguro mediante agentes de seguro de las compañías aseguradoras, el 25 % indicaron que conocieron esta póliza mediante publicidad en las redes sociales, el 20 % indicaron que conocieron sobre este seguro mediante la venta personal a través del banco, el 11% indicaron que conocieron sobre este seguro mediante sus familiares y por último el 5% indicaron que conocieron sobre esta póliza mediante sus amigos.

Tabla N° 19

	Frecuencia	Porcentaje
Agentes de seguro de una compañía de seguro	44	39%
Por un familiar	12	11%
Venta personal a través del banco	23	20%
Publicidad en redes sociales de la compañía aseguradora	29	25%
Por un amigo	6	5%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 19



GRUPO DE REFERENCIA

¿A QUIÉNES ACUDE PARA SOLICITAR RECOMENDACIONES SOBRE LAS PÓLIZAS DE SEGUROS?

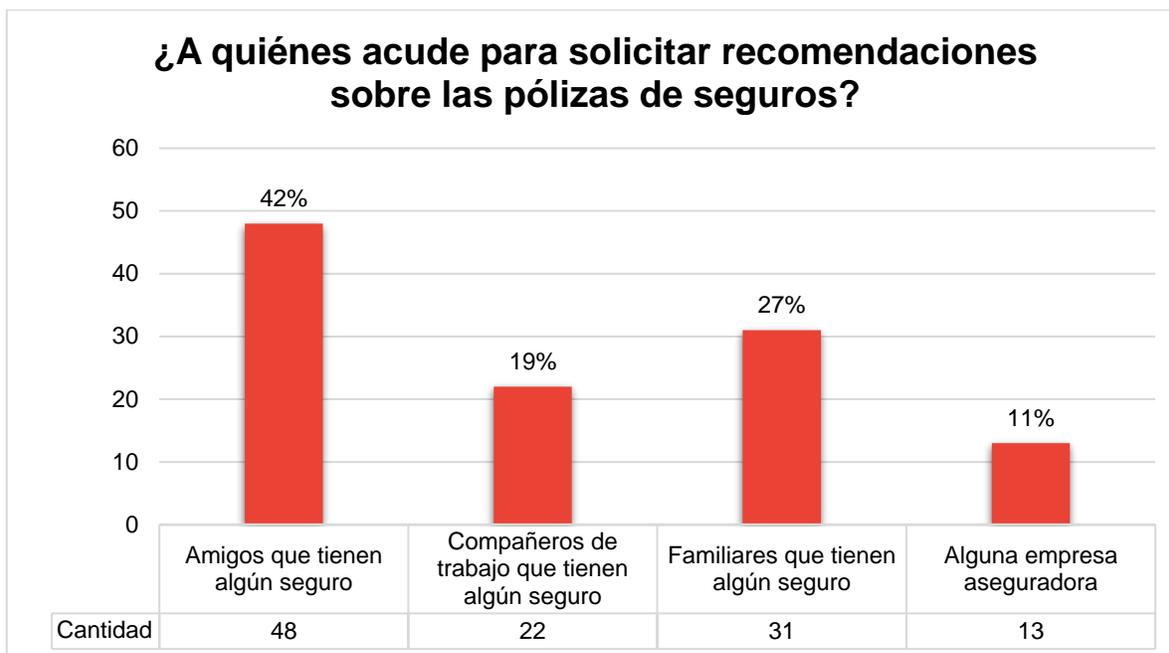
De acuerdo al Gráfico N° 20, el 42% de los encuestados indicaron que al momento de solicitar recomendaciones sobre pólizas de seguro ellos acuden a sus amigos que tienen algún seguro, el 27% indicaron que solicitan recomendación a sus familiares que tienen algún seguro, el 19% de los encuestados indicaron que solicitan recomendación a sus compañeros de trabajo que tienen algún seguro y el 11% solicitan recomendaciones a alguna empresa aseguradora.

Tabla N° 20

	Frecuencia	Porcentaje
Amigos que tienen algún seguro	48	42%
Compañeros de trabajo que tienen algún seguro	22	19%
Familiares que tienen algún seguro	31	27%
Alguna empresa aseguradora	13	11%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 20



USTED COMPRARÍA UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19” SI:

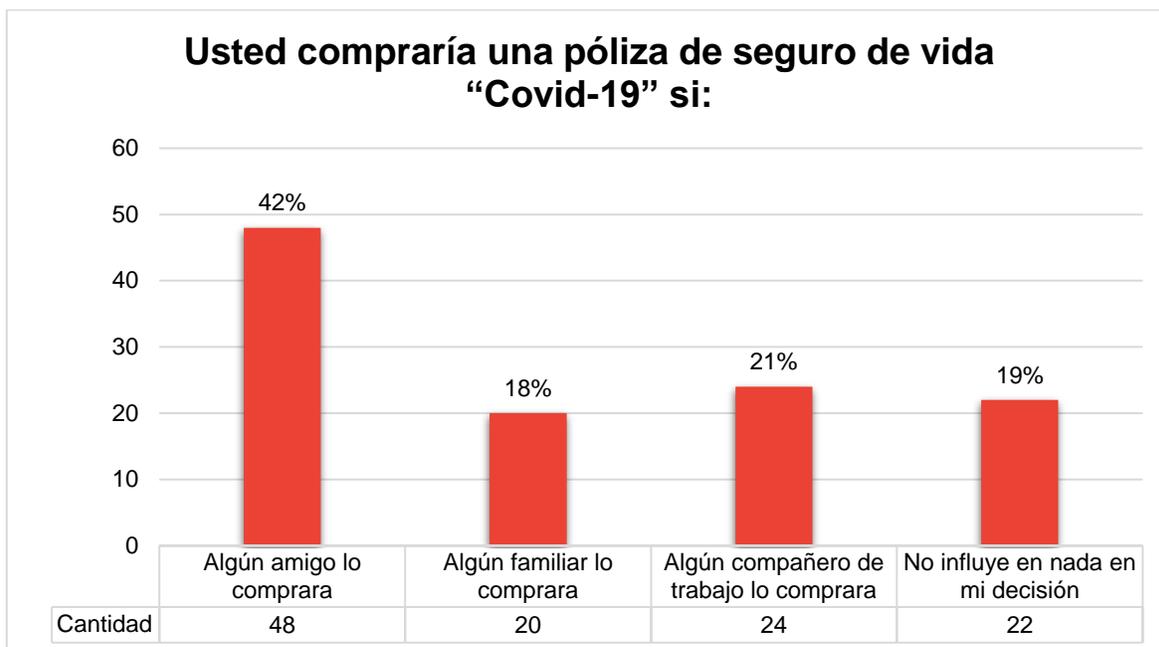
De acuerdo al Gráfico N° 21, el 42% de los encuestados indicaron que comprarían un seguro de vida “Covid-19” si algún amigo lo comprara, el 21% indicaron que comprarían si algún compañero de trabajo lo comprara, el 18% indicaron que comprarían esta póliza si algún familiar lo comprara y finalmente el 19% indicaron que no influye en nada en la decisión si alguien compra o no.

Tabla N° 21

	Frecuencia	Porcentaje
Algún amigo lo comprara	48	42%
Algún familiar lo comprara	20	18%
Algún compañero de trabajo lo comprara	24	21%
No influye en nada en mi decisión	22	19%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 21



¿QUÉ IMPORTANCIA LE ASIGNA USTED A LAS OPINIONES QUE LE BRINDAN ACERCA DE UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA?

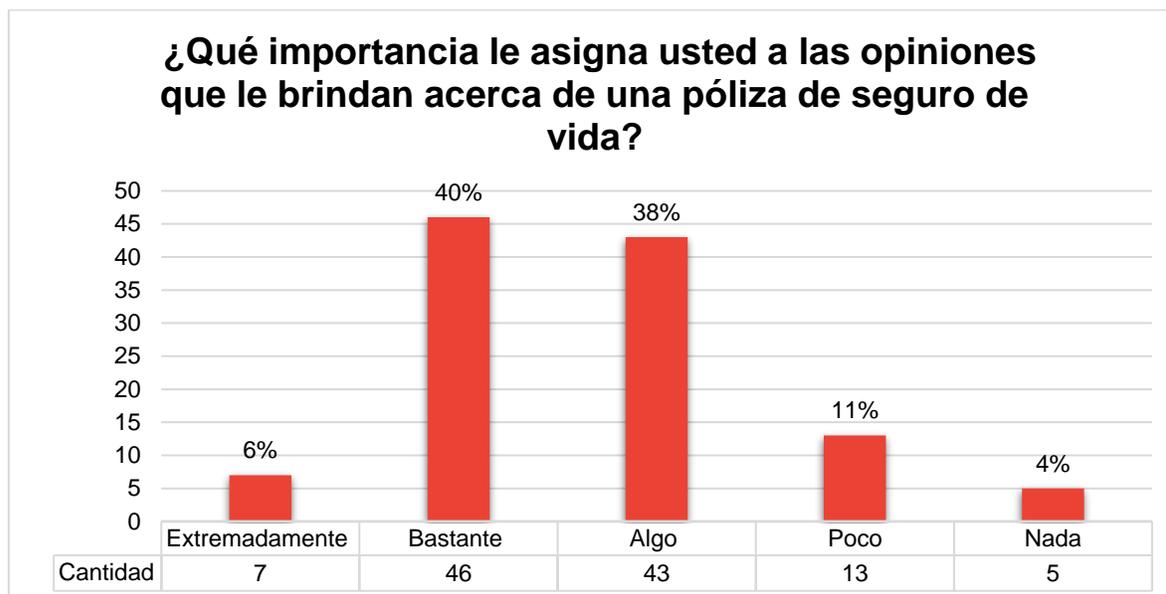
De acuerdo al Gráfico N° 22, el 40% de los encuestados indicaron que le dan “Bastante” importancia a las opiniones que le brindan acerca de una póliza de seguro de vida, el 38% le asignan “Algo” de importancia, el 11% le asigna un “Poco” de importancia, el 6% le da “Extremadamente” importancia a las opiniones y el 4% no le da “Nada” de importancia a las opiniones que le brindan acerca de una póliza de seguro de vida.

Tabla N° 22

	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente	7	6%
Bastante	46	40%
Algo	43	38%
Poco	13	11%
Nada	5	4%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 22



¿POR CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES USTED SE ENFOCÓ AL ADQUIRIR UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

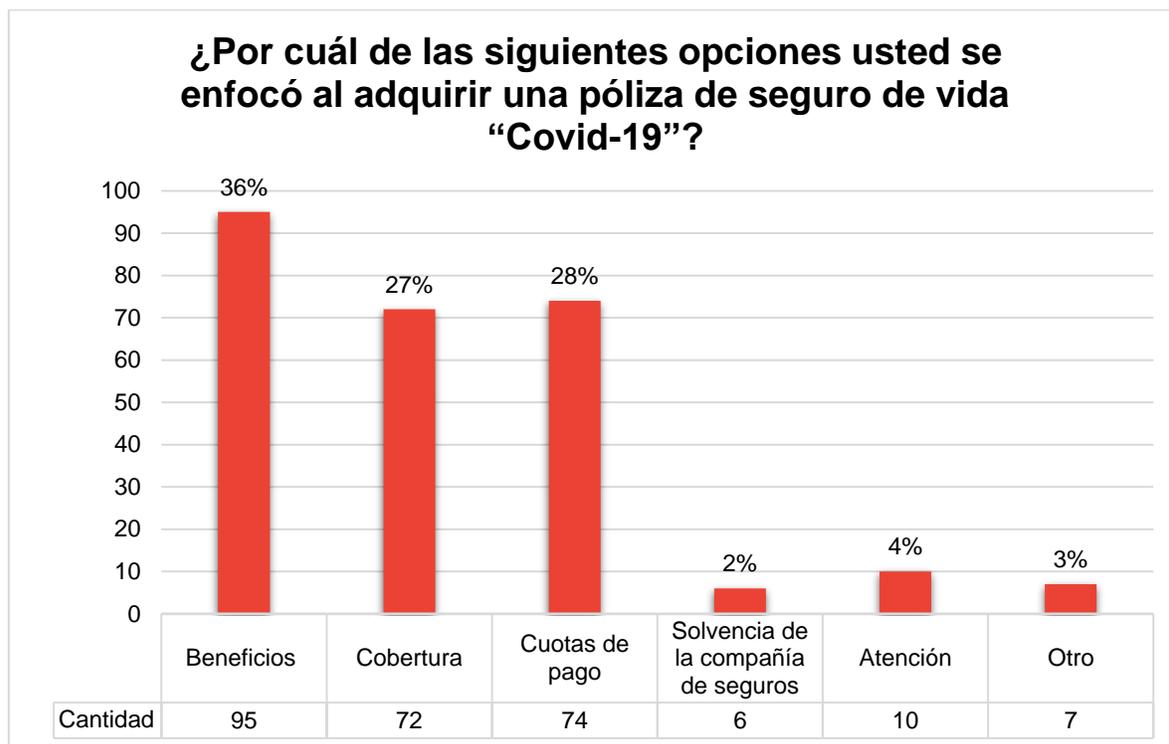
De acuerdo al Gráfico N° 23, el 36% de los encuestados indicaron que al adquirir esta póliza de seguro de vida “Covid-19” se enfocaron en los beneficios, el 28% se enfocaron en las cuotas de pago, el 27% se enfocaron en la cobertura, el 4% se enfocaron en la atención al cliente, mientras que otras personas más expertas sobre compañías aseguradoras se enfocaron en la solvencia de la compañía de seguros representando un 4% y finalmente el 2% se enfocaron en otros aspectos del seguro para adquirirlo.

Tabla N° 23

	Frecuencia	Porcentaje
Beneficios	95	36%
Cobertura	72	27%
Cuotas de pago	74	28%
Solvencia de la compañía de seguros	6	2%
Atención	10	4%
Otro	7	3%
TOTAL	264	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 23



FACTOR DE PERCEPCION

AL QUERER CONTRATAR UNA PÓLIZA DE SEGURO, ¿EL PRECIO INFLUIRÍA EN SU DECISIÓN?

De acuerdo al Gráfico N° 24, el 87% de los encuestados indicaron que al querer contratar una póliza de seguro el precio influyo en su decisión, mientras que el 13% indicaron que el precio no influye en su decisión al adquirir un seguro “Covid-19”.

Tabla N° 24

	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	87%
No	15	13%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 24



USTED COMPRARÍA UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19” PARA SU:

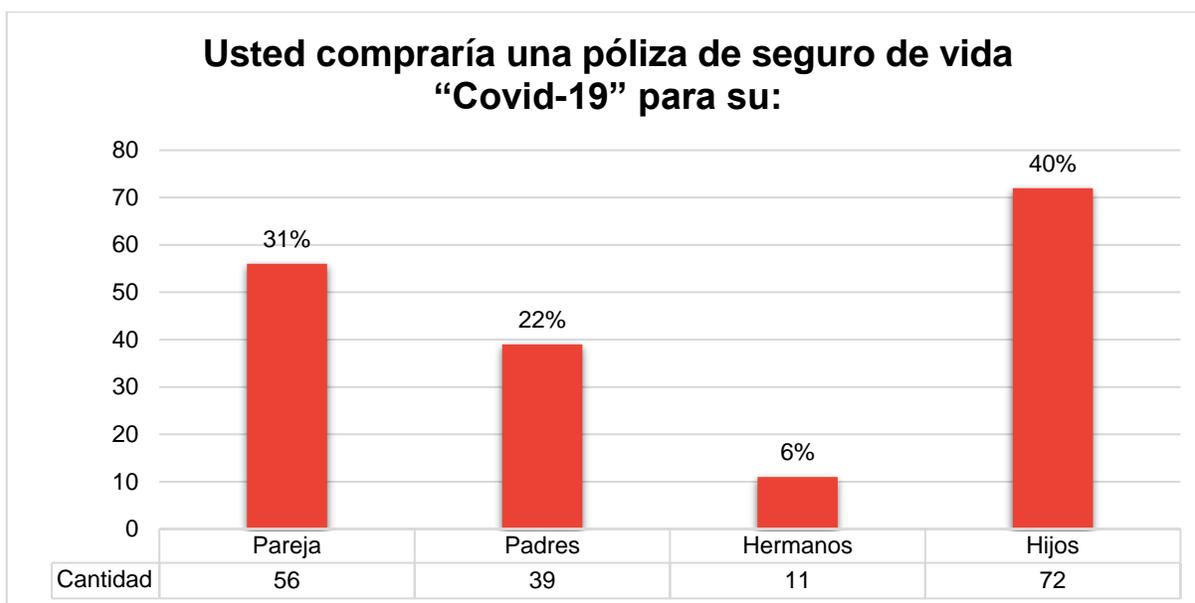
De acuerdo al Gráfico N° 25, el 39% de los encuestados comprarían un seguro de vida “Covid-19” para sus hijos, el 30% comprarían este seguro para sus parejas, el 23% comprarían este seguro para sus padres y finalmente el 9% comprarían este seguro para sus hermanos.

Tabla N° 25

	Frecuencia	Porcentaje
Pareja	56	31%
Padres	39	22%
Hermanos	11	6%
Hijos	72	40%
TOTAL	178	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 25



¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED INVERTIR EN UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

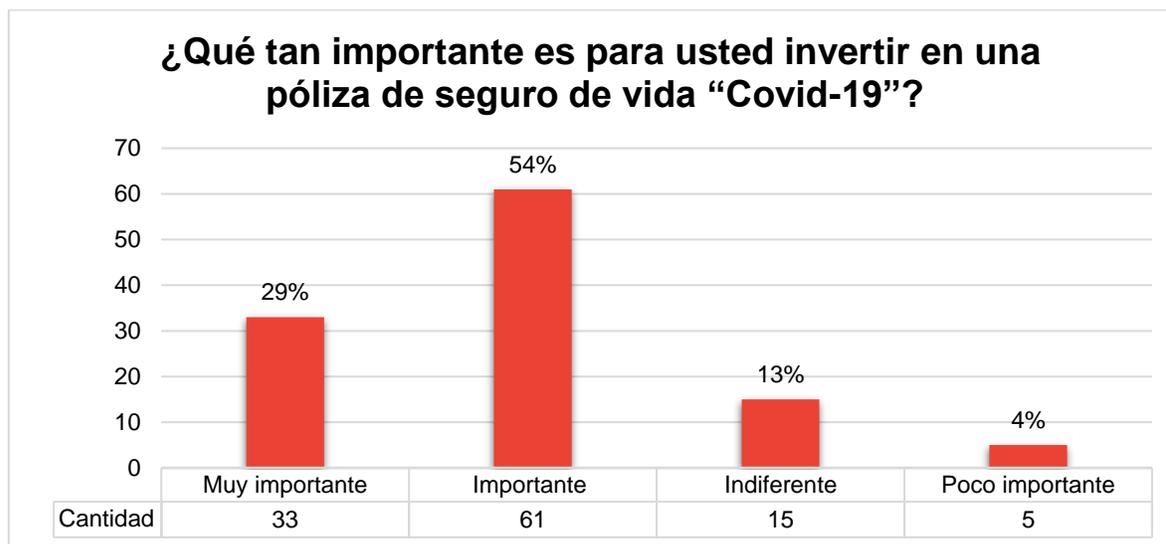
De acuerdo al Gráfico N° 26, el 54% de los encuestados consideran que es “importante” invertir en seguros de vida “Covid-19”, el 29% consideran "Muy importante" invertir en estos seguros, el 14% lo consideran “indiferente” invertir en estos seguros y el 4% le dan “poca importancia” a invertir en estos seguros.

Tabla N° 26

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	33	29%
Importante	61	54%
Indiferente	15	13%
Poco importante	5	4%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 26



CONSIDERA QUE UN SEGURO ES UN GASTO IRRECUPERABLE Y SIN BENEFICIOS:

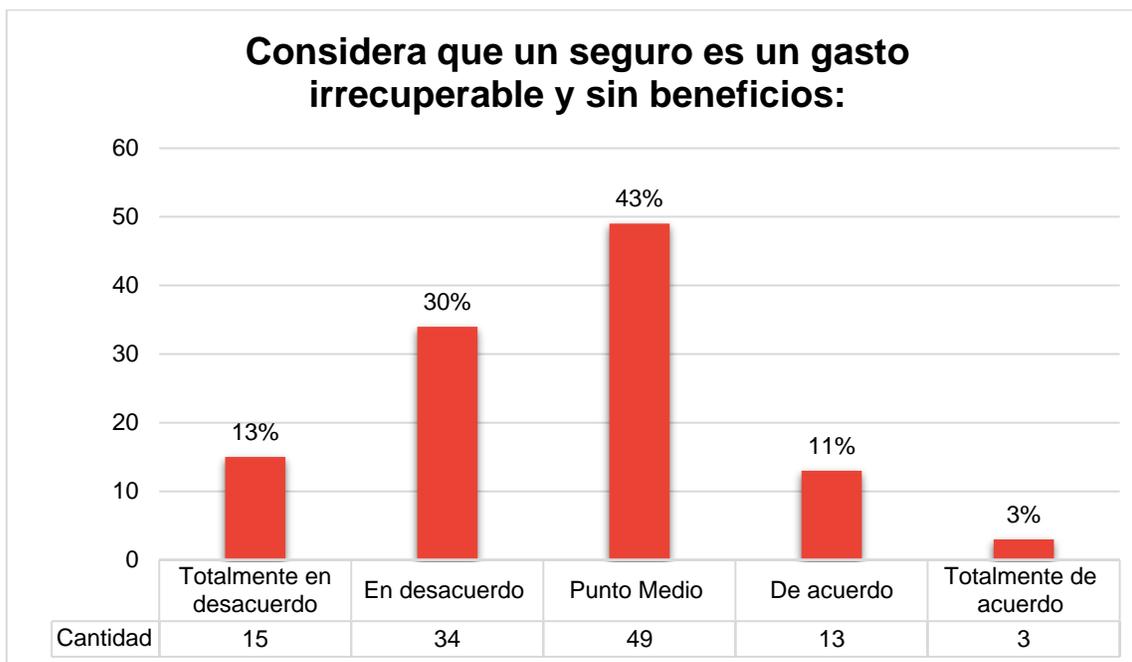
De acuerdo al Gráfico N° 27, el 43% de los encuestados consideran en “punto medio” a que los seguros son un gasto irrecuperable y sin beneficios, el 30% están en “desacuerdo” al considerar que un seguro es un gasto irrecuperable y sin beneficios, el 13% están en “totalmente en desacuerdo” en considerar que un seguro es un gasto, el 11% están en “de acuerdo” de considerar que un seguro es un gasto y el 3% está en “totalmente de acuerdo” de considerar que un seguro es un gasto.

Tabla N° 27

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	15	13%
En desacuerdo	34	30%
Punto Medio	49	43%
De acuerdo	13	11%
Totalmente de acuerdo	3	3%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 27



CONSIDERA QUE HOY EN DÍA ES UNA NECESIDAD TOMAR UN SEGURO DE VIDA “COVID-19” MIENTRAS DURE LA PANDEMIA:

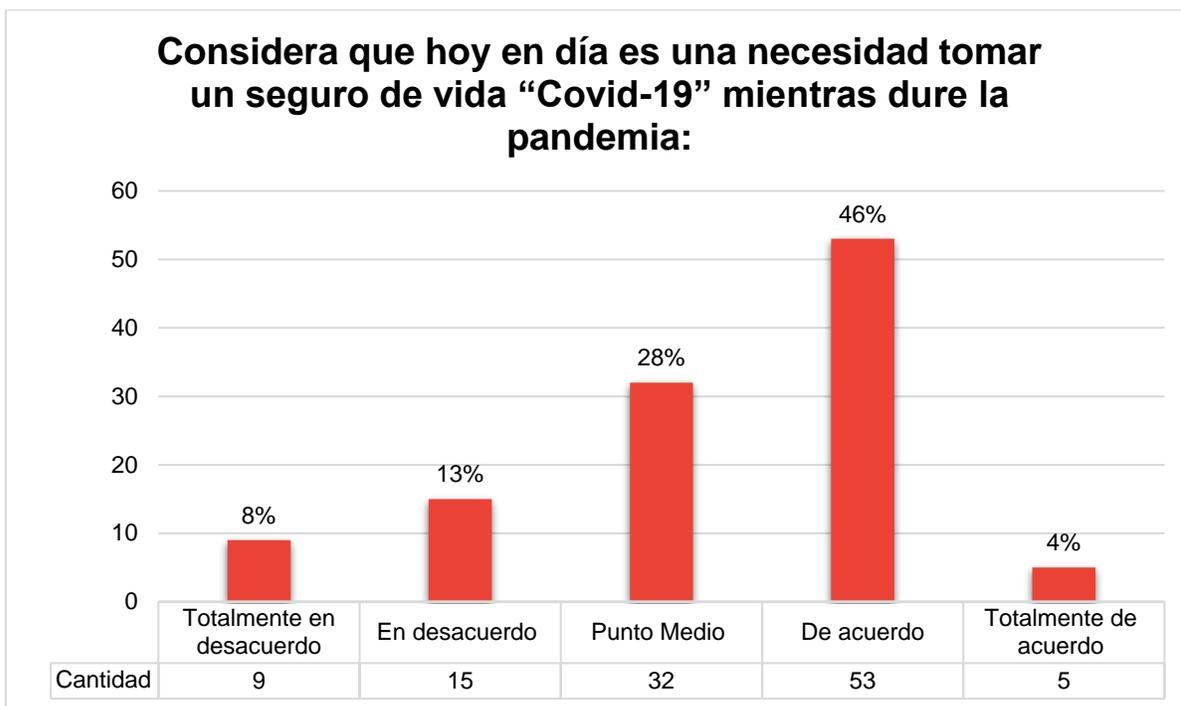
De acuerdo al Gráfico N° 28, el 46% de los encuestados están “De acuerdo” que hoy en día es una necesidad tomar un seguro de vida “Covid-19” mientras dure la pandemia, el 28% están en un “punto medio” en considerar a este seguro como una necesidad, el 13% están en “desacuerdo” en considerar a este seguro como necesidad, el 8% de los encuestados están de “total desacuerdo” en considerar a este seguro como una necesidad y el 4% están “totalmente de acuerdo” en considerar a este seguro como una necesidad.

Tabla N° 28

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	8%
En desacuerdo	15	13%
Punto Medio	32	28%
De acuerdo	53	46%
Totalmente de acuerdo	5	4%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 28



¿QUÉ TAN ÚTIL USTED CONSIDERA QUE ES LA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

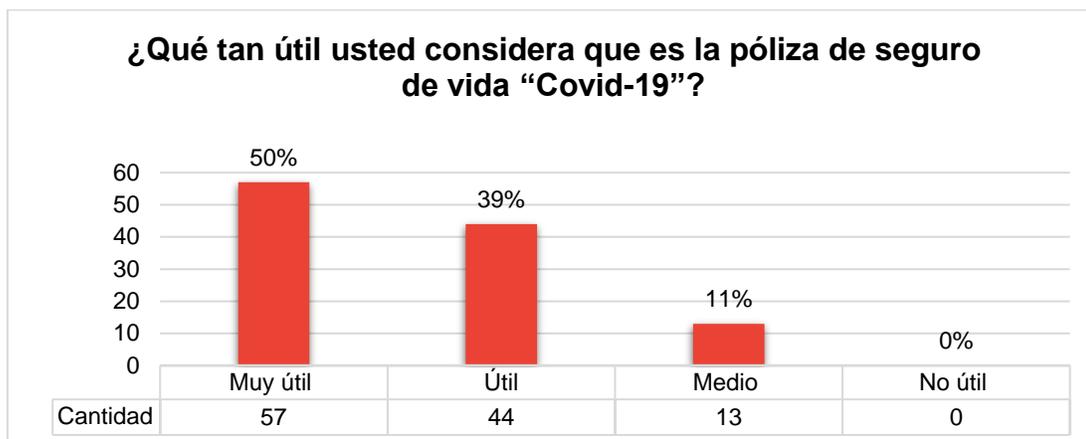
De acuerdo al Gráfico N° 29, el 50% de los encuestados consideran “Muy útil” a este seguro de vida “Covid-19”, el 39% consideran que es “útil” este seguro y el 11% lo consideran en un punto medio de utilidad a este seguro.

Tabla N° 29

	Frecuencia	Porcentaje
Muy útil	57	50%
Útil	44	39%
Medio	13	11%
No útil	0	0%
TOTAL	114	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 29



CIUDADANOS QUE CONOCEN Y NO TIENEN EL SEGURO

GENERO DE LOS CIUDADANOS

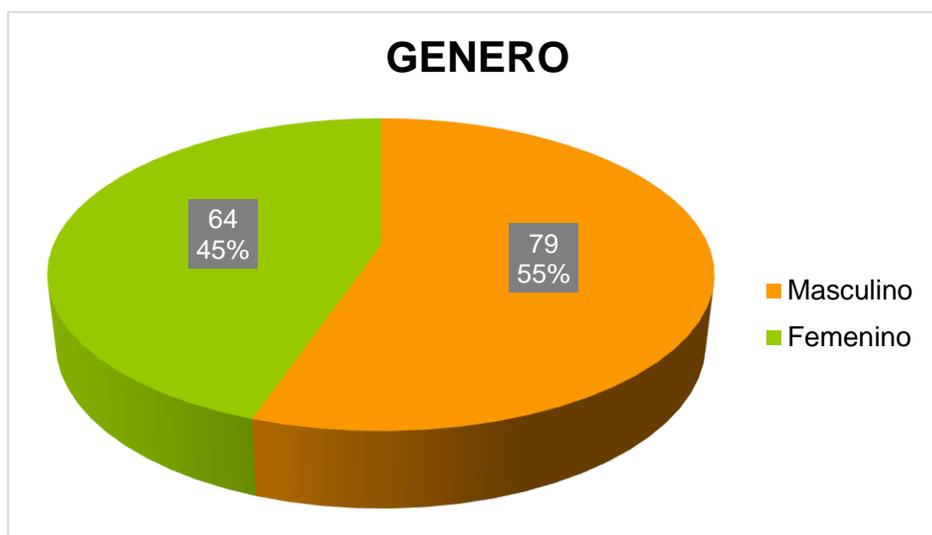
De acuerdo al Gráfico N° 30, de los ciudadanos que indicaron conocer sobre este seguro, pero no lo adquirieron, el 55% son del género masculino y el 45% son del género femenino.

Tabla N° 30

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	79	55%
Femenino	64	45%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 30



FACTORES PERSONALES

EDAD DE LOS CIUDADANOS

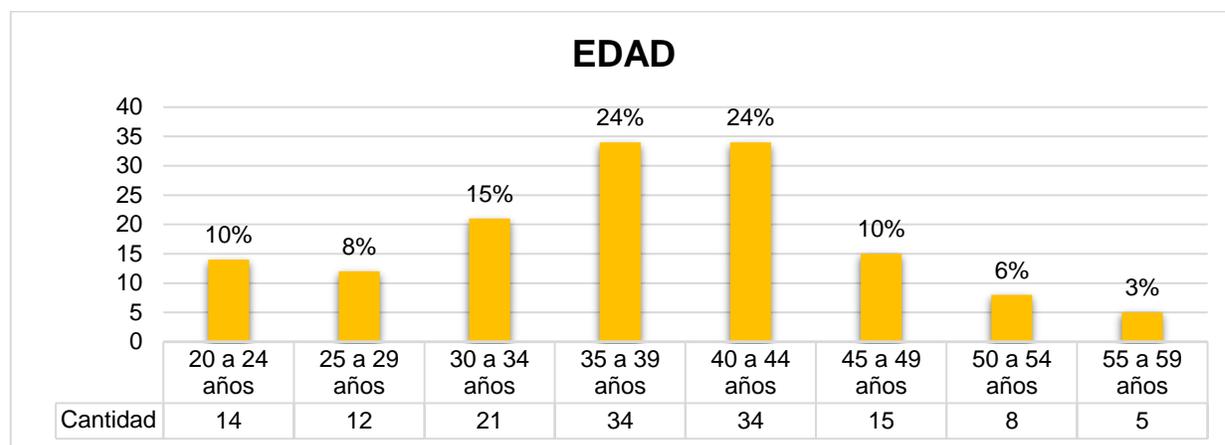
De acuerdo al Gráfico N° 31, de los ciudadanos que indicaron conocer sobre este seguro, pero no lo adquirieron, el 24% son de 40 a 44 años de edad y también los de 35 a 39 años de edad dando como resultado el mayor la participación entre la clasificación de encuestados, el 15% son 30 a 34 años de edad, 10% son de 45 a 49 años de edad y también los de 20 a 24 años de edad, el 8% son de 25 a 29 años de edad, el 6% son de 50 a 54 años de edad y el 4% son de 55 a 59 años de edad con la menor participación de los encuestados.

Tabla N° 31

	Frecuencia	Porcentaje
20 a 24 años	14	10%
25 a 29 años	12	8%
30 a 34 años	21	15%
35 a 39 años	34	24%
40 a 44 años	34	24%
45 a 49 años	15	10%
50 a 54 años	8	6%
55 a 59 años	5	3%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 31



ESTADO CIVIL DE LOS CIUDADANOS

De acuerdo al Gráfico N° 32, se muestra que el 36% indicaron estar solteros, el 35% de los encuestados indicaron estar casados, el 13% de los encuestados indicaron estar divorciados el

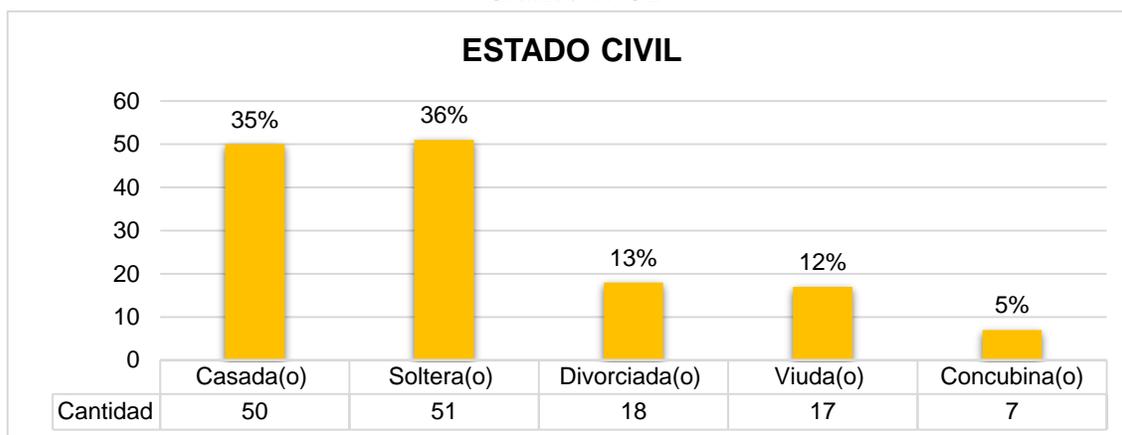
12% de los encuestados indicaron ser viudos y por finalmente el 5% indicaron vivir en concubinato.

Tabla N^a 32

	Frecuencia	Porcentaje
Casada(o)	50	35%
Soltera(o)	51	36%
Divorciada(o)	18	13%
Viuda(o)	17	12%
Concubina(o)	7	5%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N^o 32



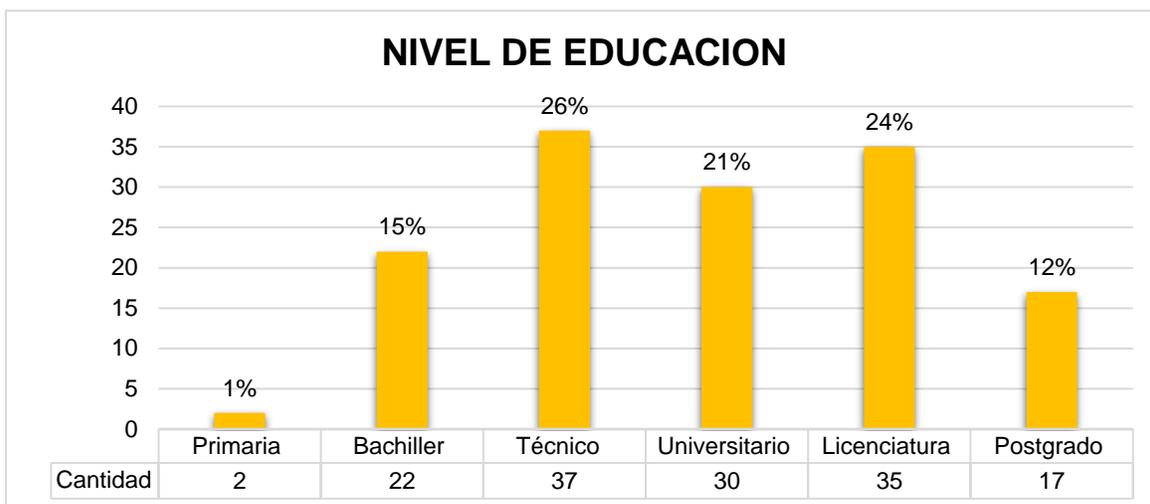
NIVEL DE ESTUDIO DE LOS CIUDADANOS

Dentro del Gráfico N^o 33, se muestra que el 26% tiene una formación de técnico, el 24% tiene una formación de licenciatura, el 21% alcanzo hasta el nivel universitario, el 15% alcanzo nivel de educación bachiller, el 12% alcanzo su nivel de estudio de postgrado, el 1% alcanzo su nivel de estudios de primaria.

Tabla N^a 33

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	1%
Bachiller	22	15%
Técnico	37	26%
Universitario	30	21%
Licenciatura	35	24%
Postgrado	17	12%
TOTAL	143	100%

Gráfico N° 33



MACRO DISTRITO EN DONDE VIVE EL CIUDADANO

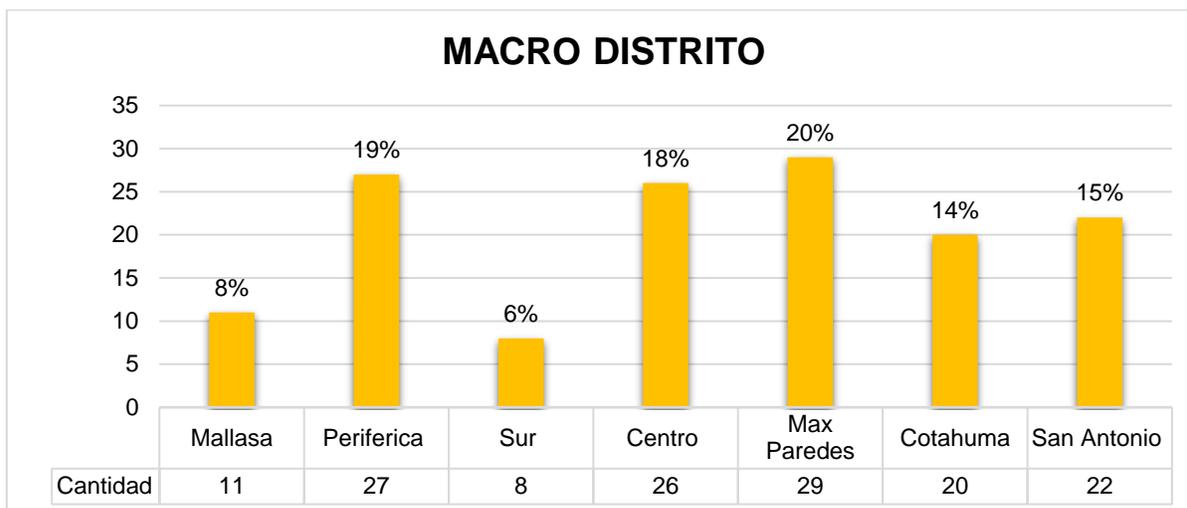
Dentro del Gráfico N° 34, se muestra que el 20% de los ciudadanos encuestados indicaron vivir en el macro distrito de la Max Paredes, el 19% indicó que vive en el macro distrito de la Periférica, el 18% viven en el macro distrito del Centro, el 15% indicó que vive en el macro distrito de San Antonio, el 14% indicó que vive en el macro distrito de Cotahuma, el 8% indicó que vive en el macro distrito de Mallasa y finalmente el 6% indicó que vive en el macro distrito del Sur.

Tabla N° 34

	Frecuencia	Porcentaje
Mallasa	11	8%
Periférica	27	19%
Sur	8	6%
Centro	26	18%
Max Paredes	29	20%
Cotahuma	20	14%
San Antonio	22	15%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 34



INGRESOS MENSUALES APROXIMADOS DEL CIUDADANO

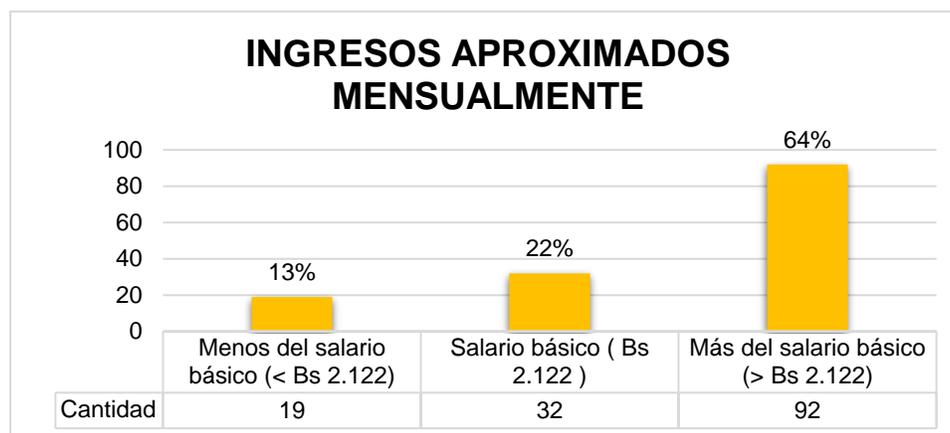
De acuerdo al Gráfico N° 35, el 64% indicaron que sus ingresos mensuales aproximados son más del salario básico, el 22% indico que sus ingresos mensuales aproximados son igual al salario básico y 13% indicaron que sus ingresos aproximados mensuales son menos del salario básico.

Tabla N° 35

	Frecuencia	Porcentaje
Menos del salario básico (< Bs 2.122)	19	13%
Salario básico (Bs 2.122)	32	22%
Más del salario básico (> Bs 2.122)	92	64%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 35



ACTIVIDAD LABORAL DEL CIUDADANO

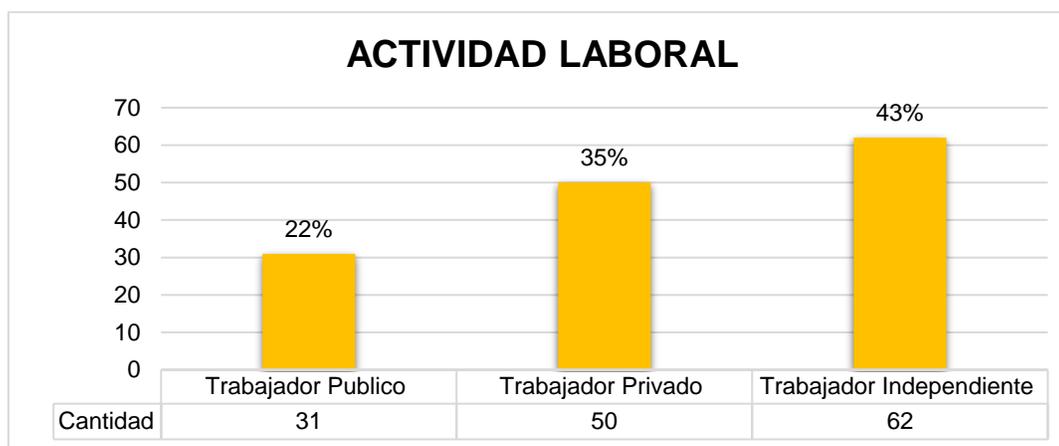
De acuerdo al Gráfico N° 36, el 43% de los encuestados indicaron que el trabajo que desempeñan es independiente, el 35% de indicaron que su actividad laboral lo desempeñan en instituciones privadas y el 22% de los encuestados indicaron que son trabajadores públicos.

Tabla N° 36

	Frecuencia	Porcentaje
Trabajador Publico	31	22%
Trabajador Privado	50	35%
Trabajador Independiente	62	43%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 36



LUGAR DEL DESEMPEÑO DEL TRABAJO

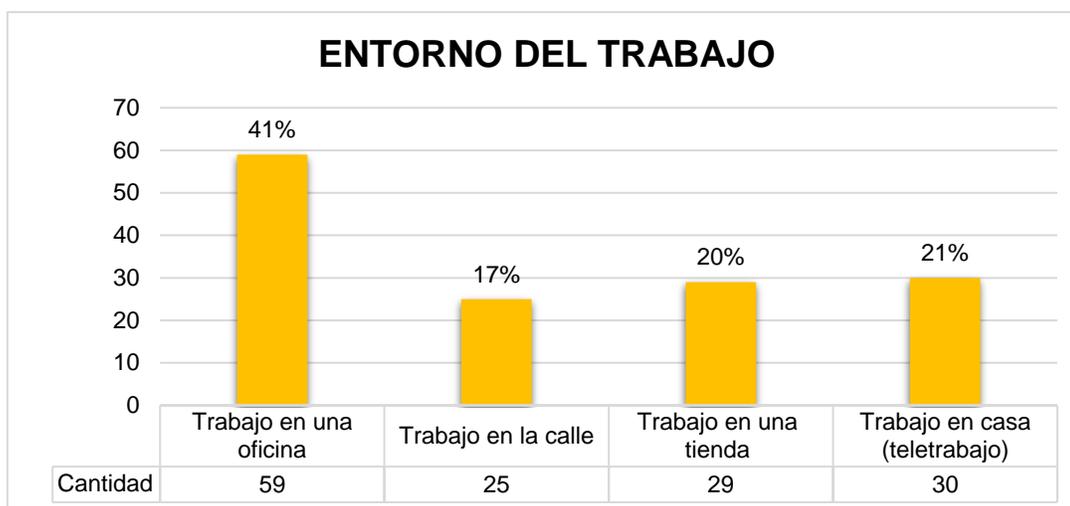
De acuerdo al Gráfico N° 37, el 41% de los encuestados indicaron que su trabajo lo realizan desde oficinas, el 21% indicaron que su trabajo lo realizan desde sus casas, mientras que el 20% indicaron que sus trabajos lo realizan desde sus tiendas y el 17% indicaron que sus trabajos lo realizan desde las calles.

Tabla N° 37

	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo en una oficina	59	41%
Trabajo en la calle	25	17%
Trabajo en una tienda	29	20%
Trabajo en casa (teletrabajo)	30	21%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 37



FUENTE ÚNICA DE INGRESOS ECONOMICOS DEL CIUDADANO

De acuerdo al Gráfico N° 38, el 84% de los encuestados indicaron que su trabajo es la única fuente de ingresos económicos, mientras que el 16% de indicaron que su trabajo no es la única fuente de ingresos.

Tabla N° 38

	Frecuencia	Porcentaje
Si	120	84%
No	23	16%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 38



SE TOMARON MEDIDAS EN EL SECTOR DE TRABAJO DEL CIUDADANO

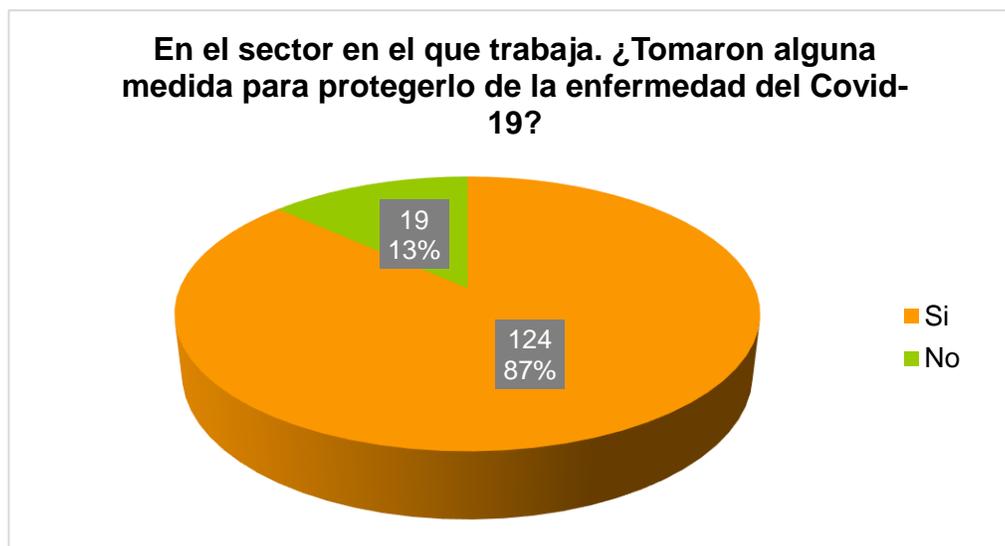
De acuerdo al Gráfico N° 39, el 87% de los encuestados indicaron que en el sector en el que trabajan se tomaron medidas para protegerlos de la enfermedad del Covid-19, mientras que el 13% indicaron que no se tomaron ninguna medida para protegerlos del Covid-19.

Tabla N° 39

	Frecuencia	Porcentaje
Si	124	87%
No	19	13%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 39



MEDIDAS TOMADAS POR EL CIUDADANO PARA PROTEGERSE CONTRA EL COVID-19.

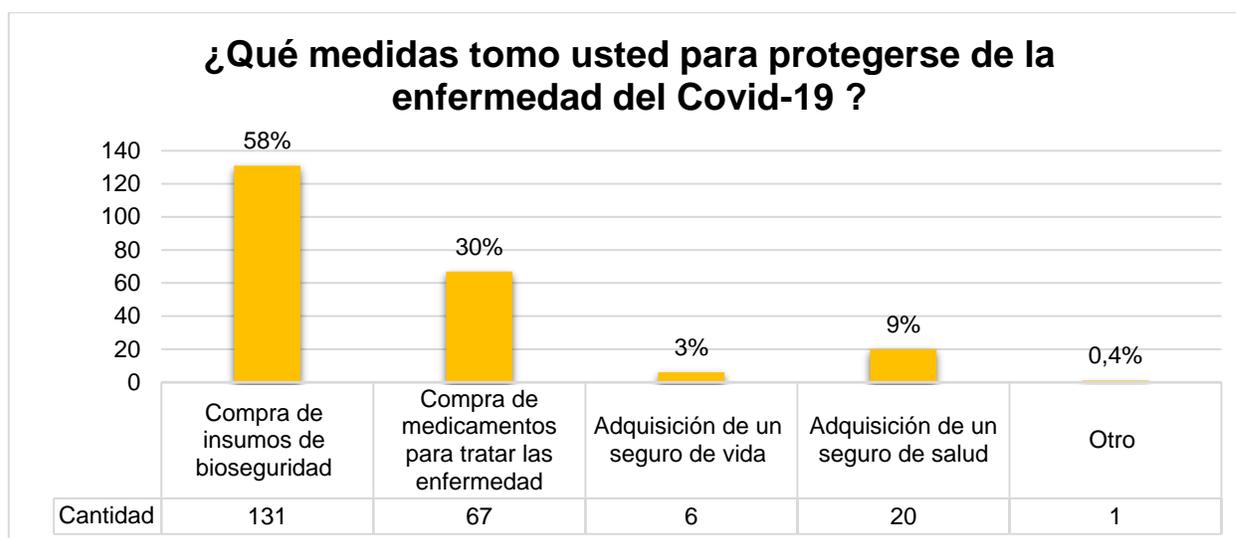
De acuerdo a la Grafica N° 40, el 58% de los encuestados tomaron como medida para protegerse del Covid-19 la compra de insumos de bioseguridad, como segundo lugar el 30% tomaron la medida de comprar medicamentos para tratar la enfermedad del Covid-19, como tercer lugar el 9% tomaron la medida de adquirir un seguro de salud, como cuarto lugar el 3% tomaron la medida de adquirir un seguro de vida y por ultimo con un 0,4% tomaron otras alternativas para protegerse del Covid-19.

Tabla N° 40

	Frecuencia	Porcentaje
Compra de insumos de bioseguridad	131	58%
Compra de medicamentos para tratar las enfermedad	67	30%
Adquisición de un seguro de vida	6	3%
Adquisición de un seguro de salud	20	9%
Otro	1	0,4%
TOTAL	225	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 40



PERSONAS QUE TRABAJAN DENTRO DE LA FAMILIA DEL CIUDADANO

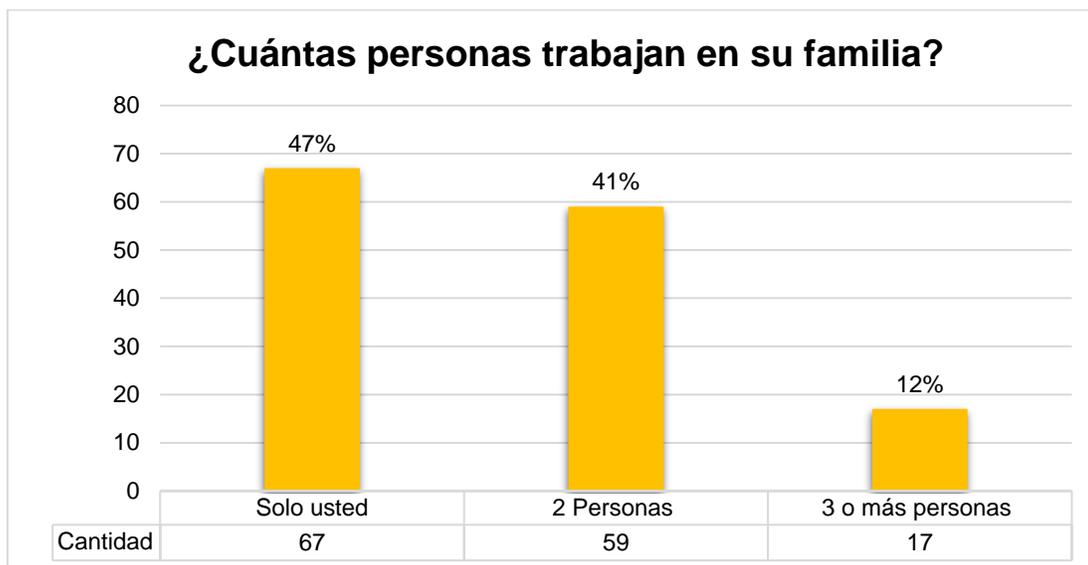
De acuerdo al Gráfico N° 41, el 47% de los encuestados indicaron que solo ellos trabajan dentro de sus familias, mientras que el 41% indicaron que son dos personas que trabajan dentro de sus familias y el 12% indicaron que 3 o más personas trabajan para mantener a su familia.

Tabla N° 41

	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	67	47%
2 Personas	59	41%
3 o más personas	17	12%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 41



PERSONAS QUE MANTIENE CON SU TRABAJO

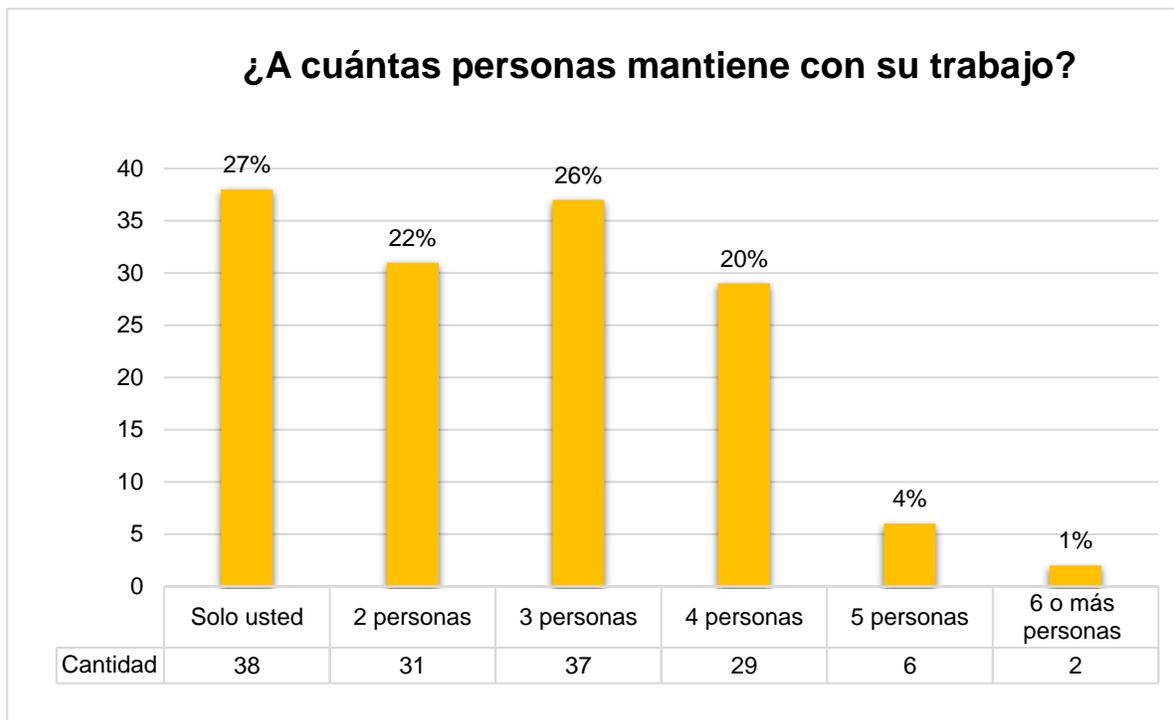
De acuerdo al Gráfico N° 42, el 27% de los encuestados indicaron que solo se mantiene a ellos mismos, el 26% indicaron que mantienen a 3 personas, el 22% indicaron que mantienen a 2 personas, el 20% indicaron que mantienen a 4 personas dentro de sus familias, mientras que el 4% indicaron que mantienen 5 personas y el 1% de los encuestados indicaron que mantienen a 6 o más personas.

Tabla N° 42

	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	38	27%
2 personas	31	22%
3 personas	37	26%
4 personas	29	20%
5 personas	6	4%
6 o más personas	2	1%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 42



IMPORTANCIA DEL BIENESTAR A FUTURO DEL CIUDADANO

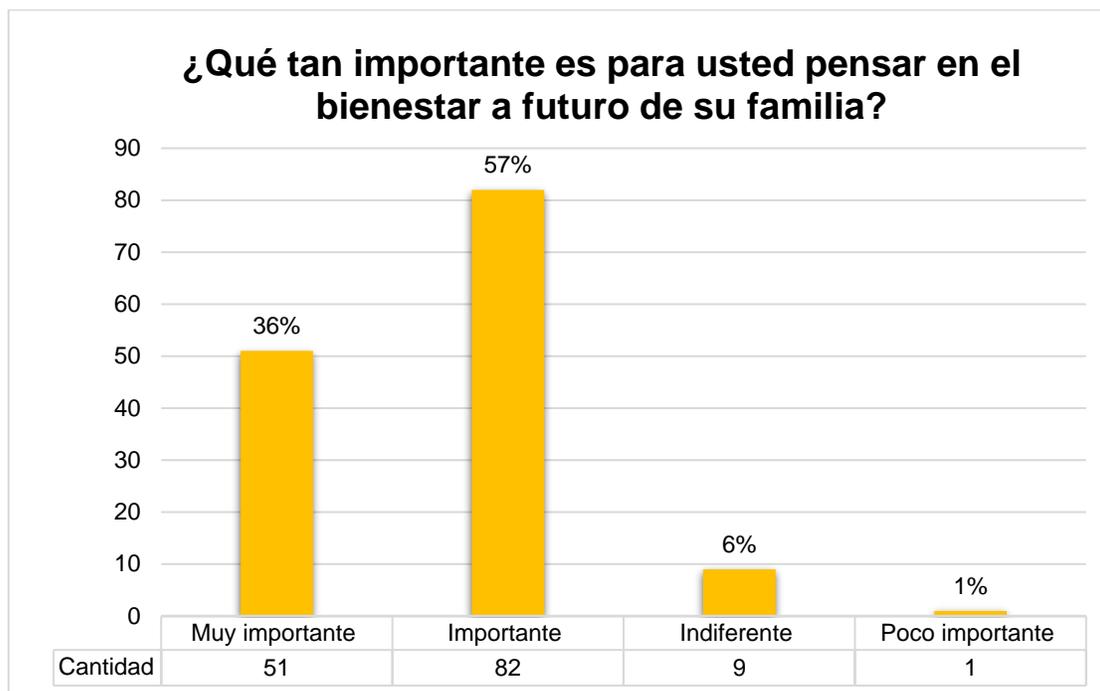
De acuerdo al Gráfico N° 43, el 57% de los encuestados consideran “Importante” el bienestar a futuro de sus familias, el 36% indicaron que les parece “Muy importante” el bienestar a futuro de familias, el 6% de los encuestados consideran “Indiferente” al bienestar a futuro de sus familias y un 1% considera al bienestar de sus familias como “poco importante”.

Tabla N° 43

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	51	36%
Importante	82	57%
Indiferente	9	6%
Poco importante	1	1%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 43



IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD COMO NECESIDAD BASICA

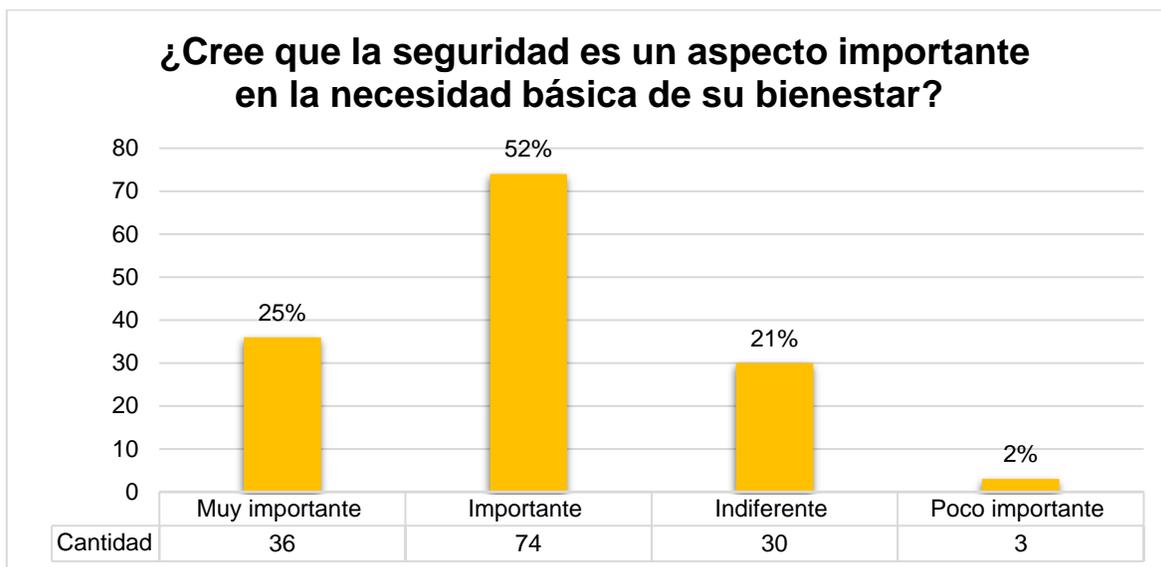
De acuerdo con el Gráfico N° 44, el 52% de los encuestados consideran “Importante” la seguridad como una necesidad básica de su bienestar, el 25% consideran “Muy importante” la seguridad en su bienestar, el 21 % les parece “Indiferente” la seguridad como una necesidad básica en su bienestar y finalmente el 2% lo consideran “Poco importante” la seguridad como una necesidad básica.

Tabla Nª 44

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	36	25%
Importante	74	52%
Indiferente	30	21%
Poco importante	3	2%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 44



¿DÓNDE ESCUCHO SOBRE LA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

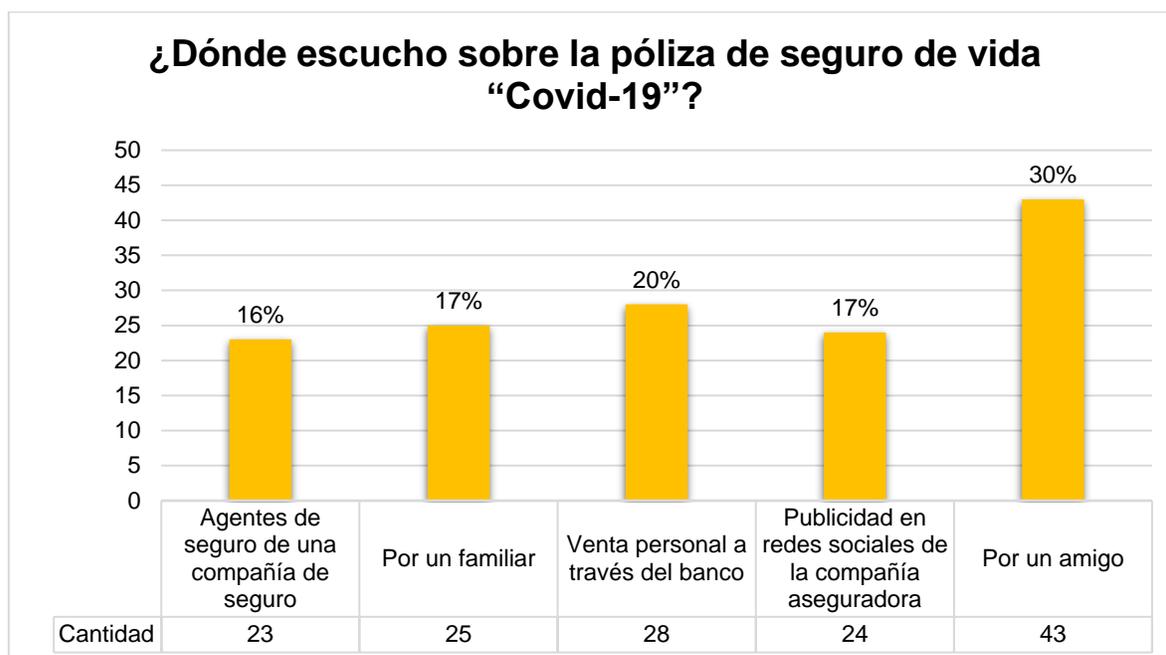
De acuerdo al Gráfico N° 45, 30% indicaron sobre esta póliza mediante sus amigos, el 20 % indicaron que conocieron sobre este seguro mediante la venta personal a través del banco, el 17% indicaron que conocieron esta póliza mediante publicidad en redes sociales, el otro 17% indicaron que conocieron sobre este seguro mediante sus familiares y el 16% de los encuestados indicaron que escucharon sobre esta póliza de seguro mediante agentes de seguro de compañías aseguradoras.

Tabla N° 45

	Frecuencia	Porcentaje
Agentes de seguro de una compañía de seguro	23	16%
Por un familiar	25	17%
Venta personal a través del banco	28	20%
Publicidad en redes sociales de la compañía aseguradora	24	17%
Por un amigo	43	30%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 45



GRUPO DE REFERENCIA

¿A QUIÉNES ACUDE PARA SOLICITAR RECOMENDACIONES SOBRE LAS PÓLIZAS DE SEGUROS?

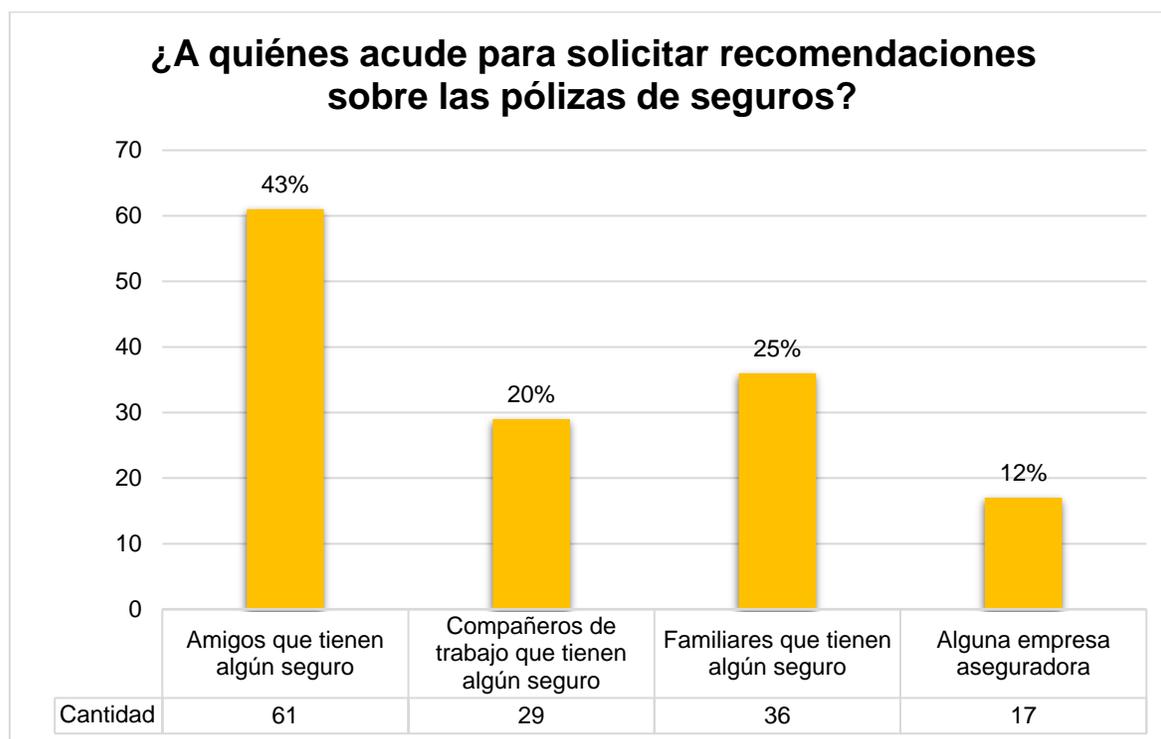
De acuerdo al Gráfico N° 46, el 43% de los encuestados indicaron que al momento de solicitar recomendaciones sobre pólizas de seguro ellos acuden a sus amigos que tiene algún seguro, el 25% indicaron que solicitan recomendación a sus familiares que tiene algún seguro, el 20% de los encuestados indicaron que solicitan recomendación a sus compañeros de trabajo que tienen algún seguro, mientras que el restante con el 12% solicitan recomendaciones a alguna empresa aseguradora.

Tabla N° 46

	Frecuencia	Porcentaje
Amigos que tienen algún seguro	61	43%
Compañeros de trabajo que tienen algún seguro	29	20%
Familiares que tienen algún seguro	36	25%
Alguna empresa aseguradora	17	12%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 46



USTED COMPRARÍA UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19” SI:

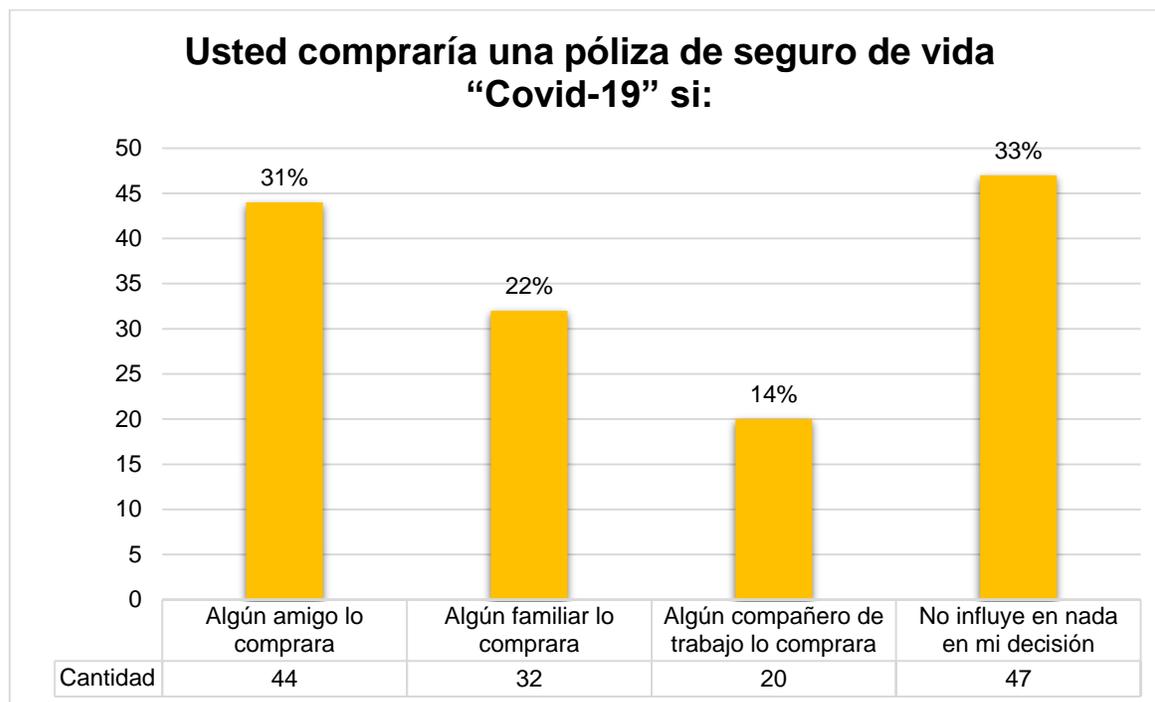
De acuerdo al Gráfico N° 47, el 33% indicaron que no influye en nada en su decisión si compra alguien o no, el 31% de los encuestados indicaron que comprarían un seguro de vida “Covid-19” si algún amigo lo comprara, el 22% indicaron que comprarían esta póliza si algún familiar lo comprara y el 14% indicaron que comprarían si algún compañero de trabajo lo comprara.

Tabla N° 47

	Frecuencia	Porcentaje
Algún amigo lo comprara	44	31%
Algún familiar lo comprara	32	22%
Algún compañero de trabajo lo comprara	20	14%
No influye en nada en mi decisión	47	33%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 47



FACTORES DE PERCEPCION

¿QUÉ IMPORTANCIA LE ASIGNA USTED A LAS OPINIONES QUE LE BRINDAN ACERCA DE UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA?

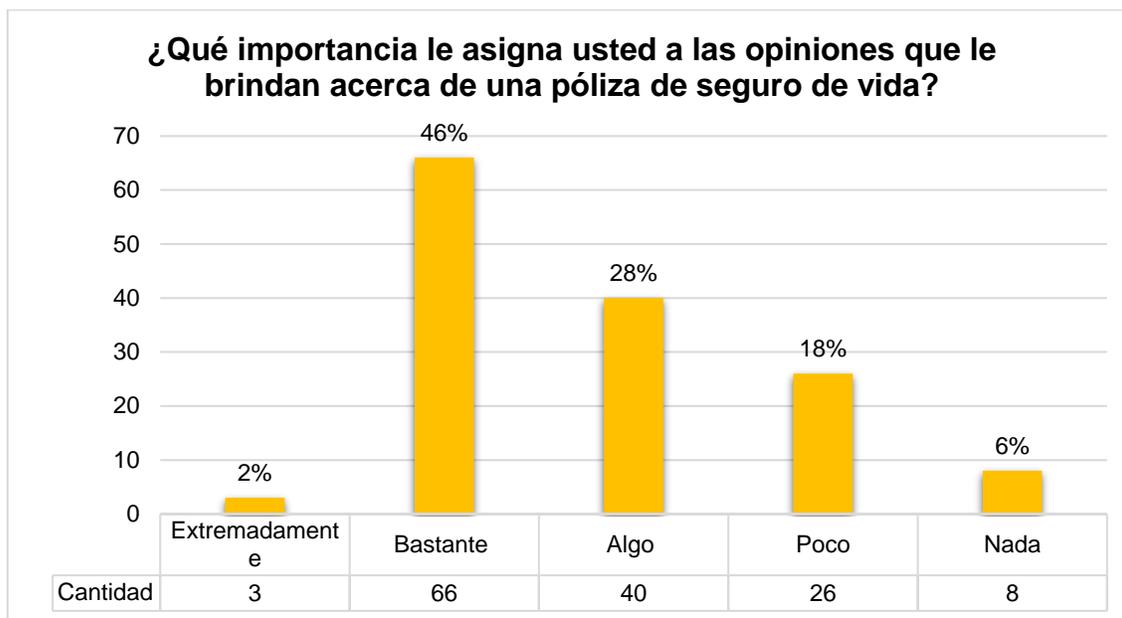
De acuerdo al Gráfico N° 48, el 46% de los encuestados indicaron que le dan “Bastante” importancia a las opiniones que le brindan acerca de una póliza de seguro de vida, el 28% le asignan “Algo” de importancia, el 18% le asigna un “Poco” de importancia, el 6% no le da nada de importancia a las opiniones que le brindan acerca de un seguro de vida y el 2% le da “Extremadamente” importancia a las opiniones que le brindan acerca de un seguro de vida.

Tabla N° 48

	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente	3	2%
Bastante	66	46%
Algo	40	28%
Poco	26	18%
Nada	8	6%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 48



¿POR CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES USTED SE BASARÍA AL ADQUIRIR UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

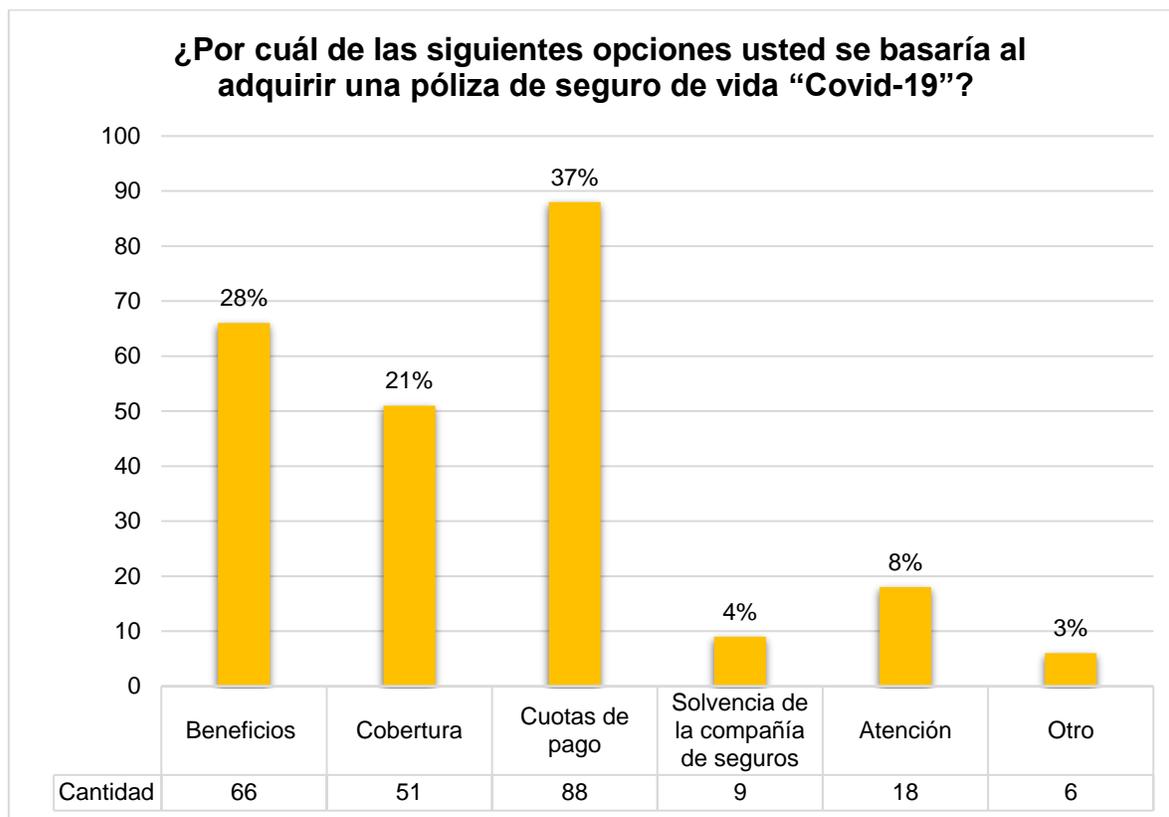
De acuerdo al Gráfico N° 49, el 37% de los encuestados indicaron que al adquirir una póliza de seguro de vida “Covid-19” se enfocan en las cuotas de pago, otros se enfocan en los beneficios con 28%, otros se enfocan en la cobertura con el 21%, el 8% se enfocan en la atención al cliente, mientras que otros más expertos sobre compañías aseguradoras se enfocan en la solvencia de la compañía de seguros representando el 4% y las demás personas se enfocan en otros aspectos del seguro para adquirirlo con el 3%.

Tabla N° 49

	Frecuencia	Porcentaje
Beneficios	66	28%
Cobertura	51	21%
Cuotas de pago	88	37%
Solvencia de la compañía de seguros	9	4%
Atención	18	8%
Otro	6	3%
TOTAL	238	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 49



AL QUERER CONTRATAR UNA PÓLIZA DE SEGURO, ¿EL PRECIO INFLUIRÍA EN SU DECISIÓN?

De acuerdo al Gráfico N° 50, el 92% de los encuestados indicaron que al querer contratar una póliza de seguro el precio influiría en su decisión, mientras que el restante con un 8% no influye en su decisión de adquirir un seguro “Covid-19”.

Tabla N° 50

	Frecuencia	Porcentaje
Si	132	92%
No	11	8%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 50



USTED COMPRARÍA UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19” PARA SU:

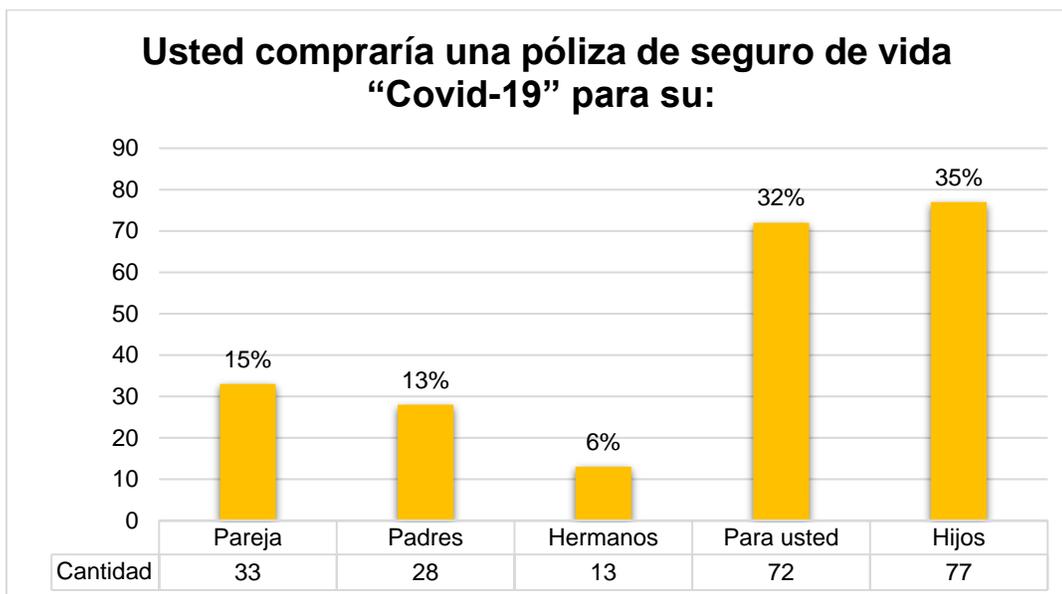
De acuerdo al Gráfico N° 51, el 35% de los encuestados comprarían un seguro de vida “Covid-19” para sus hijos, el 32% comprarían para ellos mismos, el 15% se enfocarían en comprar para sus parejas, el 13% se enfocarían en comprar para sus padres y finalmente otros se enfocarían en comprar para sus hermanos con un 6%.

Tabla N° 51

	Frecuencia	Porcentaje
Pareja	33	15%
Padres	28	13%
Hermanos	13	6%
Para usted	72	32%
Hijos	77	35%
TOTAL	223	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 51



¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED INVERTIR EN UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

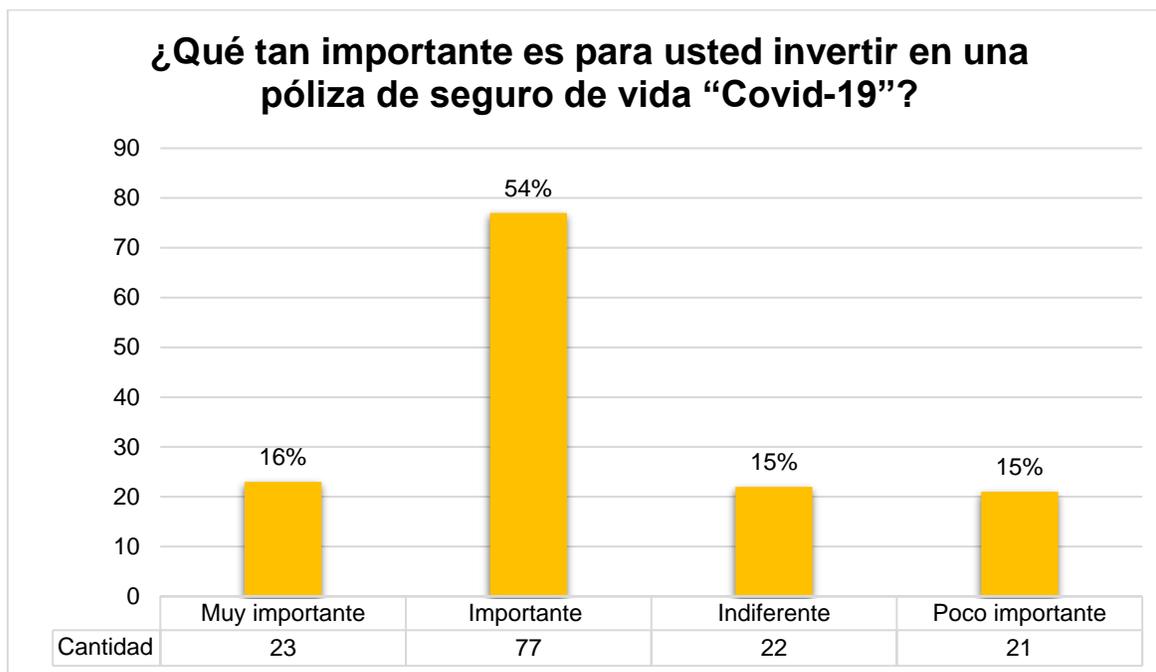
De acuerdo al Gráfico N° 52, el 54% de los encuestados consideran que para ellos es “importante” invertir en seguros de vida “Covid-19”, el 16% consideran "Muy importante” en estos seguros, el 15% lo consideran “Indiferente” a invertir en estos seguros y el otro 15% le da poca importancia a invertir en estos seguros.

Tabla N° 52

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	23	16%
Importante	77	54%
Indiferente	22	15%
Poco importante	21	15%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 52



¿QUÉ TAN ÚTIL USTED CONSIDERA QUE ES LA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”?

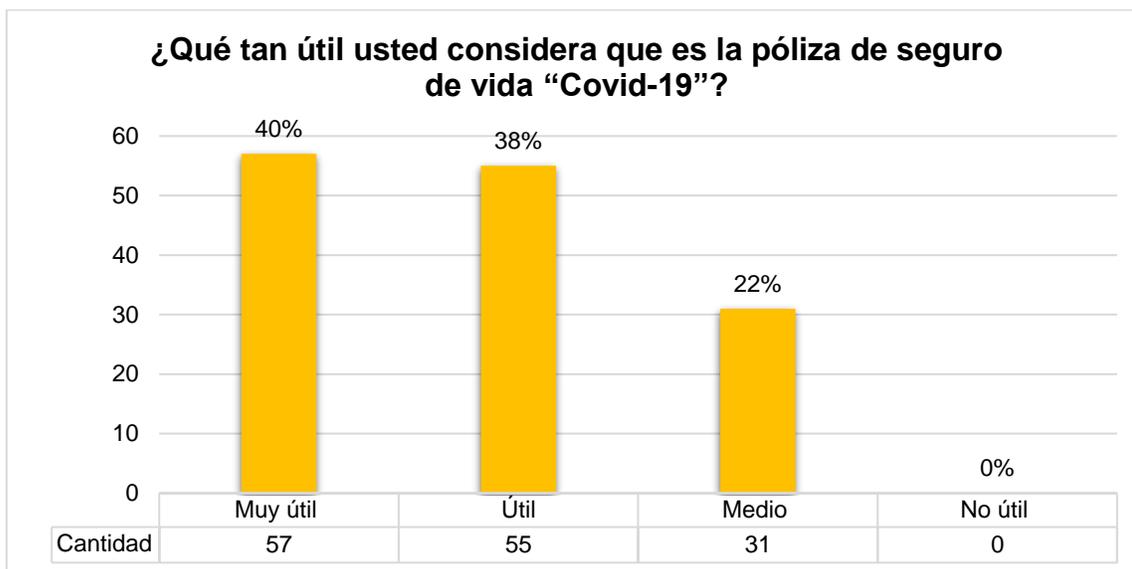
De acuerdo al Gráfico N° 53, el 40% de los encuestados consideran “Muy útil” a este seguro de vida “Covid-19”, el 38% consideran que es “útil” este seguro y el 22% lo consideran en un punto medio de utilidad a este seguro.

Tabla N° 53

	Frecuencia	Porcentaje
Muy útil	57	40%
Útil	55	38%
Medio	31	22%
No útil	0	0%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 53



FACTOR DE MOTIVACION

CONOCIENDO QUE SON LOS SEGUROS DE VIDA “COVID-19”. ¿PORQUE NO LOS HA COMPRADO?

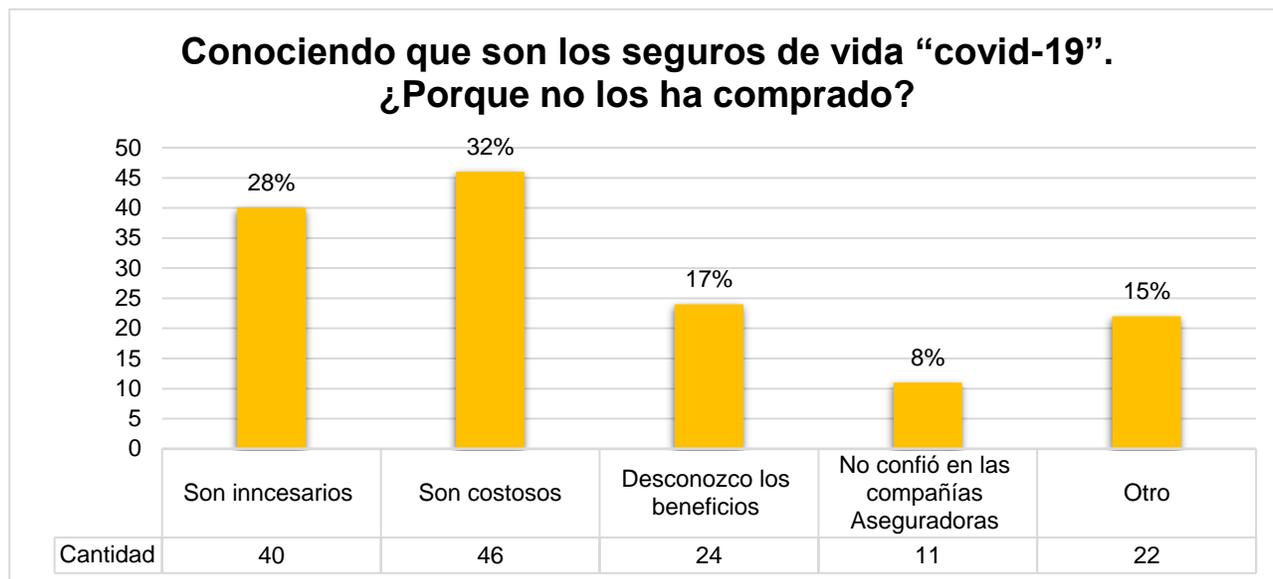
De acuerdo al Gráfico N° 54, el 32% indicaron que una de las razones por la cual no adquirieron este seguro es debido a que son costosos, el 28% lo consideran “Innecesario” para ellos, el 17% indicaron que desconocen de todos los beneficios de este seguro, el 15% tiene otros motivos por el cual no adquirieron este seguro y el 8% indicaron que no confían en las compañías aseguradoras por esa razón no adquirieron este seguro.

Tabla N° 54

	Frecuencia	Porcentaje
Son innecesarios	40	28%
Son costosos	46	32%
Desconozco los beneficios	24	17%
No confió en las compañías Aseguradoras	11	8%
Otro	22	15%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 54



CONSIDERA QUE UN SEGURO ES UN GASTO IRRECUPERABLE Y SIN BENEFICIOS:

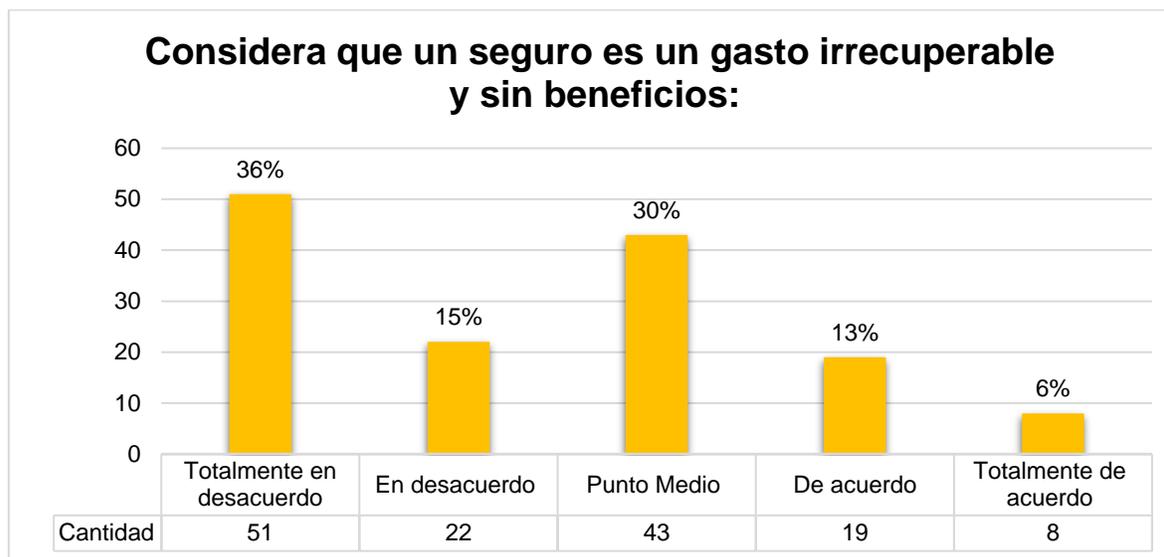
De acuerdo al Gráfico N° 55, el 36% de los encuestados están en total desacuerdo que un seguro es un gasto irrecuperable, el 30% consideran en un “punto medio” que este seguro un gasto innecesario, el 15% de los encuestados están en “desacuerdo” que este seguro es un gasto irrecuperable, 13% están en “de acuerdo” en considerar a este seguro como un gasto irrecuperable y 6% está en “total acuerdo” que es un gasto irrecuperable un seguro.

Tabla Nª 55

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	51	36%
En desacuerdo	22	15%
Punto Medio	43	30%
De acuerdo	19	13%
Totalmente de acuerdo	8	6%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 55



CONSIDERA QUE HOY EN DÍA ES UNA NECESIDAD TOMAR UN SEGURO DE VIDA “COVID-19” MIENTRAS DURE LA PANDEMIA:

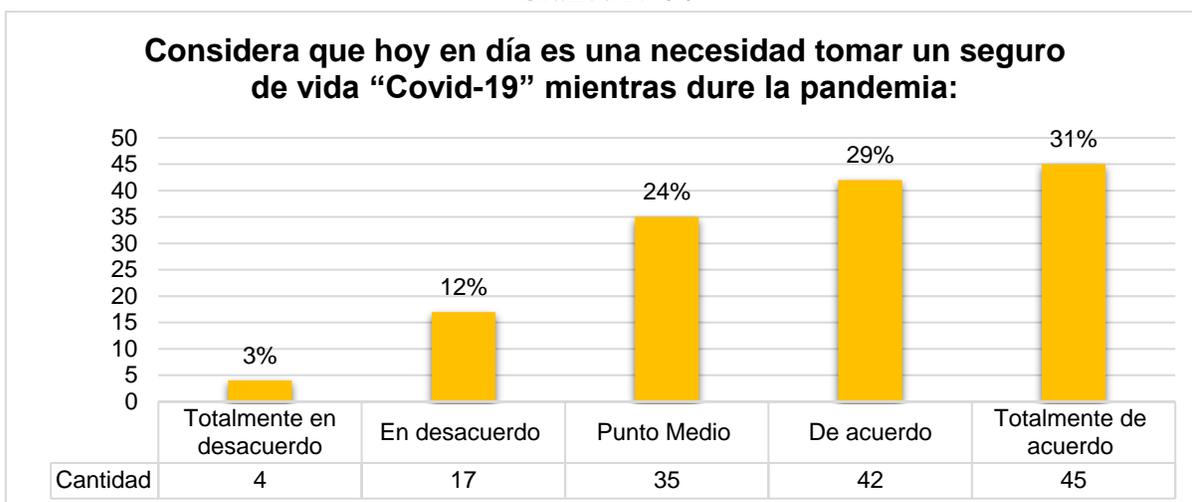
De acuerdo al Gráfico N° 56, el 31% de los encuestados están en “total acuerdo” en considerar a este seguro con una necesidad, el 29% están en “de acuerdo” en considerar como una necesidad a este seguro, el 24% considera en un “punto medio” en considerar como una necesidad, el 12% están en “desacuerdo” en considera que este seguro sea una necesidad y el 3% están en “total desacuerdo” en considerar a este seguro como una necesidad mientras dure la pandemia.

Tabla Nª 56

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	3%
En desacuerdo	17	12%
Punto Medio	35	24%
De acuerdo	42	29%
Totalmente de acuerdo	45	31%
TOTAL	143	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 56



CIUDADANOS QUE NO CONOCEN Y NO TIENEN EL SEGURO

GENERO DE LOS CIUDADANOS

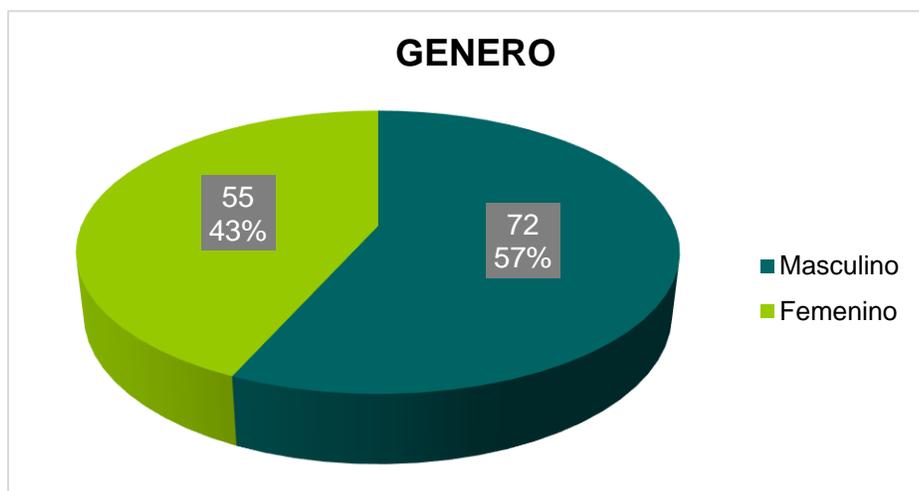
De acuerdo al Gráfico N° 57, de los ciudadanos que indicaron no conocer sobre este seguro, el 57% son del género masculino y el 43% son del género femenino.

Tabla N° 57

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	72	57%
Femenino	55	43%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 57



FACTOR PERSONAL

EDAD DE LOS CIUDADANOS

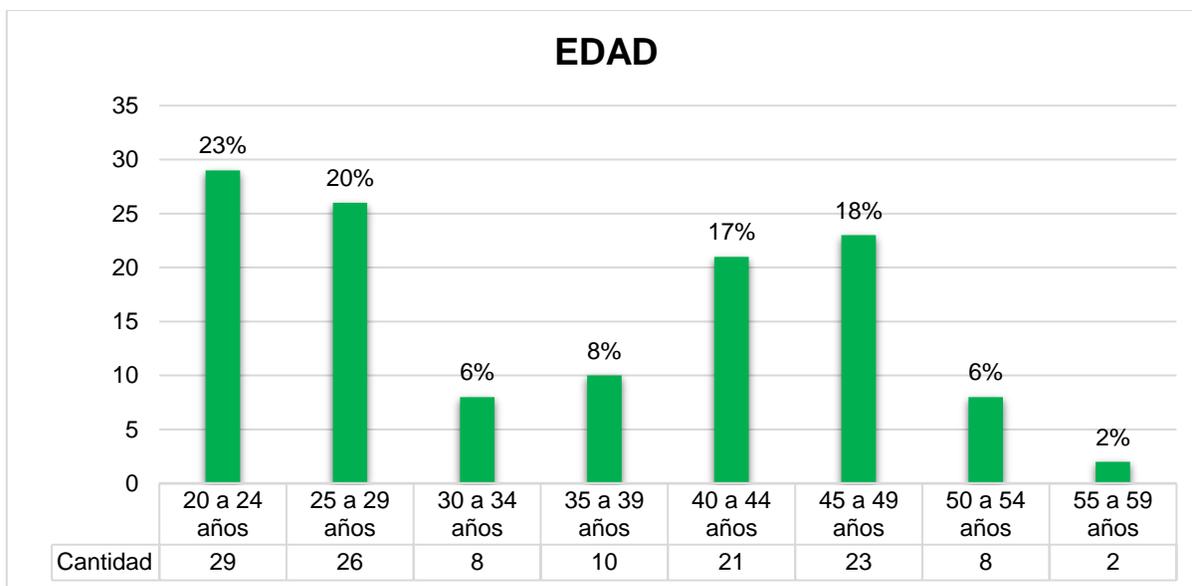
De acuerdo al Gráfico N° 58, de los ciudadanos que indicaron no conocer sobre este seguro, el 23% son de 20 a 24 años de edad, el 20% son de 25 a 29 años de edad, 18% son de 45 a 49 años de edad, 17% son de 40 a 44 años de edad, el 8% son de 35 a 39 años de edad, el 6% son 30 a 34 años de edad y también los de 50 a 54 años de edad y el 2% son de 55 a 59 años de edad con la menor participación de los encuestados.

Tabla N° 58

	Frecuencia	Porcentaje
20 a 24 años	29	23%
25 a 29 años	26	20%
30 a 34 años	8	6%
35 a 39 años	10	8%
40 a 44 años	21	17%
45 a 49 años	23	18%
50 a 54 años	8	6%
55 a 59 años	2	2%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 58



ESTADO CIVIL DE LOS CIUDADANOS

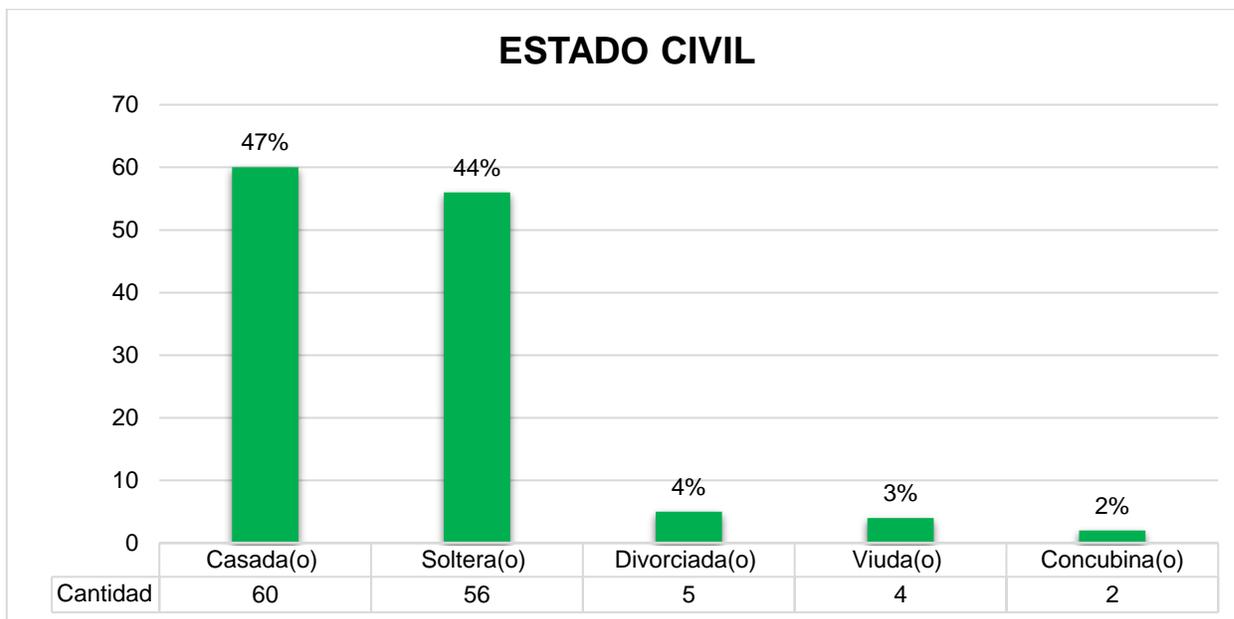
De acuerdo al Gráfico N° 59, se muestra que el 47% indicaron ser casados, el 44% de los encuestados indicaron estar solteros, el 4% de los encuestados indicaron estar divorciados, el 3% de los encuestados indicaron ser viudos y finalmente el 2% indicaron vivir en concubinato.

Tabla N° 59

	Frecuencia	Porcentaje
Casada(o)	60	47%
Soltera(o)	56	44%
Divorciada(o)	5	4%
Viuda(o)	4	3%
Concubina(o)	2	2%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 59



NIVEL DE ESTUDIO DE LOS CIUDADANOS

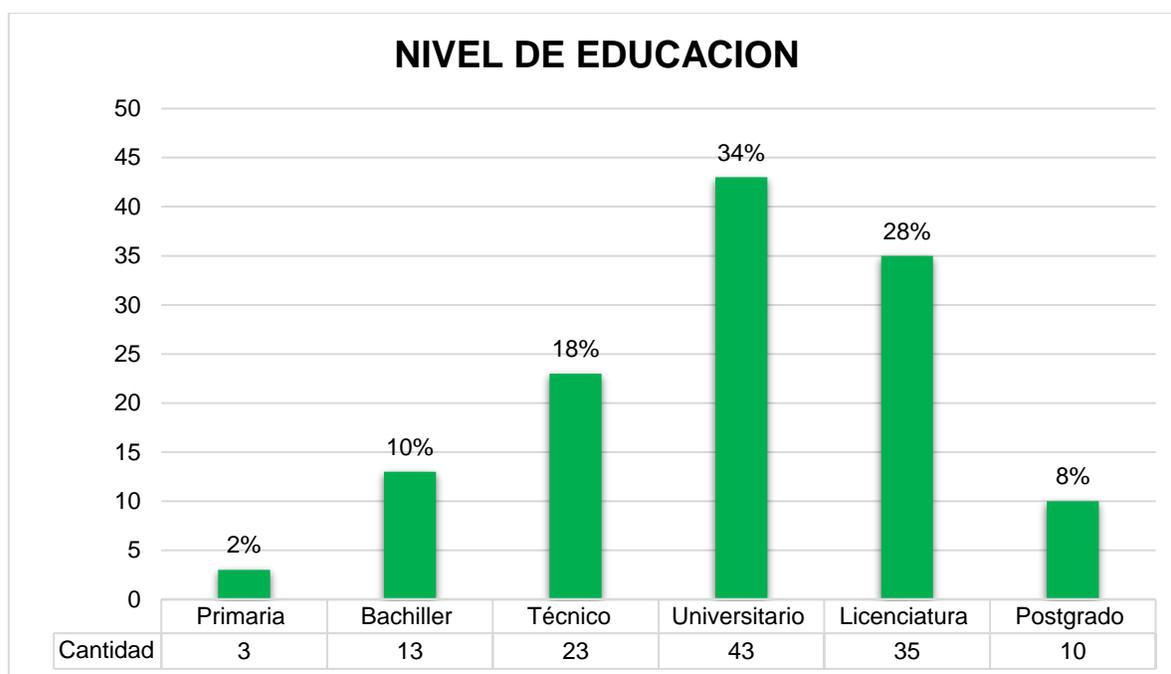
Dentro del Gráfico N° 60, se muestra que el 34% tiene una formación de universitario, el 28% tiene una formación de licenciatura, el 18% alcanzo hasta el nivel técnico, el 10% alcanzo nivel de educación bachiller, el 8% alcanzo su nivel de estudio de postgrado, el 2% alcanzo su nivel de estudios de primaria.

Tabla N° 60

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	3	2%
Bachiller	13	10%
Técnico	23	18%
Universitario	43	34%
Licenciatura	35	28%
Postgrado	10	8%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 60



MACRO DISTRITO EN DONDE VIVE EL CIUDADANO

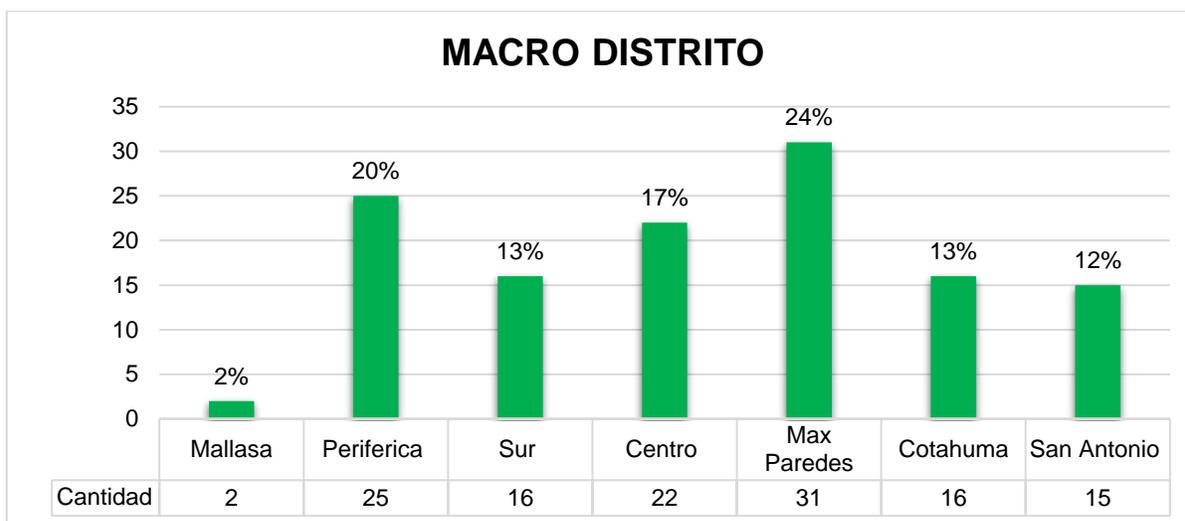
Dentro del Gráfico N° 61, se muestra que el 24% de los ciudadanos encuestados indicaron vivir en el macro distrito de la Max Paredes, el 20% indicó que vive en el macro distrito de la Periférica, el 17% viven en el macro distrito del Centro, el 13% indicó que vive en el macro distrito del Sur, el otro 13% indicó que vive en el macro distrito de Cotahuma, el 12% indicó que vive en el macro distrito de San Antonio y finalmente el 2% indicó que vive en el macro distrito de Mallasa.

Tabla N^a 61

	Frecuencia	Porcentaje
Mallasa	2	2%
Periférica	25	20%
Sur	16	13%
Centro	22	17%
Max Paredes	31	24%
Cotahuma	16	13%
San Antonio	15	12%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N^o 61



INGRESOS MENSUALES APROXIMADOS DEL CIUDADANO

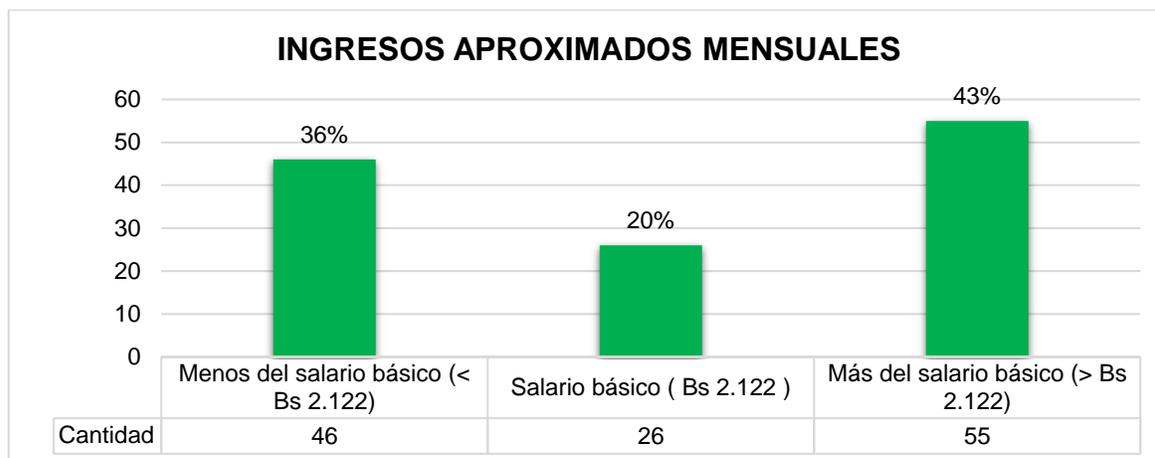
De acuerdo al Gráfico N^o 62, el 43% indicaron que sus ingresos mensuales aproximados son más del salario básico, el 36% indico que sus ingresos mensuales aproximados son menos del salario básico y el 20% indicaron que sus ingresos aproximados mensuales son iguales al salario básico.

Tabla N^a 62

	Frecuencia	Porcentaje
Menos del salario básico (< Bs 2.122)	46	36%
Salario básico (Bs 2.122)	26	20%
Más del salario básico (> Bs 2.122)	55	43%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 62



ACTIVIDAD LABORAL DEL CIUDADANO

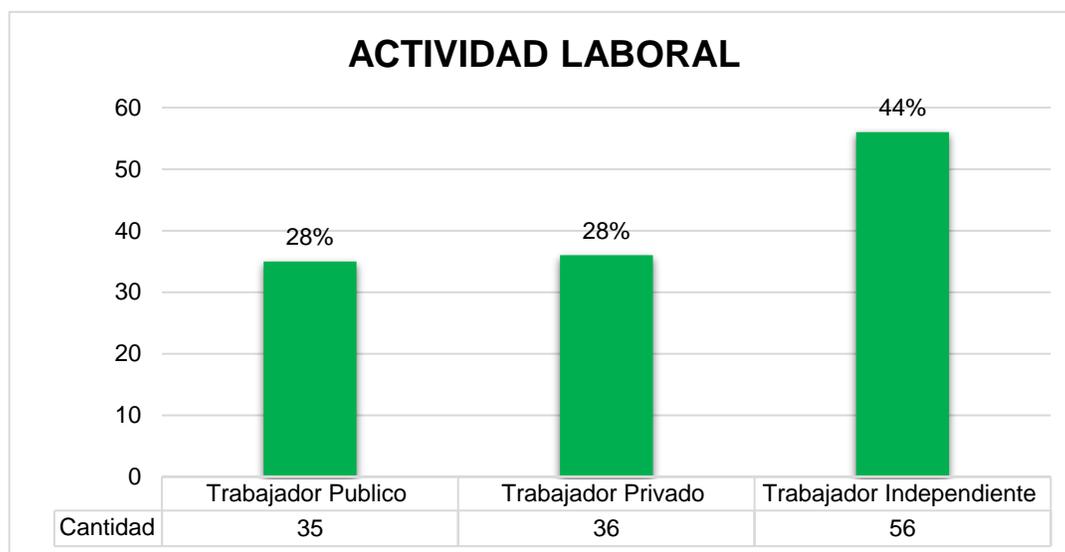
De acuerdo al Gráfico N° 63, el 44% de los encuestados indicaron que el trabajo que desempeñan es independiente, el 38% de indicaron que su actividad laboral lo desempeñan en instituciones privadas y el otro 28% de los encuestados indicaron que son trabajadores públicos.

Tabla N° 63

	Frecuencia	Porcentaje
Trabajador Publico	35	28%
Trabajador Privado	36	28%
Trabajador Independiente	56	44%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 63



LUGAR DEL DESEMPEÑO DEL TRABAJO

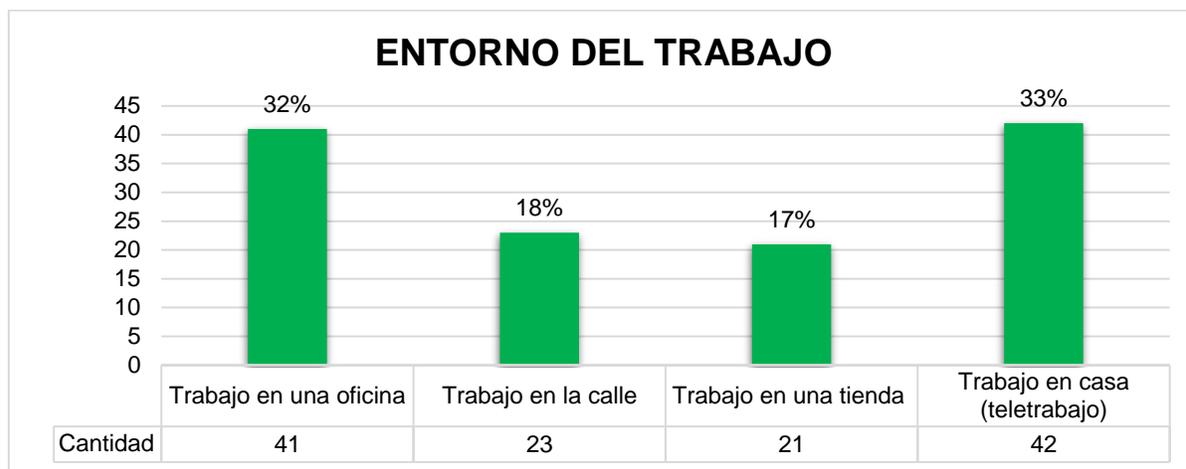
De acuerdo al Gráfico N° 64, el 33% de los encuestados indicaron que su trabajo lo realizan desde sus casas, el 32% indicaron que su trabajo lo realizan desde sus oficinas, mientras que el 18% indicaron que sus trabajos lo realizan desde las calles y el 17% indicaron que sus trabajos lo realizan desde sus tiendas.

Tabla N° 64

	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo en una oficina	41	32%
Trabajo en la calle	23	18%
Trabajo en una tienda	21	17%
Trabajo en casa (teletrabajo)	42	33%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 64



FUENTE ÚNICA DE INGRESOS ECONÓMICOS DEL CIUDADANO

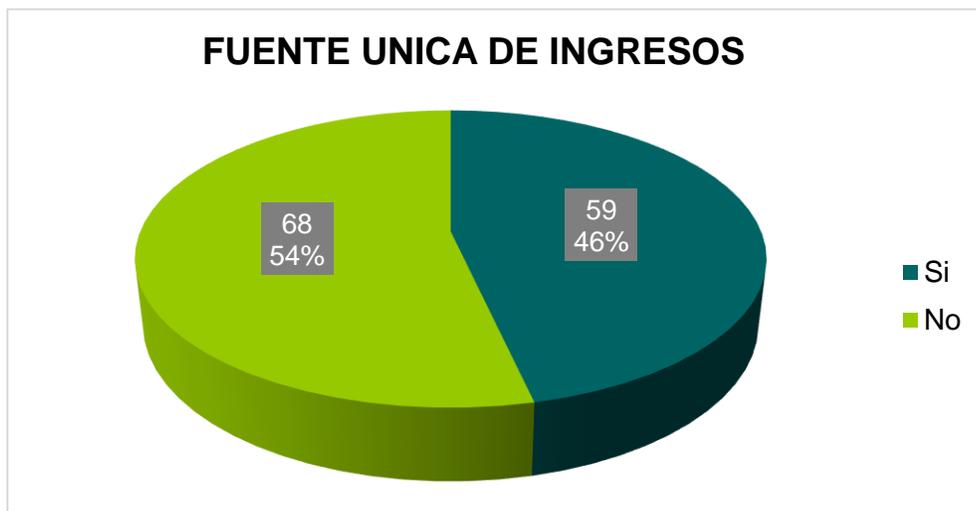
De acuerdo al Gráfico N° 65, el 54% de los encuestados indicaron que su trabajo no es la única fuente de ingresos económicos, mientras que el 46% de indicaron que su trabajo es la única fuente de trabajo.

Tabla N° 65

	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	46%
No	68	54%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 65



SE TOMARON MEDIDAS EN EL SECTOR DEL TRABAJO DEL CIUDADANO

De acuerdo al Gráfico N° 66, el 82% de los encuestados indicaron que en el sector en el que trabajan se tomaron medidas para protegerlos de la enfermedad del Covid-19, mientras que el 18% indicaron que no se tomaron ninguna medida para protegerlos del Covid-19.

Tabla N° 66

	Frecuencia	Porcentaje
Si	104	82%
No	23	18%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 66



MEDIDAS TOMADAS POR EL CIUDADANO PARA PROTEGERSE CONTRA EL COVID-19.

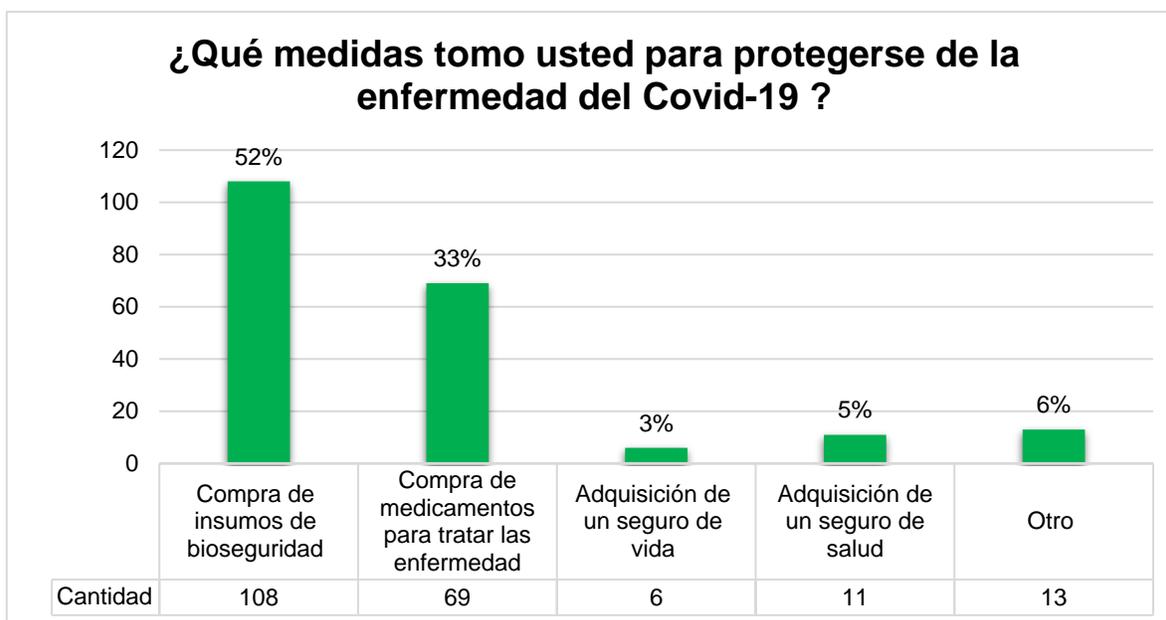
De acuerdo a la Grafica N° 67, el 52% de los encuestados tomaron como medida para protegerse del Covid-19 la compra de insumos de bioseguridad, como segundo lugar el 33% tomaron la medida de compra de medicamentos para tratar la enfermedad del Covid-19, como tercer lugar con el 5% tomaron la medida de adquirir un seguro de salud, con un 6% tomaron otras alternativas para poder protegerse del Covid-19 y con un 3% tomaron la medida de adquirir un seguro de vida.

Tabla N° 67

	Frecuencia	Porcentaje
Compra de insumos de bioseguridad	108	52%
Compra de medicamentos para tratar la enfermedad	69	33%
Adquisición de un seguro de vida	6	3%
Adquisición de un seguro de salud	11	5%
Otro	13	6%
TOTAL	207	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 67



PERSONAS QUE TRABAJAN DENTRO DE LA FAMILIA DEL CIUDADANO

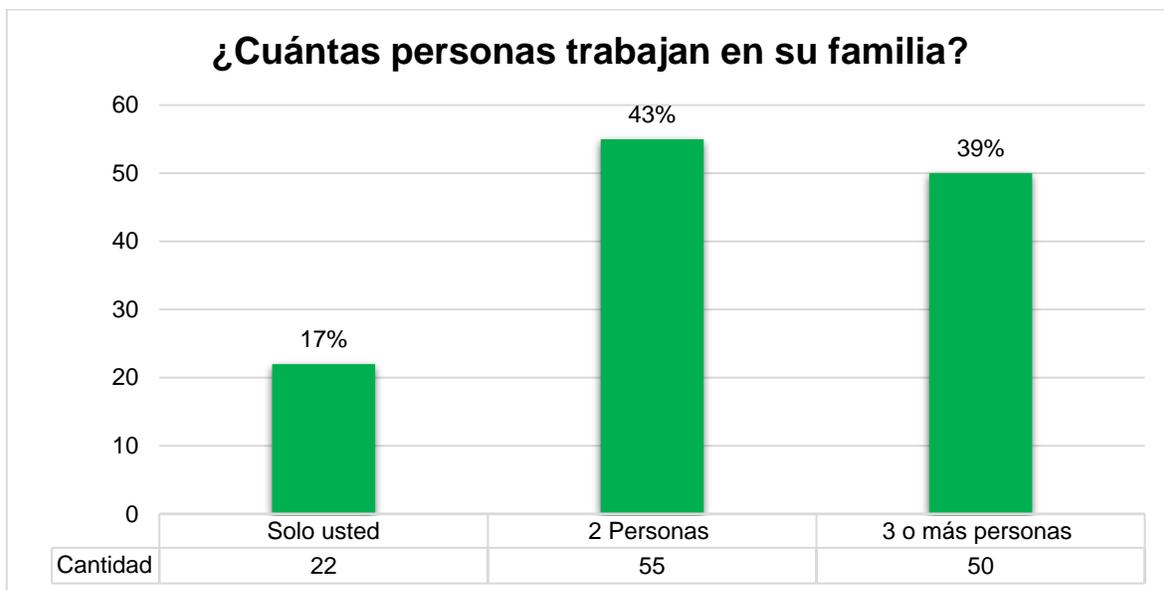
De acuerdo al Gráfico N° 68, el 43% de los encuestados indicaron que son dos personas que trabajan dentro de sus familias, mientras que el 39% indicaron que son 3 o más personas las que trabajan para mantener a su familia y el 17% indicaron solo ellos trabajan dentro de sus familias.

Tabla N° 68

	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	22	17%
2 Personas	55	43%
3 o más personas	50	39%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 68



PERSONAS QUE MANTIENE CON SU TRABAJO

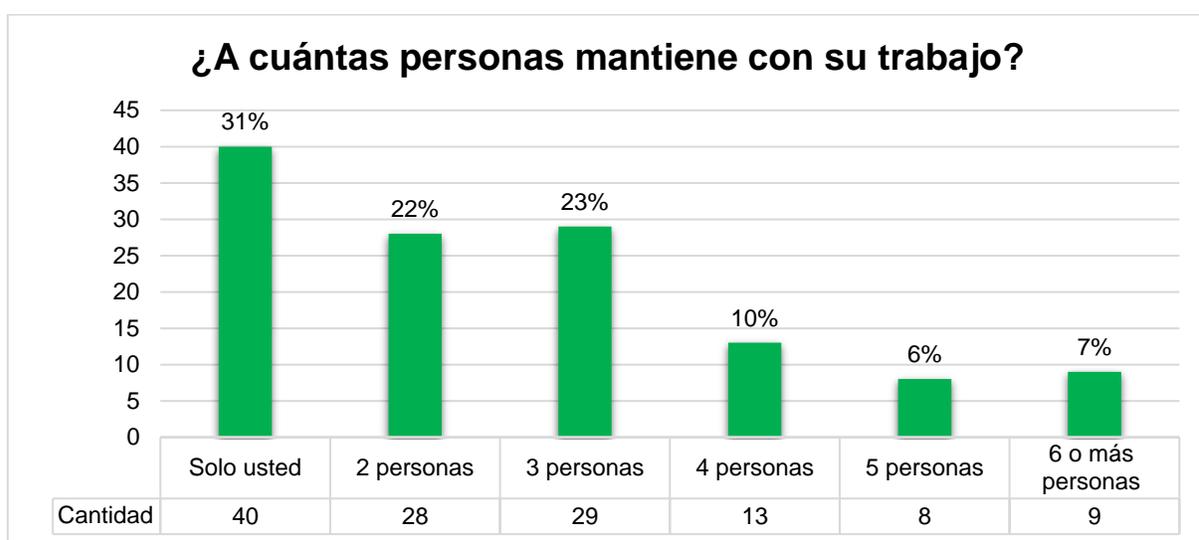
De acuerdo al Gráfico N° 69, el 31% de los encuestados indicaron que solo se mantienen a ellos, el 23% indicaron que mantienen a 3 personas, el 22% indicaron que mantienen a 2 personas, el 10% indicaron que mantienen a 4 personas dentro de sus familias, mientras que el 6% indicaron que mantienen 5 personas y el 7% de los encuestados indicaron que mantienen a 6 o más personas.

Tabla N° 69

	Frecuencia	Porcentaje
Solo usted	40	31%
2 personas	28	22%
3 personas	29	23%
4 personas	13	10%
5 personas	8	6%
6 o más personas	9	7%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 69



IMPORTANCIA DEL BIENESTAR A FUTURO DEL CIUDADANO

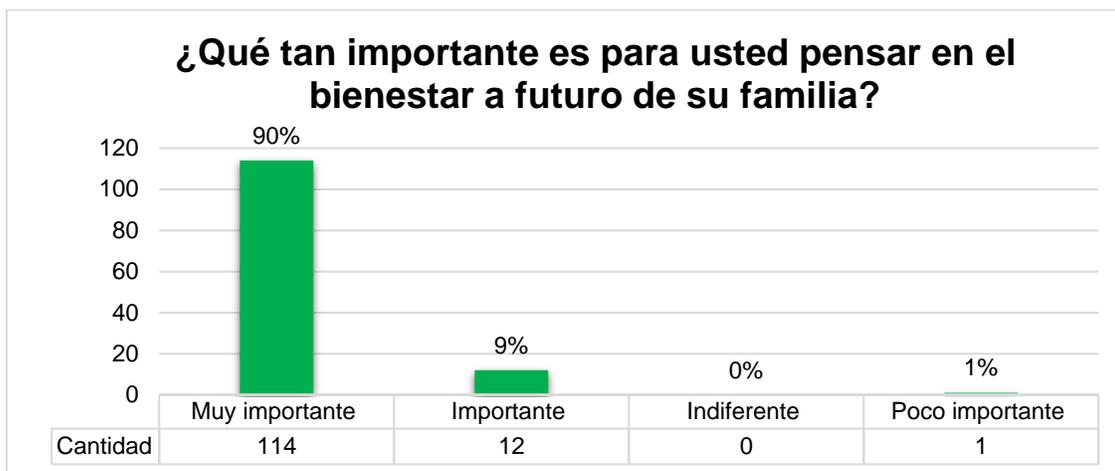
De acuerdo al Gráfico N° 70, el 90% de los encuestados consideran “Muy Importante” el bienestar a futuro de sus familias, el 9% indicaron que les parece “Importante” el bienestar a futuro de familias y un 1% considera al bienestar de sus familias como “poco importante”.

Tabla N° 70

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	114	90%
Importante	12	9%
Indiferente	0	0%
Poco importante	1	1%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 70



IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD COMO NECESIDAD BASICA

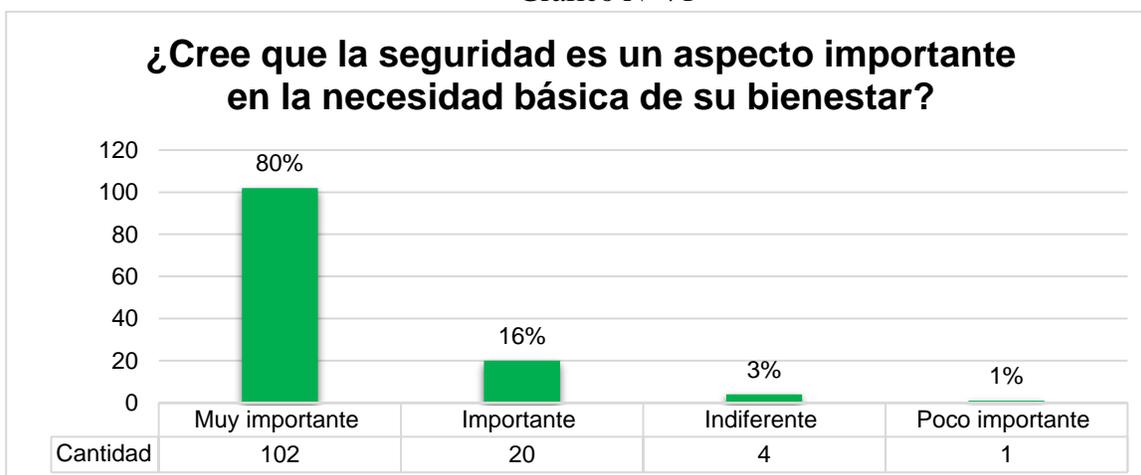
De acuerdo con el Gráfico N° 71, el 80% de los encuestados consideran “Muy Importante” la seguridad como una necesidad básica de su bienestar, el 16% consideran “Importante” la seguridad en su bienestar, el 3% les parece indiferente la seguridad como una necesidad básica en su bienestar y el 1% lo consideran poco importante la seguridad como una necesidad básica.

Tabla N° 71

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	102	80%
Importante	20	16%
Indiferente	4	3%
Poco importante	1	1%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 71



¿SABE USTED LO QUE ES UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA?

De acuerdo al Gráfico N° 72, el 61% de los encuestados indicaron saber que es una póliza de seguro de vida “Covid-19”, mientras que el restante con el 39% indicaron que no sabían que es una póliza de seguro de vida “Covid-19”.

Tabla N° 72

	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	61%
No	50	39%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 72



FACTORE DE MOTIVACION

¿USTED SE HA INFECTADO POR LA ENFERMEDAD DEL "COVID-19"?

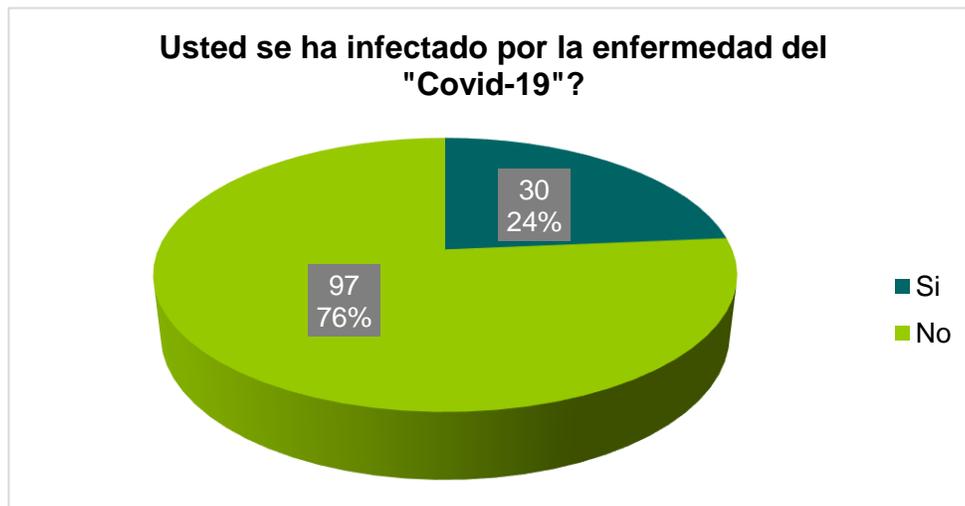
De acuerdo al Gráfico N° 73, el 76% de los encuestados indicaron que no se infectaron por la enfermedad del Covid-19, mientras que el restante con el 24% indicaron que se infectaron por el Covid-19.

Tabla N° 73

	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	24%
No	97	76%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 73



¿CUÁNTO LE AFECTO A SU ESTABILIDAD ECONÓMICA AL INFECTARSE POR "COVID-19"?

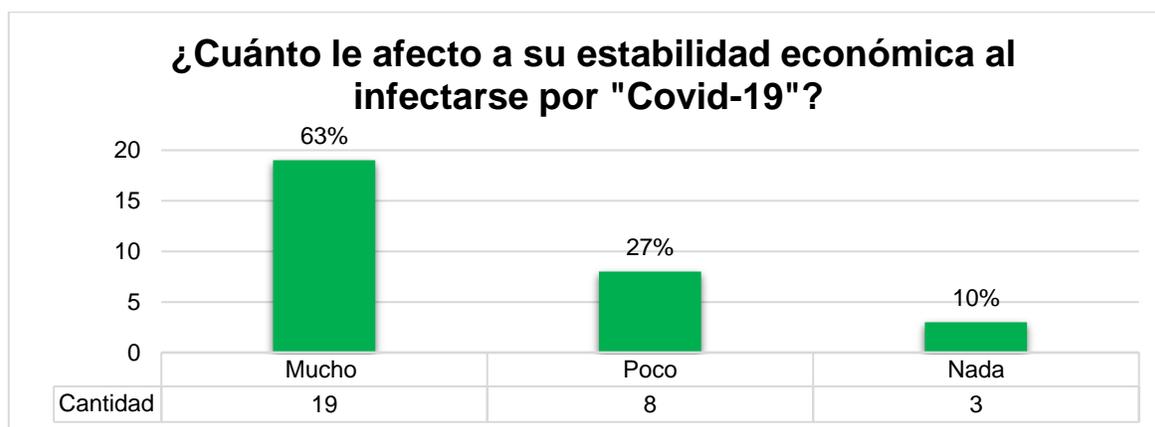
De acuerdo al Gráfico N° 74, el 63% indicaron que al infectarse por Covid-19 esto les afecto mucho a su estabilidad económica, el 27% indico que le afecto poco a su estabilidad económica y finalmente el 10% indicaron que no le afecto en nada a su estabilidad.

Tabla N° 74

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	19	63%
Poco	8	27%
Nada	3	10%
TOTAL	30	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 74



GRUPO DE REFERENCIA

USTED COMPRARÍA UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19” SI:

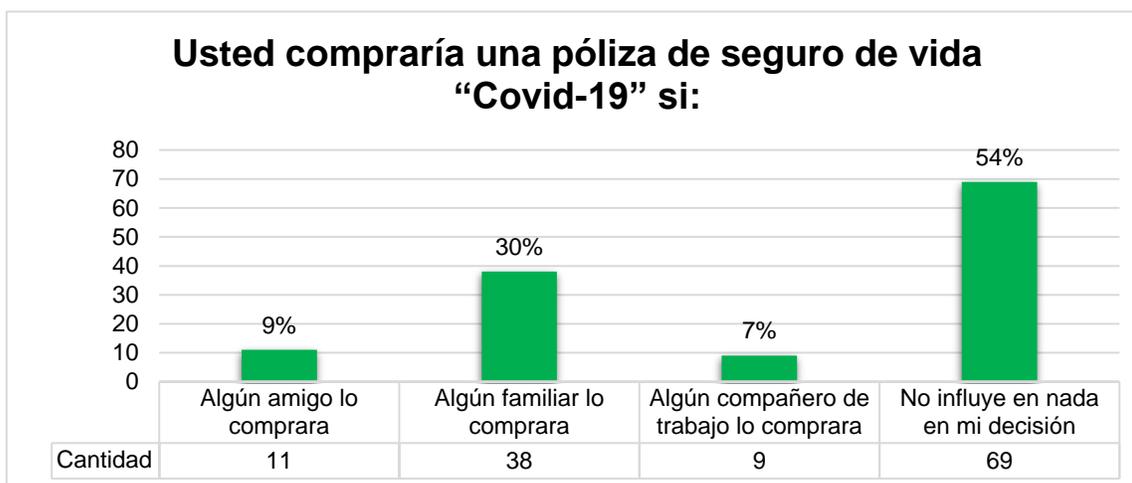
De acuerdo al Gráfico N° 75, el 54% de los encuestados indicaron que no influye en nada en su decisión de compra en adquirir un seguro de vida “Covid-19”, el 30% indicaron que comprarían un seguro si algún familiar lo comprara, 9% indicaron que comprarían un seguro de vida si algún amigo lo comprara y el 7% indico que comprarían si un compañero del trabajo lo comprara.

Tabla Nª 75

	Frecuencia	Porcentaje
Algún amigo lo comprara	11	9%
Algún familiar lo comprara	38	30%
Algún compañero de trabajo lo comprara	9	7%
No influye en nada en mi decisión	69	54%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 75



CONOCIENDO EN QUE IMPLICA EL SEGURO DE VIDA "COVID-19", USTED COMPRARÍA UNA PÓLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19” PARA SU:

De acuerdo al Gráfico N° 76, el 33% de los encuestados compraría un seguro de vida contra el Covid-19 para sus padres, el 24% de los encuestados compraría un seguro de vida “Covid-19” para ellos mismo, el 17% compraría este seguro para sus hijos, el 13% de compraría para sus parejas y el otro 13% compraría este seguro para sus hermanos.

Tabla N^a 76

	Frecuencia	Porcentaje
Pareja	29	13%
Padres	73	33%
Hermanos	29	13%
Para usted	52	24%
Hijos	38	17%
TOTAL	221	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N^o 76



FACTOR DE PERCEPCION

CONOCIENDO EN QUE IMPLICA EL SEGURO DE VIDA "COVID-19" ¿QUÉ TAN ÚTIL USTED CONSIDERA QUE ES ESTA PÓLIZA DE SEGURO?

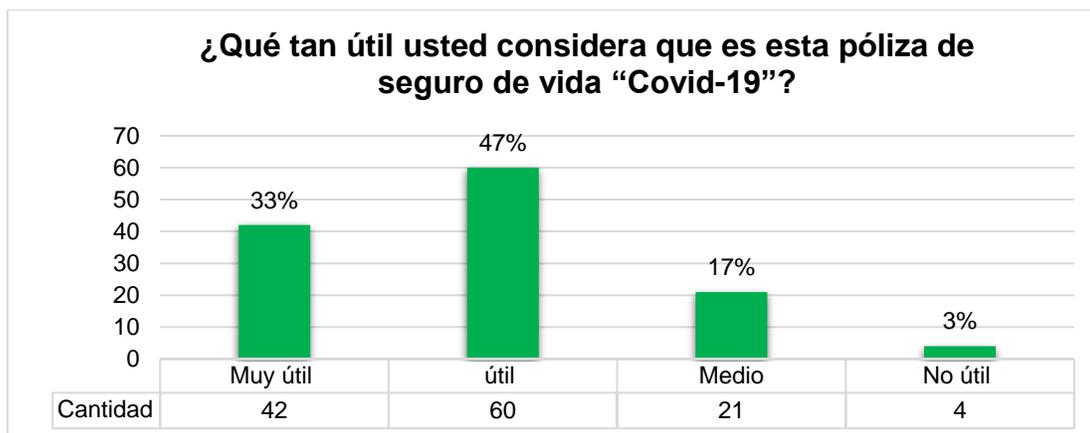
De acuerdo al Gráfico N^o 77, el 47% consideran a este seguro "útil", mientras que otro 33% indicaron que es muy útil este seguro, el 17% consideran a este seguro como un punto medio en cuanto a su utilidad y el 3% consideran no útil a este seguro de Covid-19.

Tabla N^a 77

	Frecuencia	Porcentaje
Muy útil	42	33%
útil	60	47%
Medio	21	17%
No útil	4	3%
TOTAL	127	100%

Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 77



CONOCIENDO EN QUE IMPLICA EL SEGURO DE VIDA " COVID-19 ". USTED CONSIDERA QUE ESTA PÓLIZA ES:

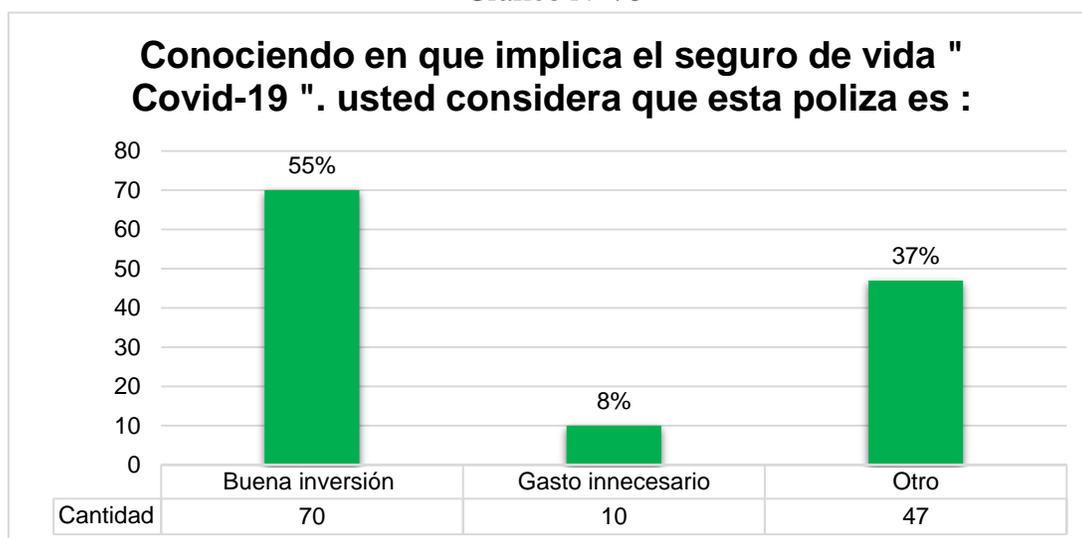
De acuerdo al Gráfico N° 78, el 55% de los encuestados indicaron que este seguro es una buena inversión, el 37% indicaron que es otra opción y el 8% indicaron que es un gasto innecesario.

Tabla N° 78

	Frecuencia	Porcentaje
Buena inversión	70	55%
Gasto innecesario	10	8%
Otro	47	37%
TOTAL	127	100%

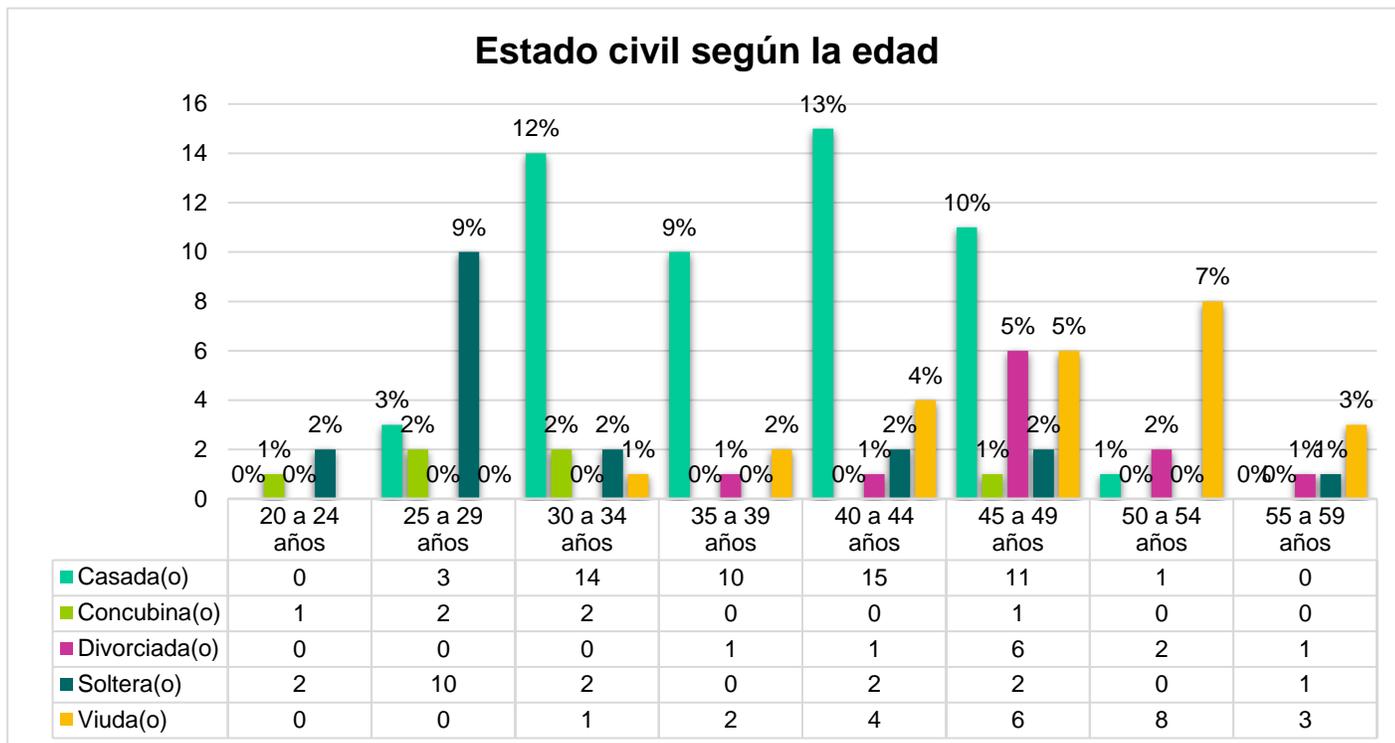
Fuente: elaboración de fuente propia

Gráfico N° 78



**CIUDADANOS QUE CONOCEN Y TIENEN EL SEGURO
ESTADO CIVIL SEGÚN LA EDAD DE LOS QUE TIENE EL SEGURO**

Gráfico N° 79

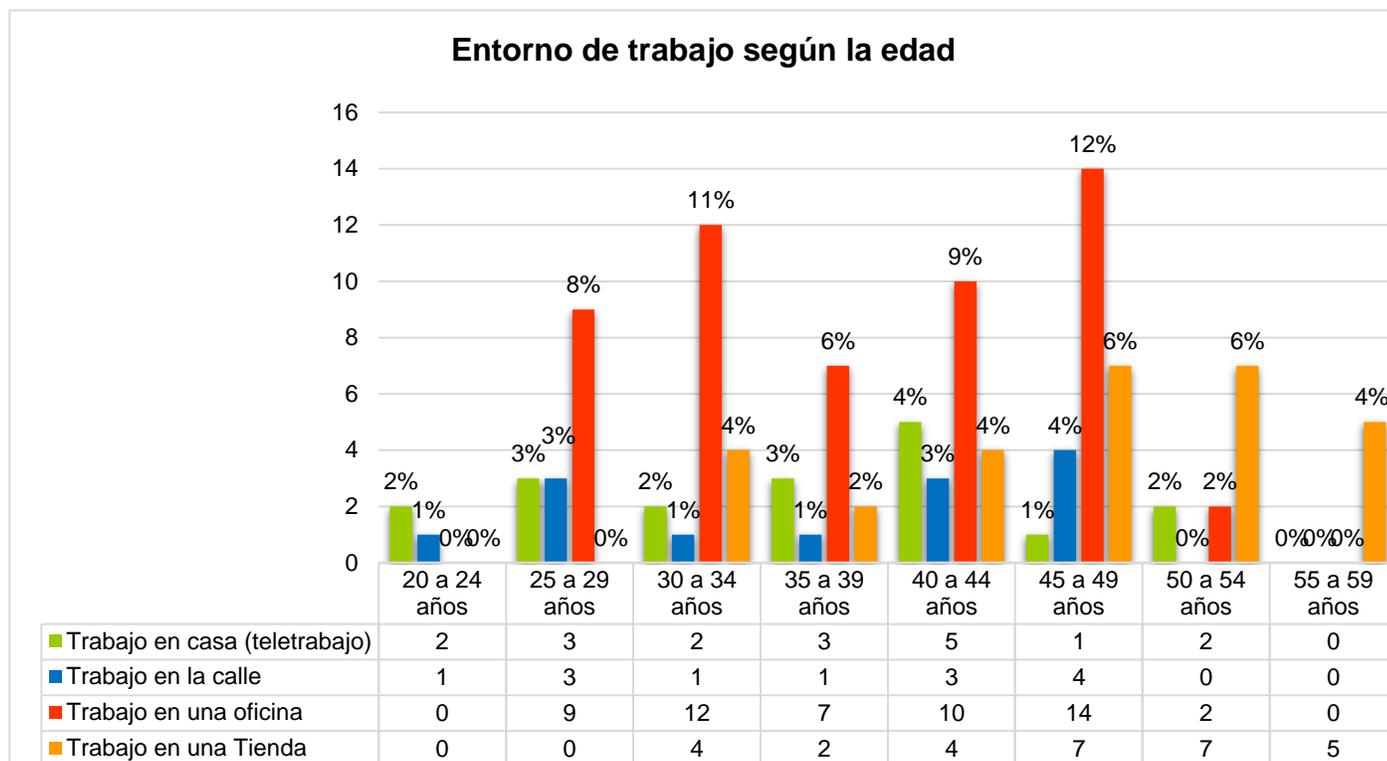


Fuente: elaboración de fuente propia

De acuerdo al Gráfico N° 79, se muestra que dentro de los 114 encuestados que tienen el seguro de vida “Covid-19”, el 13% de ellos que indicaron estar casados se encuentran entre la edad de 40 a 44 años siendo el porcentaje más significativo de los adquirieron este producto. La Gobernación de la ciudad de La Paz a establecido que este rango de edad entre 40 a 44 años tienen más riesgo de que la enfermedad empeore al infectarse con el Covid-19. Otro dato curioso es el 9% de los solteros que adquirieron este seguro tienen entre 25 a 29 años de edad, mostrando que, aunque sean jóvenes el infectarse por el Covid-19 puede afectar a su estabilidad económica dejándolos sin trabajar durante su recuperación.

ENTORNO DEL TRABAJO SEGÚN LA EDAD

Gráfico N° 80

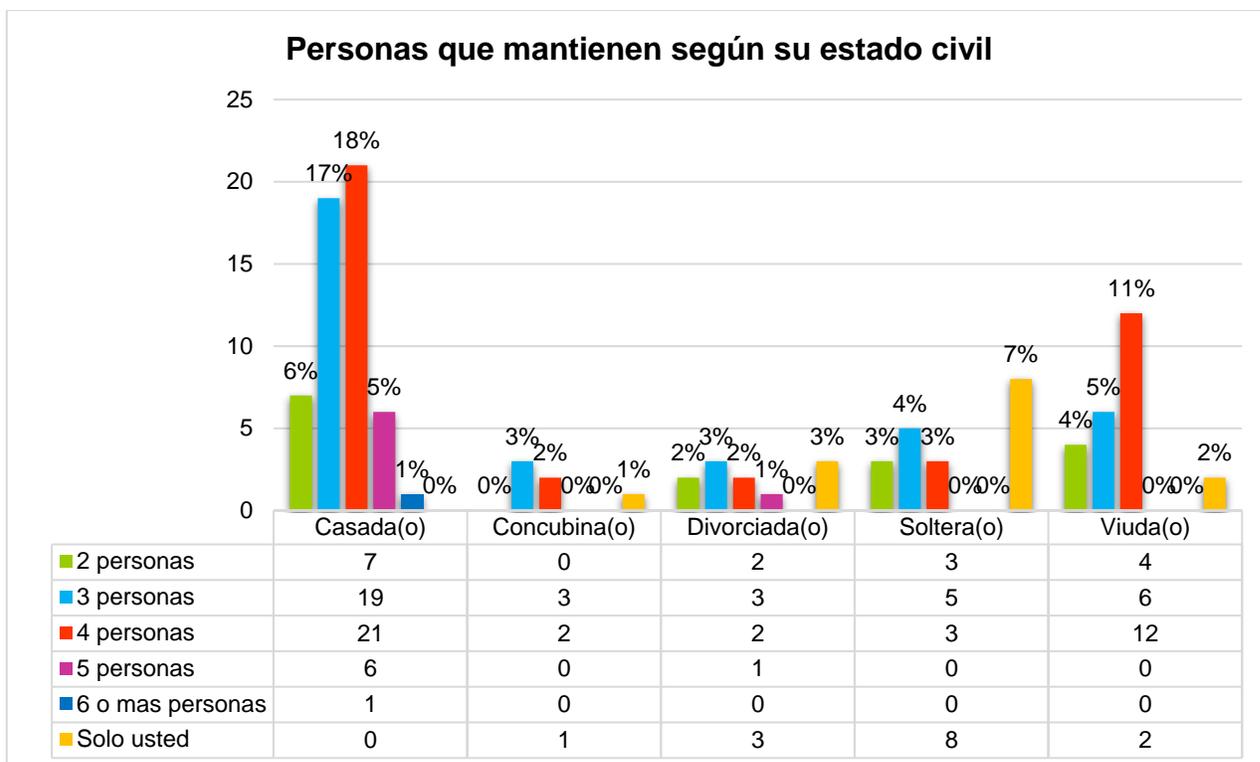


Fuente: elaboración de fuente propia

De acuerdo al Gráfico N° 80, se muestra que dentro de los 114 encuestados que tienen el seguro de vida “Covid-19”, el 12% indicaron que realizan sus actividades de laborales desde las oficinas y tienen entre 45 a 49 años de edad evidenciando que están considerablemente expuestos al riesgo de contraer esta enfermedad debido a su entorno laboral, ya que estarían constantemente rodeados por diferentes personas. De los que encuestados que indicaron que trabajan en tiendas y tienen entre 45 a 49 años de edad representando el 6%, se puede observar que este rubro de trabajo influyo a que se adquiriera este producto junto con el factor de la edad. Constantemente las personas van comprar a las diferentes tiendas y esto puede provocar que el riesgo de contraer esta enfermedad sea alto, desde la transferencia de efectivo de dinero hasta la atención al cliente.

PERSONAS QUE MANTIENEN SEGÚN SU ESTADO CIVIL

Gráfico N° 81



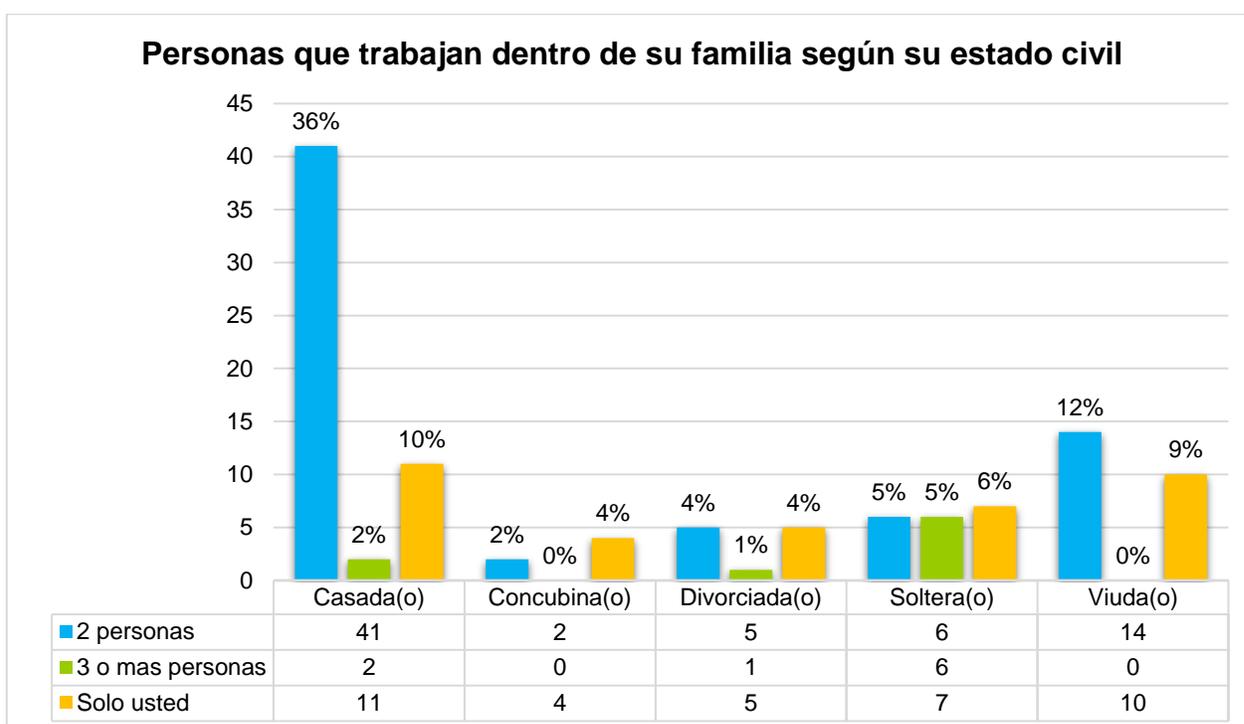
Fuente: elaboración de fuente propia

De acuerdo al Gráfico N° 81, se muestra que dentro de los 114 encuestados que tienen el seguro de vida “Covid-19”, el 18% de ellos que indicaron ser casados tienen que mantener a 4 personas, mientras que el 17% que también indicaron estar casados tienen que mantener a 3 personas dando como resultado que las personas casadas son las que tienen más responsabilidades, ya que tienen que mantener a más de dos personas, y también representan el mayor porcentaje dentro de estos diferentes grupos del estado civil. Otro dato importante es el 11% de los encuestados que indicaron ser viudos, debido a que mantener a 4 personas dando como resultado que son la única fuente de ingresos económicos dentro de su entorno familiar, y en caso que esta persona se infectara por el Covid-19, esto podría ser muy riesgoso ya que podría imposibilitar a que trabajen durante el tiempo de su recuperación o en casos más graves el deceso de la persona.

PERSONAS QUE TRABAJAN DENTRO DE SU FAMILIA SEGÚN SU ESTADO CIVIL

De acuerdo al Gráfico N° 82, se muestra que de los 114 encuestados que tienen el seguro de vida “Covid-19”, el 36% de los que indicaron ser casados no solamente son los únicos que trabajan. Otro dato importante es el 10% de los que también indicaron ser casados ya que son los únicos que contribuyen económicamente en sus hogares, dando por hecho que sus familias son muy dependientes económicamente de ellos. Por otro lado, el 12% de los que indicaron ser viudos no son los únicos que trabajan dentro sus hogares, sino que existe otra persona como ser hijos o hijas con la capacidad de trabajar para contribuir económicamente a su familia.

Gráfico N° 82



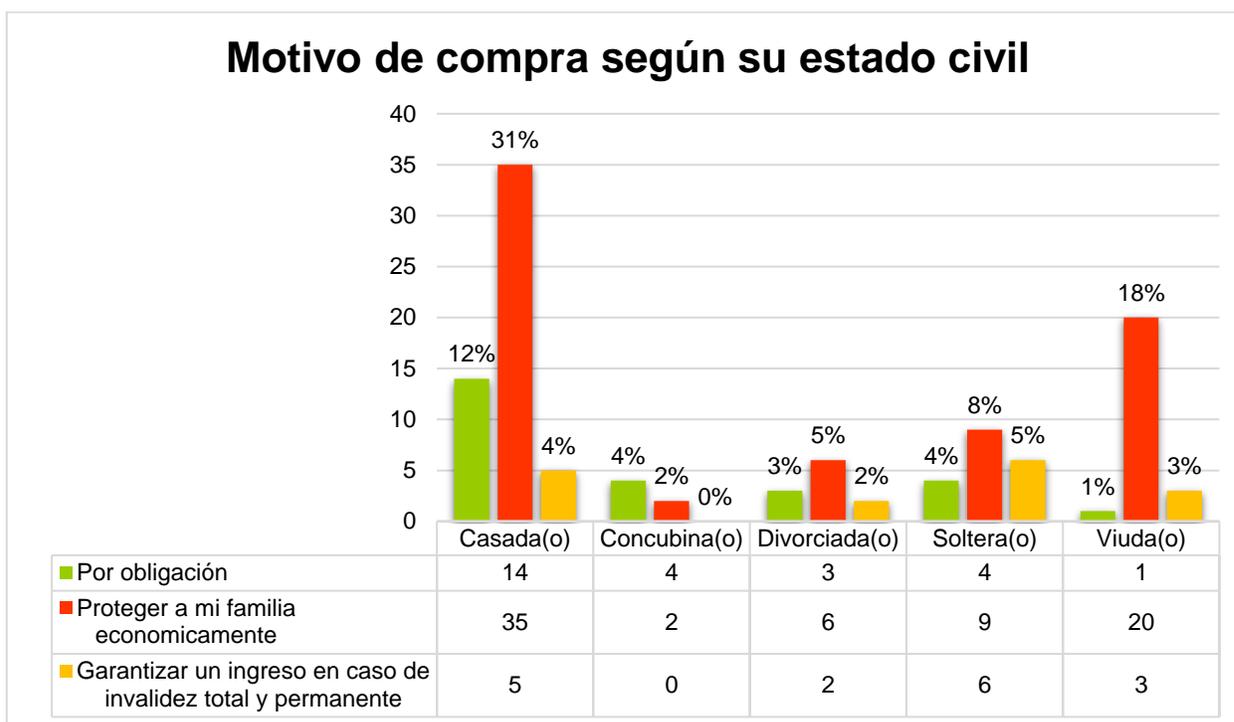
Fuente: elaboración de fuente propia

MOTIVO DE COMPRA SEGÚN SU ESTADO CIVIL

De acuerdo al Gráfico N° 83, se muestra que de los 114 encuestados que tienen el seguro de vida “Covid-19”, el 31% que indicaron estar casados adquirieron este seguro para proteger a su familia económicamente en caso de que la persona se infectara o muriera por la enfermedad del Covid-19. En caso de que estas personas fueran las únicas que mantienen económicamente a

sus familias sería un buen motivo por la cual se adquirió este seguro. Otro dato importante es el 18% de los que indicaron ser viudos porque también adquirieron este seguro para proteger a sus familias económicamente, esto muestra que en caso de fueran los únicos que trabajan dentro de sus hogares, serían los únicos que contribuyen económicamente a mantener a toda su familia, siendo que un contagio por el Covid-19 imposibilitaría la realización de su trabajo durante el tiempo de recuperación. Por otra parte, el otro 12% de los casados indicaron que tienen este seguro por obligación, esto se debe que según a la entrevista las aseguradoras están aliadas con bancos para promocionar este seguro y que estas instituciones financieras proporcionen a sus clientes y a sus empleados este producto.

Gráfico N° 83



Fuente: elaboración de fuente propia

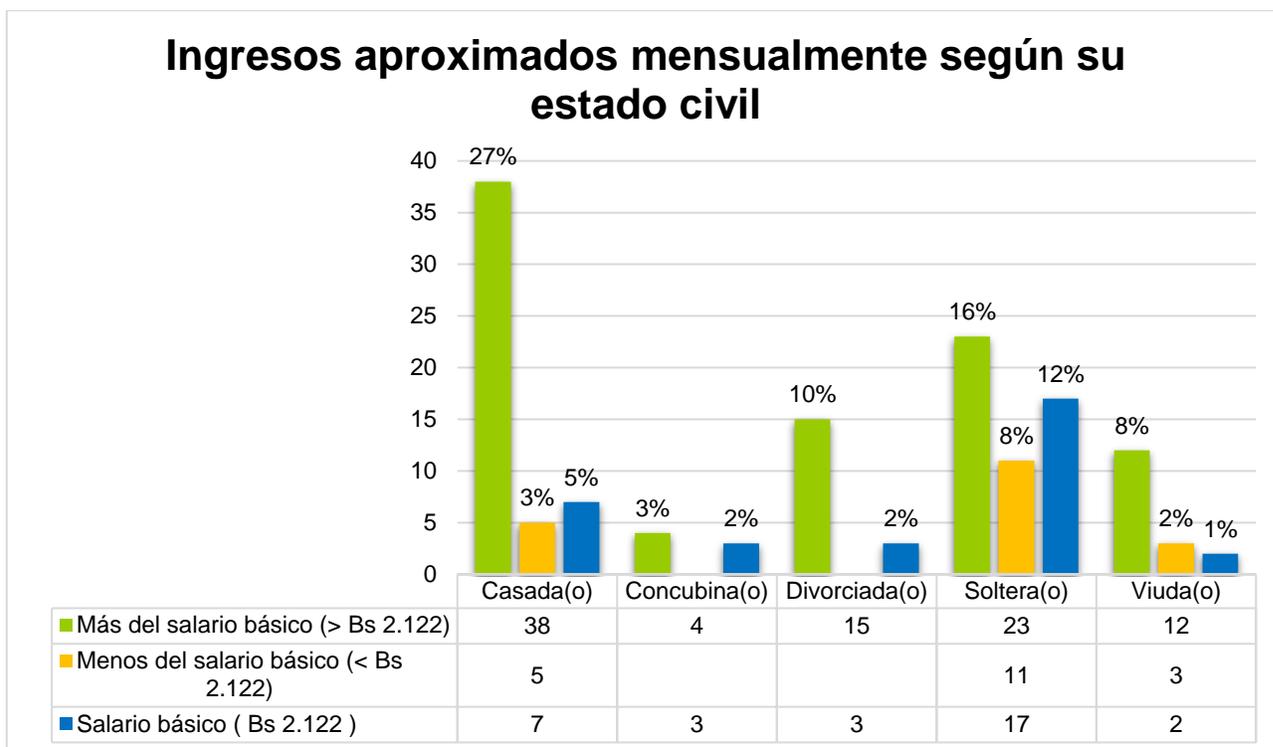
CIUDADANOS QUE CONOCEN Y NO TIENEN EL SEGURO

INGRESOS APROXIMADOS MENSUALMENTE SEGÚN SU ESTADO CIVIL

De acuerdo al Gráfico N° 85, se muestra que dentro de los 143 encuestados que conocen sobre seguro de vida “Covid-19” y no lo adquirieron, el 27% de los que indicaron estar casados tienen un ingreso mensualmente aproximado de “Más del salario básico”, dando a conocer que sus

ingresos económicos no imposibilitan que estas personas puedan adquirir este seguro si no que existe otros motivos para no adquirirlos. Otro dato a considerar es el otro 5% de los casados que indicaron que sus ingresos aproximados mensualmente son igual al salario básico, siendo esto uno de los factores económicos que afectarían para adquirir este producto.

Gráfico N° 84



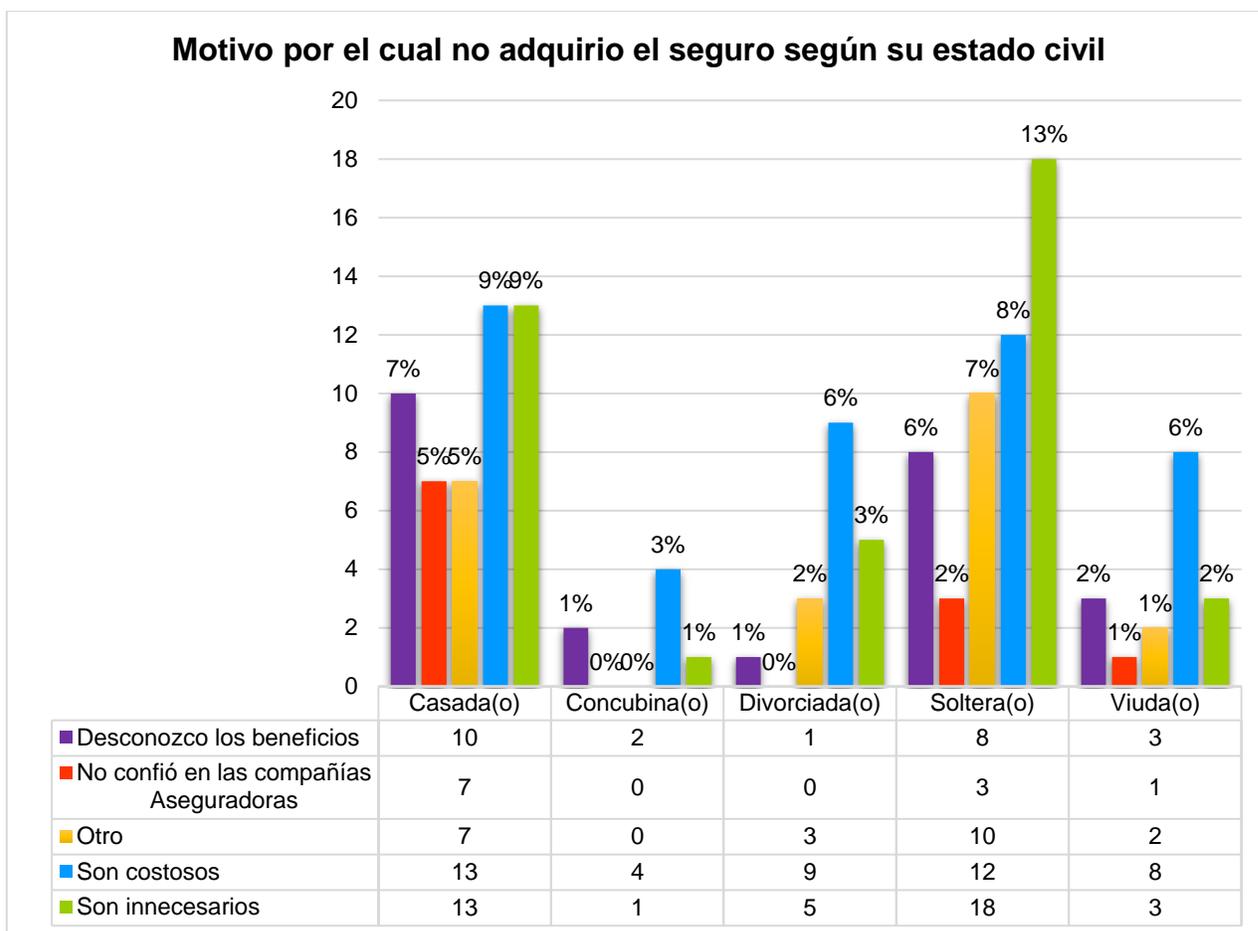
Fuente: elaboración de fuente propia

MOTIVO POR EL CUAL NO ADQUIRIÓ EL SEGURO SEGÚN ESTADO CIVIL

De acuerdo al Gráfico N° 85, se muestra que dentro de los 143 encuestados que conocen sobre seguro de vida “Covid-19” y no lo adquirieron, el 9% de los que son casados indicaron que estos seguros son costosos y el otro 9% del mismo grupo indicaron que son innecesarios mientras dure la pandemia. Otro dato significativo es el 13% de los encuestados que son solteros debido a que indicaron que estos seguros son innecesarios, mientras que el otro 8% de ellos indicaron que estos seguros son costos dando como resultado a estas dos principales razones por la cual las personas no adquirieron este seguro. Otro dato a considerar es el desconocimiento de los beneficios que tienen los seguros de vida “Covid-19” por parte de los casados, ya que

prácticamente ellos conocen sobre la existencia de este producto, pero no las ventajas que presentan.

Gráfico N° 85



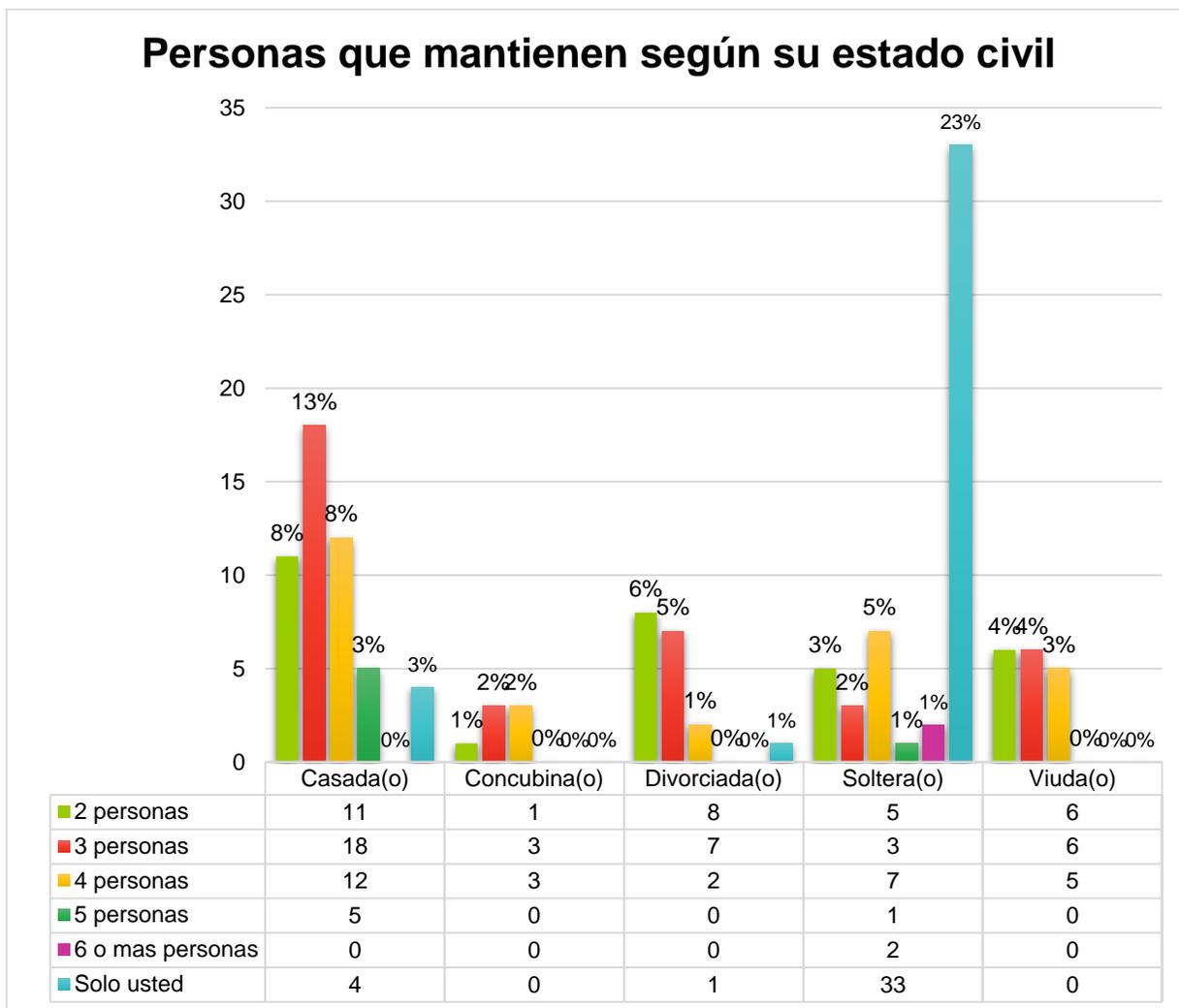
Fuente: elaboración de fuente propia

PERSONAS QUE MANTIENEN SEGÚN SU ESTADO CIVIL

De acuerdo al Gráfico N° 86, se muestra que dentro de los 143 encuestados que conocen sobre seguro de vida “Covid-19”, pero no lo adquirieron, el 23% de los encuestados que indicaron ser solteros solo se mantiene a ellos, siendo esto un factor importante para que no adquirieran este seguro ya que como son solteros la responsabilidad de mantener alguna persona es muy baja. En el anterior grafico se pudo evidenciar que los solteros consideran innecesario este seguro ya que nadie depende de ellos. Otro dato significativo es el grupo de las personas casadas ya que tienen que mantener a más de una persona como ser ; el 13% de los casados que tienen que

mantener a 3 personas, seguido del otro 8% del mismo grupo que tiene que mantener a 4 personas, aunque este grupo de personas tengan muchas personas que dependen de ellas no adquirieron este seguro, debido a que existe otros factores como se evidencia en el anterior grafico como ser; el desconocimiento de los beneficios o también el costo alto que ellos perciben.

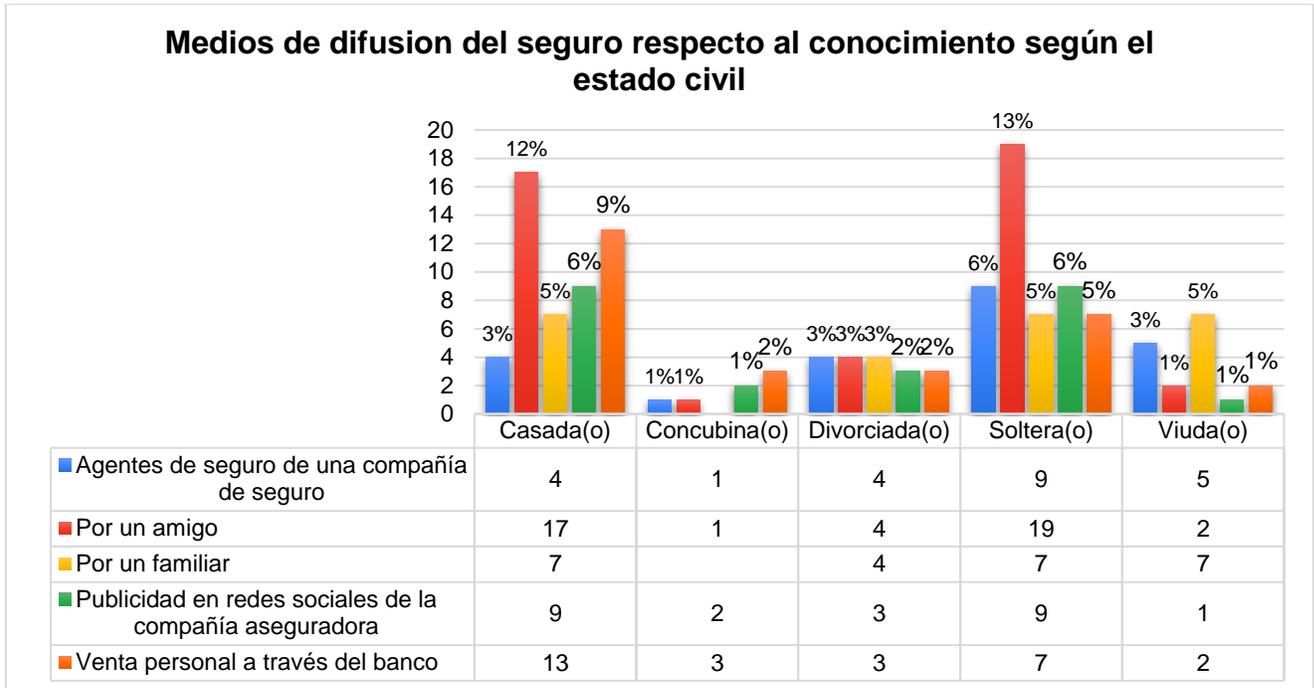
Gráfico N^a 86



Fuente: elaboración de fuente propia

MEDIOS DE DIFUSION DEL SEGURO RESPECTO AL CONOCIMIENTO SEGÚN EL ESTADO CIVIL

Gráfico N° 87



De acuerdo al Gráfico N° 87, se muestra que dentro de los 143 encuestados que conocen sobre seguro de vida “Covid-19”, pero no lo adquirieron, el 12% de los casados conoció este seguro por medio de un amigo y el otro 9% de ellos conocieron por una venta directa a través del banco. Es evidente que entre los diferentes grupos que se presenta en este grafico la mayoría conoció a este seguro mediante un amigo. Otro dato significativo es el medio de comunicación de las redes sociales para promocionar este seguro, siendo que entre los casados representa el 6% que conocieron mediante las redes sociales de las diferentes publicaciones de post de las compañías de seguro de vida.

DISCUSIÓN

TABLA N^a 79

RESUMEN DE LOS RESULTADOS

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE COMPRA	CONOCEN Y TIENEN EL SEGURO	CONOCEN Y NO TIENE EL SEGURO	NO CONOCEN
Personales	114 personas	143 personas	127 personas
	Estado civil: 47% casados 21% viudos	Estado civil: 36% soltero 35% casados	Estado civil: 47% casados 44% solteros
	Edad: 23% entre 45 y 49 años 19% entre 40 y 44 años	Edad: 24% entre 35 y 39 años 24% entre 40 y 44 años	Edad: 23% entre 20 y 24 años 20% entre 25 y 29 años
	Nivel de Educación: 42% Licenciados 23% Técnicos	Nivel de Educación: 26% Técnicos 24% Licenciados	Nivel de Educación: 34% Universitarios 28% Licenciados
	Ingresos aproximados mensualmente: 78% Mas del salario básico	Ingresos aproximados mensualmente: 64% Mas del salario básico	Ingresos aproximados mensualmente: 43% Mas del salario básico
	Personas que trabajan en su familia 60% dos personas	Personas que trabajan en su familia 27% solo usted	Personas que trabajan en su familia 43% dos personas
	Actividad laboral: 39% trabajador independiente 37% trabajador de instituciones privadas	Actividad laboral: 43% trabajador independiente 35% trabajador de instituciones privadas	Actividad laboral: 44% trabajador independiente 28% trabajador del servicio publico
	Entorno de la actividad laboral 47% trabaja en oficina 25% trabaja en tienda	Entorno de la actividad laboral 41% trabaja en oficina 21% trabaja en casa	Entorno de la actividad laboral 33% trabaja en casa 32% trabaja en oficina
	Tomaron medidas en su trabajo para protegerlo: Si: 84% No: 16%	Tomaron medidas en su trabajo para protegerlo: Si: 87% No: 13%	Tomaron medidas en su trabajo para protegerlo: Si: 82% No: 18%
Medidas tomadas por usted:	Medidas tomadas por usted:		

	<p>39% compra de insumos de bioseguridad 37% compra de medicamentos para tratar la enfermedad</p>	<p>58% compra de insumos de bioseguridad 30% compra de medicamentos para tratar la enfermedad</p>	<p>Medidas tomadas por usted: 52% compra de insumos de bioseguridad 33% compra de medicamentos para tratar la enfermedad</p>
Social	<p>Personas a las que acude para solicitar recomendaciones sobre seguros de vida: 42% amigos que tiene un seguro 27% familiares que tiene algún seguro</p>	<p>Personas a las que acude para solicitar recomendaciones sobre seguros de vida: 43% amigos que tiene un seguro 25% familiares que tiene algún seguro</p>	
Percepción	<p>Importancia de su bienestar a futuro: 69% Muy importante 29% Importante</p> <p>Opinión sobre el seguro en cuanto a su utilidad: 50% Muy útil</p> <p>Opciones por la cual se enfocó al adquirir este seguro: 36% beneficios del seguro 28% por las cuotas de pago</p> <p>El precio influye en su decisión Si: 87% No: 13%</p> <p>Importancia de invertir en este seguro: 54% Importante 29% Muy importante</p> <p>Considera que es una necesidad este seguro mientras dure la pandemia: 46% De acuerdo 28% desacuerdo</p>	<p>Importancia de su bienestar a futuro: 57% Importante 36% Muy importante</p> <p>Opinión sobre el seguro en cuanto a su utilidad: 40% Muy útil</p> <p>Opciones por la cual se enfocaría al adquirir este seguro: 37% por las cuotas de pago 28% beneficios del seguro</p> <p>El precio influye en su decisión Si: 92% No: 8%</p> <p>Importancia de invertir en este seguro: 54% Importante 16% Muy importante</p> <p>Considera que es una necesidad este seguro mientras dure la pandemia: 31% total de acuerdo 12% desacuerdo</p>	<p>Importancia de su bienestar a futuro: 90% Muy importante 9% Importante</p> <p>Opinión sobre el seguro en cuanto a su utilidad: 47% Útil</p> <p>Considera que este seguro es: 55% buena inversión 8% gasto innecesario</p>

Motivación	Fuente de ingresos Única: 77% Otro: 23% Personas a cargo: Solo usted: 12% Dos: 14% Tres: 32% Cuatro: 35% Cinco: 6% Mayores a seis: 1% Compraría este seguro para su: 40% hijos 31% pareja Motivo de adquisición del seguro: 63% Proteger económicamente a su familia Importancia que le asigna a opiniones sobre seguro de vida: 40% bastante importancia 38% Algo de importancia	Fuente de ingresos Única: 84% Otro: 16% Personas a cargo: Solo usted: 27% Dos: 22% Tres: 26% Cuatro: 20% Cinco: 4% Mayores a seis: 1% Compraría este seguro para su: 35% hijos 32% para usted 15% pareja Motivo por el cual no adquirió el seguro 32% son costosos 28% son innecesarios Importancia que le asigna a opiniones sobre seguro de vida: 46% bastante importancia 28% Algo de importancia	Fuente de ingresos Única: 46% Otro: 56% Personas a cargo: Solo usted: 31% Dos: 22% Tres: 23% Cuatro: 10% Cinco: 6% Mayores a seis: 7% Compraría este seguro para su: 33% padres 24% para usted 17% hijos
	Aprendizaje	Donde escucho sobre la póliza de seguro: 39% agentes de seguro 25% publicidad en redes sociales	Donde escucho sobre la póliza de seguro: 30% Por amigo 20% ventas personales a través de un banco

Los resultados obtenidos muestran datos interesantes sobre los factores personales, factores sociales, factores de motivación, factores de percepción y factores de aprendizaje que afectan en la decisión de compra de los ciudadanos paceños en esta pandemia del Covid-19. De acuerdo a los resultados expuestos se puede destacar lo siguiente:

- En las preguntas relacionadas con los factores personales en los ciudadanos que adquirieron esta póliza de seguro de vida “Covid-19” de las diferentes compañías

Aseguradoras de vida y salud, los resultados en cuanto a las edades son a considerar debido a que es un factor motivador para la contratación de este producto, ya que nuestra sociedad continua viviendo en pandemia por el Covid-19, y las medidas de bioseguridad se mantienen, no obstante esto seguirá hasta que las vacunas contra esta enfermedad lleguen a nuestro país. El nivel de riesgo de sufrir complicaciones al infectarse por esta enfermedad es peligroso en la edad adulta. El 28% que contrato este producto se encuentra entre la edad de 30 a 39 años (Gráfico N°4), haciendo una comparación con los datos del Observatorio Covid-19 de la Gobernación del municipio de La Paz se muestra que la mayor parte de los contagiados por esta enfermedad se encuentran entre la edad de 30 a 39 años en ambos sexos (ObservatorioCovid-19, 2020), mostrándonos efectivamente que este factor de la edad es un motivo para la contratación de este producto. También se puede evidenciar que este grupo de edad es el más activo en el área laboral de los sectores públicos, privados e independientes. Mientras que las personas que conocen sobre la póliza de seguro de vida “Covid-19”, pero no lo adquirieron, el 48% de ellos se encuentra entre la edad de 35 a 44 años, mostrando que, aunque saben que están en constante riesgo de contraer el Covid-19 y que su edad no está a favor ellos, esto puede traer ciertas complicaciones que agraven a su salud al infectarse con el Covid-19. Por lo tanto, es evidente que este factor personal no influiría en la adquisición de este seguro para este grupo, sino que existen otros factores que inciden en la toma de decisión de compra de este producto.

- En cuanto al nivel de ingresos económicos mensuales aproximados que se encuentra dentro de los factores personales se puede evidenciar que dentro de los 3 grupos que se clasifico a los encuestados, un gran porcentaje tienen ingresos económicos mensualmente percibidos más que el salario básico. Dentro de las personas que adquirieron esta póliza de seguro de vida “Covid-19”, el 78% de ellos perciben ingresos económicos más que el salario básico mostrándonos que este factor es influyente para la adquisición de este producto, siendo efectivamente que se podrá asegurar a las principales personas que trabajan dentro de las familias como ser; los padres, hermanos, parejas e incluso hijos en casos más graves, ya que también están expuesto al riesgo de contraer esta enfermedad sobre todo cuando trabajar en esta pandemia es necesario debido a que nuestro país se aplicó la cuarentena rígida que imposibilitó las actividades

laborales de la mayor parte de los sectores industriales, comerciales y educativos durante tres meses. Por otra parte, el 64% de las personas que conocen este seguro, pero no lo adquirieron perciben ingresos económicos mayores al salario básico, está claro que aunque ganen más, no adquieren este seguro, por lo tanto este factor no es influyente para ellos, pero también se evidencia que dentro de este grupo, el 47% señalaron que son los únicos que trabajan dentro de sus hogares, está claro que tienen más responsabilidad, obligándolos a trabajar aún más y exponiéndose a este riesgo, pero tomando otras precauciones para protegerse del Covid-19.

- En cuanto a la cantidad de personas que contribuyen con ingresos económicos dentro de las familias de los encuestados se puede evidenciar que este factor personal es resaltante debido a que cuantas más personas trabajen dentro sus hogares en esta pandemia el nivel de riesgo de contagiar a sus familiares con este virus es alto, sobre todo cuando los ciudadanos de La Paz están descuidándose de las medidas de bioseguridad debido a que el índice de infectados está bajando provocando una falta de conciencia sobre el cuidado. Por otra parte, si una persona es la única que trabaja dentro del hogar se puede observar que las personas que están a cargo de él o ella son dependientes ya que, si por alguna razón esta persona se infectara por el Covid-19, esto imposibilitaría a que pueda realizar sus actividades laborales hasta que su salud se recupere o en casos graves puede llegar a fallecer, y esto llevaría como consecuencias a que las familias o los dependientes tengan problemas económicos a causa de gastos médicos por el tratamiento de recuperación e incluso gasto de sepelio en caso de fallecimiento. Entre las personas que adquirieron esta la póliza de seguro de vida “Covid-19”, el 60% de ellos indicaron que son dos personas incluyéndolos que trabajan dentro sus familias mostrándonos como resultado que este factor personal fue influyente para la adquisición de este producto, debido a que si cualquiera de las dos personas contrajera este virus Covid-19, la otra persona podría continuar desempeñando su actividad laboral para sustentar el ingreso económico en su familia y en otros casos para pagar los gastos médicos para la recuperación de la salud de su acompañante. Mientras que los que conocen sobre esta póliza de seguro, pero no lo adquirieron, el 47% de ellos son las únicos que trabajan aportando con ingresos económicos para mantener a sus familias o a sus dependientes, aun sabiendo que si contrajeran esta enfermedad este factor es un motivo para que ellos no adquieran este

producto, debido a que sus ingresos deben distribuirse en los diferentes gastos dentro del hogar, aún más cuando algunas actividades laborales y educativas se realizan desde casa, y esto provoca que dentro del presupuesto mensual de las familias se tenga que añadir los gastos por internet o compra de artefactos para mantenerse conectado a la red.

- En cuanto a la actividad laboral y el entorno en donde se desempeñan su trabajo se puede obtener que este factor personal también es decisivo para la adquisición de compra o no de estos seguros, ya que si alguna persona desempeña su trabajo laboral en el sector público se puede dar como concluido que el nivel ingresos salarial que percibe es constante, y esto puede incidir favorablemente a que no exista algún impedimento con la compra de este producto, además se puede dar por hecho que también están más expuesto a contraer esta enfermedad dependiendo del entorno en que realizan su trabajo, como ser; los policías, militares, guardias municipales y servidores públicos de los diferentes instituciones del Estado. Por otra parte, si la persona desempeña su actividad laboral en su casa (teletrabajo) se podría dar por hecho que el riesgo de contraer el Covid-19 es menor a comparación de los que trabajan en las calles o en tiendas comerciales. Dentro de las personas que tienen este seguro, el 39% trabajan independientemente, es decir que el nivel de ingresos económicos que perciben no es constante y dependen en gran parte de su actividad laboral, ya que si contraen el Covid-19, sus ingresos se verán afectados debido a que esto imposibilitaría que realicen sus actividades, pero también se puede observar que dentro de este grupo, el 25% trabaja en tiendas es decir que efectivamente ellos dependen únicamente de su actividad laboral, dando a conocer que también se encuentran en un riesgo considerable, ya que desde el instante en que las Gobernaciones municipales de cada departamento en nuestro país flexibilizaran la cuarentena para reactivar las actividades económicas las personas acuden a los centros comerciales a realizar sus compras como se hacía anteriormente antes de la pandemia, pero con las medidas de bioseguridad. Por otra parte, las personas que conocen este seguro, pero no lo adquirieron, el 43% de ellos también trabajan independientemente y el 18% de este grupo realizan sus actividades en tiendas, dando a conocer que este factor de la actividad y el entorno laboral del trabajo puede ser influyente para que adquieran o no este producto, pero existen otros factores que complementan para que estas personas no adquirieran este producto.

- En cuanto a las preguntas relacionadas con el factor social dentro de los grupos de referencia, el 43% de las personas que tienen esta póliza de seguro de vida “Covid-19” aseguran que solicitan recomendaciones a sus amigos que hayan tenido algún producto como estos, o que tengan experiencia y conocimientos con el tema de las pólizas de seguros. Está claro que este grupo de personas al momento de contratar este producto solicitan recomendaciones a sus amigos dando bastante importancia a sus opiniones respecto a las ventajas y desventajas que se presentan al momento de contratar estas pólizas de seguros de vida a las aseguradoras.
- Respecto a las preguntas relacionadas con el factor de la percepción la mayor parte de los tres grupos en la que se clasificaron, consideran que el bienestar a futuro de ellos y de sus familias es muy importante. Siendo así también que estos grupos de personas consideran que esta póliza de seguro de vida “Covid-19” es útil mientras dure la pandemia. Está claro que este factor de la percepción nos indica que dependiendo a su actividad laboral que desarrollan y viendo en qué nivel de riesgo se encuentran estas personas por contraer esta enfermedad analizan que el bienestar a futuro de sus familias es importante ya que si en alguna circunstancia existiera algún altercado respecto a su salud al contraer esta enfermedad, esto sería un factor para que las personas se preocupen en garantizar ingresos económicos para los siguientes meses y para algún gasto médico en caso de que las personas necesitaran hospitalizarse.
- Por otra parte, es importante tener el conocimiento sobre las características que han influido en la contratación del producto, cabe resaltar que este factor de percepción fue significativo para nuestra investigación. Dentro de las personas que adquirieron esta póliza de seguro de vida “Covid-19” existen tres características principales en las que se enfocaron al contratar el seguro; la primera son los beneficios que presentan cada plan de seguro de vida “Covid-19” con el 36%, el segundo es la cobertura que presenta este seguro con el 28%, debido a que es importante resaltar esta información para observar desde qué edad se puede asegurar o que enfermedades no cubren este seguro, y tercero son las cuotas de pago que se debe hacer cuando se quiere contratar estas pólizas de seguros de vida con el 27%, mostrando que estas características fueron esenciales para que el ciudadano paceño tome una decisión de compra al observar las ventajas y desventajas que presenta cada compañía aseguradora con los diferentes planes de

seguros. Por otra parte las personas que conocen sobre este seguro, pero no lo adquirieron, las principales características en las que se enfocaron cuando conocieron sobre este producto fueron principalmente la cuota de pago con el 37%, seguido de los beneficios y el por ultimo de la cobertura, evidenciando que las cuotas de pago son factor que posiblemente puede impedir que esta persona adquiera o no este producto, dependiendo del nivel de ingresos que perciba y del presupuestos de gastos que asigna dentro del hogar. Al momento de querer contratar o consultar este seguro los papeños se enfocan más en el precio y en la cuota de pago más que en el beneficio, dando como referencia que el beneficio es lo segundo que les importan seguido de la cobertura.

- En cuanto al otro factor de percepción sobre el precio, las personas que adquirieron esta póliza de seguro, el 87% de ellos indicaron que efectivamente el precio de este producto fue influyente para su contratación siendo así que existe tres compañías en nuestro país que tienen un seguro de vida específico para el “Covid.19”, por lo que las personas al momento de consultar las características de estos productos de las diferentes compañías aseguradoras se enfocaron principalmente en el precio más conveniente para su economía. Mientras el otro grupo de las personas que conocen este seguro, pero no lo adquirieron, se evidencio que el precio también influye para que adquieran o no este producto, además que un gran porcentaje de ellos tienen a cargo a más de 4 personas, mostrando que todos sus ingresos están destinados para cubrir ciertos gastos del hogar.
- Por otra parte, las preguntas relacionadas con el factor de la motivación, se puede observar entre los tres grupos que la mayoría de los encuestados tienen a más de 2 personas a cargo, es decir que sus familiares dependen económicamente de la persona a cargo. Dentro del grupo de las personas que tienen esta póliza de seguro de vida “Covid-19”, el 35% de ellos indicaron que tienen que mantener a 4 personas, mostrando que este es factor ha influido en la contratación de este producto, debido a que tienen más responsabilidad y en caso que contrajeran el virus esto imposibilitaría a sus ingresos económicos dentro de sus hogares. Por otra parte, la mayoría de las personas cuando se infectaron por el “Covid-19”, tuvieron que gastar en medicamentos con precios elevados para tratar esta enfermedad, en pruebas de laboratorio para la detección “Covid-19” y en casos más graves para la internación en los centros médicos.

- Respecto al motivo por la contratación de esta póliza de seguro de vida “Covid-19”, podemos observar que este factor es significativo, ya que el 63% de las personas que tienen este seguro indicaron que el principal motivo por el cual ellos adquirieron este producto fue por proteger a sus familias económicamente en caso de que ellos sufrieran complicaciones de salud por el Covid-19 o en caso que esto imposibilitara a la realización de sus trabajos debido a que estarán en recuperación, y eso podría causar gastos en medicamentos y tratamientos para la recuperación de su salud. Por otra parte las personas que conocen, pero no adquirieron este seguro, podemos observar que los factores motivacionales que influyeron a que no adquieran este producto fueron principalmente el alto costo de estos productos que perciben los ciudadanos, es decir que aunque sus ingresos económicos percibidos mensualmente son más que el salario básico ellos no adquirieron este producto debido a que un gran porcentaje de ellos son los únicos que trabajan y tienen que mantener a más de dos personas siendo así que posiblemente sus ingresos se vean distribuidos en los diferentes gastos que las familias realizan para mantener un hogar como ser; pago por agua, pago por luz e incluso pago de internet y compra artefactos electrónicos para el estudio o para desempeñar sus actividades laborales.
- En cuanto al factor aprendizaje se puede observar que entre los dos grupos que conocen sobre esta póliza de seguro, el 39% de los que tienen el seguro indicaron que conocieron este producto por medio de los agentes de seguros que tienen las distintas aseguradoras para promocionar y vender estos productos innovadores, es evidente que este medio de comunicación fue un factor importante ya que la persona puede solicitar más información sobre este producto como ser; cuáles son sus beneficios, cuotas de pago, cobertura y recomendaciones por parte del asegurador. Por otra parte, las personas que conocen este seguro, pero no lo adquirieron, el 30% conocieron este seguro mediante un amigo haciendo evidente que este grupo de referencia es esencial para que las personas soliciten recomendaciones e incluso para informar ciertos beneficios que las compañías aseguradoras presentan al lanzar sus productos.
- Finalmente, las compañías aseguradoras actualmente en la ciudad de La Paz, no realizan fuertes campañas de publicidad, por lo que en su mayoría la sociedad en general desconoce las beneficios, servicios y coberturas que brindan los seguros de vida “Covid-

19” y su gran aporte que este brinda al desarrollo socioeconómico del país. Esto se pudo evidenciar en las encuestas, ya que la mayoría de personas conoció acerca de este producto por medio de agentes de venta y por amistades. Está claro que esto es un error que las empresas comenten, aún más cuando la publicidad en redes sociales se fue expandiendo en la pandemia.

CONCLUSIONES

Dentro de los factores identificados en el segmento objetivo se encontró que los factores personales, sociales y de motivación de los ciudadanos del municipio de La Paz afectan de manera significativa al decidir contratar o no un seguro de vida “Covid-19”. Por otro lado, si hubo diferencias en algunas respuestas de los ciudadanos paceños (que tenían el seguro) frente a los que no tenían el seguro, tales como: el nivel de ingresos económicos, el número de personas que trabajan en su familia, el número de personas que tienen a cargo, la percepción de consultar las características del producto convirtiéndose en factores fuertes y que interfieren de manera positiva al contratar estos seguros. Sin embargo, esto no descarta la posibilidad de presentarse inconsistencias en el comportamiento de compra de los ciudadanos paceños, es decir: para un trabajador que su actividad laboral lo desempeñara en la calle puede ser necesario invertir en este seguro de vida Covid-19, pero puede que no lo haga, porque debe preferir en cubrir gastos del hogar que se añadieron por esta pandemia y tomar otras alternativas para cuidarse de esta enfermedad.

Al determinar el nivel de importancia de invertir asociado a la decisión de compra de los seguros de vida “Covid-19”, se concluye que existe un nivel medio de importancia en la mayoría de las personas que no tienen el seguro, mientras que para los que tienen el seguro la importancia de invertir es superior, por lo tanto, obtener un seguro de vida “Covid-19” es altamente importante durante esta pandemia, pero muchos no lo obtienen por diversos factores internos que inciden en su decisión.

Por otro lado, la aceptación que se tiene hacia este producto innovador por parte de los ciudadanos paceños es alta, concluyendo que la mayoría de los encuestados consideraron a este seguro útil y que el motivo principal por el que se adquirió este seguro fue para proteger económicamente a sus familias, pero, aunque hay personas que recién conocieron este producto consideran que es una buena inversión para respaldar a sus familias de cualquier imprevisto no deseado.

REFERENCIAS

- Hernandez Sampieri, R. F. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill Education.
- Kotler, P. &. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Prentice Hall.
- Morales, G. (15 de Mayo de 2015). *TusFinanzas*. Obtenido de El seguro de vida, un mecanismo de prevención: <http://tusfinanzas.ec/el-seguro-de-vida-unmecanismo-de-prevencion/>
- Noticias, A. A. (23 de septiembre de 2020). Obtenido de Agencia Municipal de Noticias: <https://amn.bo/2020/09/23/gremiales-y-funcionarios-municipales-tendran-un-seguro-de-vida-que-incluye-muerte-por-covid-19/>
- ObservatorioCovid-19. (Noviembre de 2020). *Observatorio Covid-19*. Obtenido de Gobierno Autonomo Municipal de La Paz: <http://observatoriocovid19.lapaz.bo/observatorio/index.php>
- PaginaSiete. (12 de Mayo de 2020). *NACIONAL SEGUROS LANZA EL PRIMER SEGURO PARA COVID-19*. Obtenido de Pagina siete: <https://www.paginasiete.bo/economia/2020/5/12/nacional-seguros-lanza-el-primer-seguro-para-covid-19-255214.html>
- Schiffman, L. G. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Pearson educacion .
- Stanton, W. J. (2007). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Person Educacion .
- Mari Mutt, J. A. (s.f.). *Manual de Redacción Científica*. Mayagüez: Universidad de Puerto Rico.

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar un trabajo lleno de desafíos como es el desarrollo de una investigación científica, es inevitable resaltar la participación y aporte de personas e instituciones, con quienes este aporte no hubiera sido imposible. Por ello, es para mí un placer agradecerles.

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi madre, que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos

A mi padre quien con sus consejos a sabido guiarme para culminar mi carrera profesional.

A mi hermana, que siempre ha estado junto a mi brindándome su apoyo, muchas veces poniéndose en el papel de madre.

A mi tío Carlos y mi tío Harry, por su apoyo incondicional y por mostrarme la gran fe que tienen en mi.

A Estefany, por ser fuente de mi inspiración para seguir adelante en mi vida y por su apoyo incondicional.

A mis amigos por todos los momentos que pasamos juntos y por la confianza que en mi depositaron.

A la Msc. Guadalupe Virginia Riera Claire, por su apoyo y confianza en mi trabajo y su gran capacidad para guiar mis ideas, compartir sus conocimientos, que ha sido la clave del trabajo que hemos realizado.

A mi apreciada Universidad Mayor de San Andrés, institución que me brindó la oportunidad de realizar mis estudios y me abrió las puertas del conocimiento.

Por último, agradecer a todos los docentes de la carrera de Administración de Empresas, por las enseñanzas brindadas a lo largo de mi carrera universitaria.

ANEXOS

ANEXO 1: DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

n = tamaño de muestra buscado
z =parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC)= 95% de seguridad= 1.96
e = error de estimación máximo aceptado= 0.05
p =probabilidad de que ocurra el evento estudiado = 0.5
q =probabilidad de que no ocurra el evento = 0.5
N =779.728

INGRESO DE DATOS

Variables	Asignación
Z =	1.96
e =	0.05
P =	0.5
Q =	0.5
N =	779.728

TAMAÑO DE LA MUESTRA

384 personas a encuestar

ANEXO 2: OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO	PREGUNTA
identificar cuáles son los factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en la decisión de comprar o no un seguro de vida “Covid-19”.;	Factores extrínsecos	Personales	Genero	Encuesta	Género: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
			Edad		Edad: <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> 25-29 <input type="checkbox"/> 30-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-49 <input type="checkbox"/> 50-54 <input type="checkbox"/> 55-59
			Estado civil		¿Cuál es su estado civil? <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> soltero <input type="checkbox"/> viudo <input type="checkbox"/> divorciado <input type="checkbox"/> Concubinato
			Situación económica		¿Cuánto son sus ingresos mensuales aproximados? <ul style="list-style-type: none"> • Menos del salario básico • Salario básico • Más que el salario básico
					¿Cuántas personas trabajan en su familia? <input type="checkbox"/> Solo usted <input type="checkbox"/> 2 personas <input type="checkbox"/> 3 o más personas
			Nivel de educación alcanzado	Encuesta	¿Cuál es su nivel de educación alcanzado? <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Postgrado
			Ocupación actual		Actualmente su actividad laboral lo desempeña como: <input type="checkbox"/> Trabajador Publico <input type="checkbox"/> Trabajador Privado <input type="checkbox"/> Trabajador Independiente El trabajo que usted desempeña lo realiza desde: <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en casa (teletrabajo) • Trabajo en una oficina • Trabajo en la calle

					<p>En el sector en el que trabaja. ¿Tomaron alguna medida para protegerlo? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
					<p>¿Qué medidas tomo usted para protegerse de esta nueva enfermedad?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de insumos de bioseguridad • Compra de medicamentos para tratar la enfermedad. • Adquisición de seguro de salud. • Adquisición de seguro de vida.
					<p>¿A cuántas personas mantiene con su trabajo?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo usted • 2 personas • 3 personas • 4 personas • 5 personas • 6 o más personas
					<p>¿Su trabajo es la única fuente de ingresos para su familia? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
		Social	zona	Encuesta	<p>¿En qué macro distrito vive?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mallasa • Sur • San Antonio • Periférica • Max Paredes • Cota huma • Centro
			Grupos de referencia		Encuesta

					<p>Usted compraría una póliza de seguro de vida “Covid-19” si:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Algún familiar lo comprara • Algún amigo lo comprara • Algún compañero de trabajo lo comprara • No influye en nada en mi decisión
	Factores Intrínsecos	Percepción	Valor otorgado a al cuidado de la familia	Encuesta	<p>¿Qué tan importante es para usted pensar en el bienestar a futuro de su familia?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • Indiferente • Poco importante
					<p>¿Cree que la seguridad es un aspecto importante en la necesidad básica de su bienestar?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • indiferente • Poco importante
			Percepción de compra	Encuesta	<p>¿Por cuál de las siguientes opciones usted se basaría al adquirir una póliza de seguro de vida “Covid-19”?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beneficios • Cobertura • Cuotas de pago • Atención • Solvencia de la compañía de seguros • Otro
					<p>Al querer contratar una póliza de seguro, ¿el precio influiría en su decisión?</p> <p>() Si () No</p>

		Motivación	Importancia del entorno	Encuesta	<p>¿Qué importancia le asigna usted a las opiniones que le brindan acerca de una póliza de seguro de vida?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nada • Poco • Algo • Bastante • Extremadamente
			Motivo de la compra		<p>¿Porque motivo adquirió este seguro?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por obligación • Proteger económicamente a mi familia • Garantizar un ingreso en caso de invalidez total y permanente
					<p>Usted compraría una póliza de seguro de vida “Covid-19” para su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pareja e hijos • Padres • Hermanos • Para usted
		Aprendizaje	Conocimiento del seguro	Encuesta	<p>¿Sabe usted lo que es una póliza de seguro de vida?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
					<p>¿Sabe usted lo que es una póliza de seguro de vida “covid-19”?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
					<p>¿Dónde escucho sobre la póliza de seguro de vida “Covid-19”?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en redes sociales de la compañía aseguradora • Agentes de seguro de una compañía de seguro • Venta personal a través del banco • Por un amigo • Por un familiar

Conocer el grado de importancia que le asigna la persona a invertir en una póliza de seguro covid-19	Grado de importancia	percepción	nivel de interés que le asigna a la póliza	Encuesta	<p>¿Qué tan importante es para usted invertir en una póliza de seguro de vida “Covid-19”?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy importante • Importante • indiferente • Poco importante • Nada importante
				Encuesta	<p>Usted considera que esta póliza es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena inversión • Gasto innecesario • Otro
Conocer el grado de aceptación de póliza de seguros de vida “covid-19” en la población de la ciudad La Paz.	Grado de aceptación de la póliza de seguro “covid-19”	Motivación	Valor otorgado a los seguros	Encuesta	<p>Conociendo que es la póliza de seguro de vida “covid-19”. ¿Porque no los ha comprado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Son innecesarios • Son costosos • Desconozco los beneficios • No confió en las compañías Aseguradoras • Otro
			Nivel de utilidad asignado	Encuesta	<p>Considera que un seguro es un gasto irrecuperable y sin beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En desacuerdo • Punto Medio • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
		Percepción	Percepción del producto	Encuesta	<p>¿Qué tan útil usted considera que es la póliza de seguro de vida “Covid-19”?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy útil • Útil • Medio • No útil <p>Considera que hoy en día es una necesidad tomar un seguro de vida “Covid-19” mientras dure la pandemia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo

					<ul style="list-style-type: none"> • En desacuerdo • Punto Medio • De acuerdo • Totalmente de acuerdo
Identificar las estrategias de comercialización y comunicación de la aseguradora de la póliza de seguro “covid-19”.	estrategias	comercialización	Número de canales de distribución	Entrevista	¿Con cuantas instituciones esta aliada para promocionar su seguro de póliza de covid-19?
		comunicación	Tipo de medios comunicación en redes sociales		¿La empresa utiliza como medio de comunicación a los agentes aseguradores para promocionar este seguro de Protección Covid a los diferentes sectores de La Paz?
			Tipo de canales de difusión		¿Cuáles son los medios de comunicación que usted usa para promocionar su producto?
					¿Qué tipo de canales de comunicación usa para dar información acerca de su seguro de vida “covid-19”?

ANEXO 3: Encuesta a los ciudadanos que tienen el seguro de vida “Covid-19”

ENCUESTA

CIUDADANOS QUE CONOCEN Y TIENEN LA POLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS		
1. Género: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	2. Edad: <input type="checkbox"/> 20-24 años <input type="checkbox"/> 25-29 años <input type="checkbox"/> 30-34 años <input type="checkbox"/> 35-39 años <input type="checkbox"/> 40-44 años <input type="checkbox"/> 45-49 años <input type="checkbox"/> 50-54 años <input type="checkbox"/> 55-59 años	3. ¿Cuál es su estado civil? <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Concubinato <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo
4. ¿Cuál es su nivel de educación alcanzado? <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Universitario		
5. ¿En qué macro distrito vive? <input type="checkbox"/> Mollasa <input type="checkbox"/> Centro <input type="checkbox"/> Sur <input type="checkbox"/> Cotahuma <input type="checkbox"/> San Antonio <input type="checkbox"/> Periférica <input type="checkbox"/> Max Paredes		
6. ¿Cuánto son sus ingresos mensuales aproximados? <input type="checkbox"/> Menos del salario básico <input type="checkbox"/> Salario básico <input type="checkbox"/> Más del salario básico		
7. Actualmente su actividad laboral lo desempeña como: <input type="checkbox"/> Trabajo Publico <input type="checkbox"/> Trabajo Privado <input type="checkbox"/> Trabajo Independiente		
8. El trabajo que usted desempeña lo realiza desde: <input type="checkbox"/> Trabajo en casa (teletrabajo) <input type="checkbox"/> Trabajo en una oficina <input type="checkbox"/> Trabajo en la calle <input type="checkbox"/> Trabajo en una Tienda		
9. ¿Su trabajo es la única fuente de ingresos para su familia? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
10. En el sector en el que trabaja. ¿Tomaron alguna medida para protegerlo de la enfermedad del Covid-19? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
11. ¿Qué medidas tomo usted para protegerse de la enfermedad del Covid-19? <input type="checkbox"/> Compra de insumos de bioseguridad <input type="checkbox"/> Compra de medicamentos para tratar la enfermedad <input type="checkbox"/> Adquisición de seguro de salud <input type="checkbox"/> Adquisición de seguro de vida		
12. ¿Cuántas personas trabajan en su familia? <input type="checkbox"/> Solo usted <input type="checkbox"/> 2 personas <input type="checkbox"/> 3 o más personas		
13. ¿A cuántas personas mantiene con su trabajo? <input type="checkbox"/> Solo usted <input type="checkbox"/> 2 personas <input type="checkbox"/> 3 personas <input type="checkbox"/> 4 personas <input type="checkbox"/> 5 personas <input type="checkbox"/> 6 o más personas		
14. ¿Qué tan importante es para usted pensar en el bienestar a futuro de su familia? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante		
15. ¿Cree que la seguridad es un aspecto importante en la necesidad básica de su bienestar? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante		
16. ¿Cuenta con el seguro de vida “covid-19”? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
17. ¿Porque motivo adquirió este seguro? <input type="checkbox"/> Por obligación... <input type="checkbox"/> Proteger a mi familia económicamente <input type="checkbox"/> Garantizar un ingreso en caso de invalidez total y permanente		
18. ¿Dónde escucho sobre la póliza de seguro de vida “Covid-19”? <input type="checkbox"/> Publicidad en redes sociales de la compañía aseguradora <input type="checkbox"/> Agentes de seguro de una compañía de seguro <input type="checkbox"/> Venta personal a través del banco <input type="checkbox"/> Por un familiar <input type="checkbox"/> Por un amigo		
19. ¿A quiénes acude para solicitar recomendaciones sobre las pólizas de seguros? <input type="checkbox"/> Familiares que tienen algún seguro <input type="checkbox"/> Amigos que tienen algún seguro <input type="checkbox"/> Compañeros de trabajo que tiene algún seguro <input type="checkbox"/> Alguna empresa aseguradora		

<p>20. Usted compraría una póliza de seguro de vida "Covid-19" si: <input type="checkbox"/> Algún familiar lo comprara <input type="checkbox"/> Algún amigo lo comprara <input type="checkbox"/> Algún compañero de trabajo lo comprara <input type="checkbox"/> No influye en nada en mi decisión</p>
<p>21. ¿Qué importancia le asigna usted a las opiniones que le brindan acerca de una póliza de seguro de vida? <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Bastante <input type="checkbox"/> Extremadamente</p>
<p>22. ¿Por cuál de las siguientes opciones usted se enfocó al adquirir una póliza de seguro de vida "Covid-19"? <input type="checkbox"/> Beneficios <input type="checkbox"/> Cobertura <input type="checkbox"/> Cuotas de pago <input type="checkbox"/> Atención <input type="checkbox"/> Solvencia de la compañía de seguros <input type="checkbox"/> Otro</p>
<p>23. Al querer contratar una póliza de seguro, ¿el precio influiría en su decisión? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
<p>24. Usted compraría una póliza de seguro de vida "Covid-19" para su: <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> hijos <input type="checkbox"/> Padres <input type="checkbox"/> Hermanos</p>
<p>25. ¿Qué tan importante es para usted invertir en una póliza de seguro de vida "Covid-19"? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante</p>
<p>26. Considera que un seguro es un gasto irrecuperable y sin beneficios: <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Punto Medio <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p>
<p>27. Considera que hoy en día es una necesidad tomar un seguro de vida "Covid-19" mientras dure la pandemia: <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Punto Medio <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p>
<p>28. ¿Qué tan útil usted considera que es la póliza de seguro de vida "Covid-19"? <input type="checkbox"/> Muy útil <input type="checkbox"/> Útil <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> No útil</p>

ANEXO 4: Encuesta de ciudadanos que conocen, pero no tienen el seguro de vida “Covid-19”

ENCUESTA

CIUDADANOS QUE CONOCEN Y NO TIENEN LA POLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS		
1. Género: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	2. Edad: <input type="checkbox"/> 20-24 años <input type="checkbox"/> 25-29 años <input type="checkbox"/> 30-34 años <input type="checkbox"/> 35-39 años <input type="checkbox"/> 40-44 años <input type="checkbox"/> 45-49 años <input type="checkbox"/> 50-54 años <input type="checkbox"/> 55-59 años	3. ¿Cuál es su estado civil? <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Concubinato <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo
4. ¿Cuál es su nivel de educación alcanzado? <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Universitario		
5. ¿En qué macro distrito vive? <input type="checkbox"/> Mallasa <input type="checkbox"/> Centro <input type="checkbox"/> Sur <input type="checkbox"/> Cotahuma <input type="checkbox"/> San Antonio <input type="checkbox"/> Periférica <input type="checkbox"/> Max Paredes		
6. ¿Cuánto son sus ingresos mensuales aproximados? <input type="checkbox"/> Menos del salario básico <input type="checkbox"/> Salario básico <input type="checkbox"/> Más del salario básico		
7. Actualmente su actividad laboral lo desempeña como: <input type="checkbox"/> Trabajo Publico <input type="checkbox"/> Trabajo Privado <input type="checkbox"/> Trabajo Independiente		
8. El trabajo que usted desempeña lo realiza desde: <input type="checkbox"/> Trabajo en casa (teletrabajo) <input type="checkbox"/> Trabajo en una oficina <input type="checkbox"/> Trabajo en la calle <input type="checkbox"/> Trabajo en una Tienda		
9. ¿Su trabajo es la única fuente de ingresos para su familia? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
10. En el sector en el que trabaja. ¿Tomaron alguna medida para protegerlo de la enfermedad del Covid-19? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
11. ¿Qué medidas tomo usted para protegerse de la enfermedad del Covid-19? <input type="checkbox"/> Compra de insumos de bioseguridad <input type="checkbox"/> Compra de medicamentos para tratar la enfermedad <input type="checkbox"/> Adquisición de seguro de salud <input type="checkbox"/> Adquisición de seguro de vida		
12. ¿Cuántas personas trabajan en su familia? <input type="checkbox"/> Solo usted <input type="checkbox"/> 2 personas <input type="checkbox"/> 3 o más personas		
13. ¿A cuántas personas mantiene con su trabajo? <input type="checkbox"/> Solo usted <input type="checkbox"/> 2 personas <input type="checkbox"/> 3 personas <input type="checkbox"/> 4 personas <input type="checkbox"/> 5 personas <input type="checkbox"/> 6 o más personas		
14. ¿Qué tan importante es para usted pensar en el bienestar a futuro de su familia? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante		
15. ¿Cree que la seguridad es un aspecto importante en la necesidad básica de su bienestar? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante		
16. ¿Cuenta con el seguro de vida “covid-19”? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
17. ¿Porque motivo adquirió este seguro? <input type="checkbox"/> Por obligación <input type="checkbox"/> Proteger a mi familia económicamente <input type="checkbox"/> Garantizar un ingreso en caso de invalidez total y permanente		
18. ¿Dónde escucho sobre la póliza de seguro de vida “Covid-19”? <input type="checkbox"/> Publicidad en redes sociales de la compañía aseguradora <input type="checkbox"/> Agentes de seguro de una compañía de seguro <input type="checkbox"/> Venta personal a través del banco <input type="checkbox"/> Por un familiar <input type="checkbox"/> Por un amigo		
19. ¿A quiénes acude para solicitar recomendaciones sobre las pólizas de seguros? <input type="checkbox"/> Familiares que tienen algún seguro <input type="checkbox"/> Amigos que tienen algún seguro <input type="checkbox"/> Compañeros de trabajo que tiene algún seguro <input type="checkbox"/> Alguna empresa aseguradora		

<p>20. Usted compraría una póliza de seguro de vida "Covid-19" si: <input type="checkbox"/> Algún familiar lo comprara <input type="checkbox"/> Algún amigo lo comprara <input type="checkbox"/> Algún compañero de trabajo lo comprara <input type="checkbox"/> No influye en nada en mi decisión</p>
<p>21. ¿Qué importancia le asigna usted a las opiniones que le brindan acerca de una póliza de seguro de vida? <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Bastante <input type="checkbox"/> Extremadamente</p>
<p>22. ¿Por cuál de las siguientes opciones usted se enfocó al adquirir una póliza de seguro de vida "Covid-19"? <input type="checkbox"/> Beneficios <input type="checkbox"/> Cobertura <input type="checkbox"/> Cuotas de pago <input type="checkbox"/> Atención <input type="checkbox"/> Solvencia de la compañía de seguros <input type="checkbox"/> Otro</p>
<p>23. Al querer contratar una póliza de seguro, ¿el precio influiría en su decisión? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p>
<p>24. Usted compraría una póliza de seguro de vida "Covid-19" para su: <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> hijos <input type="checkbox"/> Padres <input type="checkbox"/> Hermanos</p>
<p>25. ¿Qué tan importante es para usted invertir en una póliza de seguro de vida "Covid-19"? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante</p>
<p>26. Considera que un seguro es un gasto irrecuperable y sin beneficios: <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Punto Medio <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p>
<p>27. Considera que hoy en día es una necesidad tomar un seguro de vida "Covid-19" mientras dure la pandemia: <input type="checkbox"/> Totalmente en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Punto Medio <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo</p>
<p>28. ¿Qué tan útil usted considera que es la póliza de seguro de vida "Covid-19"? <input type="checkbox"/> Muy útil <input type="checkbox"/> Útil <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> No útil</p>
<p>29. Conociendo que son los seguros de vida "Covid-19". ¿Porque no los ha comprado? <input type="checkbox"/> Son innecesarios <input type="checkbox"/> Son costosos <input type="checkbox"/> Desconozco los beneficios <input type="checkbox"/> No confió en las compañías Aseguradoras <input type="checkbox"/> Otro</p>

ANEXO 5: Encuesta a los ciudadanos que no conocen sobre el seguro de vida “Covid-19”

ENCUESTA

CIUDADANOS QUE NO CONOCEN SOBRE LA POLIZA DE SEGURO DE VIDA “COVID-19”

FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS		
1. Género: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	2. Edad: <input type="checkbox"/> 20-24 años <input type="checkbox"/> 25-29 años <input type="checkbox"/> 30-34 años <input type="checkbox"/> 35-39 años <input type="checkbox"/> 40-44 años <input type="checkbox"/> 45-49 años <input type="checkbox"/> 50-54 años <input type="checkbox"/> 55-59 años	3. ¿Cuál es su estado civil? <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Concubinato <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo
4. ¿Cuál es su nivel de educación alcanzado? <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Universitario		
5. ¿En qué macro distrito vive? <input type="checkbox"/> Mallasa <input type="checkbox"/> Centro <input type="checkbox"/> Sur <input type="checkbox"/> Cotahuma <input type="checkbox"/> San Antonio <input type="checkbox"/> Periférica <input type="checkbox"/> Max Paredes		
6. ¿Cuánto son sus ingresos mensuales aproximados? <input type="checkbox"/> Menos del salario básico <input type="checkbox"/> Salario básico <input type="checkbox"/> Más del salario básico		
7. Actualmente su actividad laboral lo desempeña como: <input type="checkbox"/> Trabajo Publico <input type="checkbox"/> Trabajo Privado <input type="checkbox"/> Trabajo Independiente		
8. El trabajo que usted desempeña lo realiza desde: <input type="checkbox"/> Trabajo en casa (teletrabajo) <input type="checkbox"/> Trabajo en una oficina <input type="checkbox"/> Trabajo en la calle <input type="checkbox"/> Trabajo en una Tienda		
9. ¿Su trabajo es la única fuente de ingresos para su familia? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
10. En el sector en el que trabaja. ¿Tomaron alguna medida para protegerlo de la enfermedad del Covid-19? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
11. ¿Qué medidas tomo usted para protegerse de la enfermedad del Covid-19? <input type="checkbox"/> Compra de insumos de bioseguridad <input type="checkbox"/> Compra de medicamentos para tratar la enfermedad <input type="checkbox"/> Adquisición de seguro de salud <input type="checkbox"/> Adquisición de seguro de vida		
12. ¿Cuántas personas trabajan en su familia? <input type="checkbox"/> Solo usted <input type="checkbox"/> 2 personas <input type="checkbox"/> 3 o más personas		
13. ¿A cuántas personas mantiene con su trabajo? <input type="checkbox"/> Solo usted <input type="checkbox"/> 2 personas <input type="checkbox"/> 3 personas <input type="checkbox"/> 4 personas <input type="checkbox"/> 5 personas <input type="checkbox"/> 6 o más personas		
14. ¿Qué tan importante es para usted pensar en el bienestar a futuro de su familia? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante		
15. ¿Cree que la seguridad es un aspecto importante en la necesidad básica de su bienestar? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Indiferente <input type="checkbox"/> Poco importante		
16. ¿Sabe usted lo que es una póliza de seguro de vida “Covid-19”? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
17. ¿Usted se ha infectado por la enfermedad del “Covid-19”? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
18. ¿Cuánto le afecto a su estabilidad económica al infectarse por “Covid-19”? <input type="checkbox"/> Mucho <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Nada		
<p>El seguro de vida “Covid-19” es específicamente para proteger a las personas de este nuevo coronavirus ofreciendo tres coberturas integradas: indemnización por diagnóstico de Covid-19, renta diaria en caso de hospitalización por Covid-19 y muerte por causa de Covid-19.</p>		

19. Conociendo en que implica el seguro de vida "Covid-19" ¿Le interesaría conocer más sobre esta póliza de seguro de vida "Covid-19"?

Sí No

20. Usted compraría una póliza de seguro de vida "Covid-19" si:

Algún familiar lo comprara Algún amigo lo comprara Algún compañero de trabajo lo comprara
 No influye en nada en mi decisión

21. Usted compraría una póliza de seguro de vida "Covid-19" para su:

Pareja hijos Padres Hermanos Para usted

22. Conociendo en que implica el este seguro ¿Qué tan útil usted considera que es la póliza de seguro de vida "Covid-19"?

Muy útil Útil Medio No útil

23. Conociendo en que implica el seguro de vida " Covid-19 ". usted considera que esta póliza es:

Buena inversión Gasto innecesario Otro

Anexo 6: Entrevista a la aseguradora Nacional Seguros Vida y Salud S.A.

Entrevista

Nombre y Apellido: Mario David Larrea Hinojosa.

Cargo: Jefe Regional de Ventas. Nacional Seguros Vida y Salud S.A.

Celular: 69201363

1. ¿Según usted las personas de La Paz adquieren estos seguros de "Protección Covid" que la empresa ofrece?

R.- En el Mercado Nacional somos la Empresa que Innovó con éste producto de seguro de vida COVID. Obteniendo una respuesta muy importante de nuestra sociedad, lanzando al Mercado 5 productos, encontrando una magnífica respuesta en nuestra ciudad y también en las otras ciudades.

2. ¿Con cuantas instituciones o bancos esta aliada la empresa para promocionar los seguros de "Protección Covid" que ustedes ofrecen?

R.- La Empresa tiene Gerencias Regionales Corporativas, que trabajan en ese nivel como alianzas estratégicas. Con Bancos como ser; Banco fie, Banco económico y Cooperativas para promocionar este producto de Protección Covid. Fundamentalmente nuestros intermediarios en el proceso de ventas corporativas también son manejados por los Bróker.

3. ¿Cuáles son los medios de comunicación (Redes sociales como ser Facebook, propagandas en televisión y etc.) que la empresa usa para promocionar estos seguros de "Protección Covid"?

R.- Todo el procedimiento de imagen Corporativa es administrada por la Gerencia de Marketing. Nuestro equipo a nivel Nacional maneja todos los elementos. Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook, Messenger, WeChat, Instagram, QQ, QZone para promocionar este producto del Covid.

4. ¿Qué tipo de canales de comunicación (correo electrónico, WhatsApp o llamadas personales y etc.) usted usa para dar información acerca del seguro de "Protección Covid"?

R.- La Empresa Conecta, es parte del Grupo Financiero Nacional Seguros. Esta Empresa es la responsable de generar toda la información de productos, de atención al cliente, del sistema de cobranzas. Etc. Todo esto respaldado por un enorme equipo de Call Center mediante llamadas personales y en otros casos se brinda información mediante mensajes de WhatsApp.

5. ¿La empresa usa como medio de difusión a los agentes de seguro para promocionar este seguro de "Protección Covid" en los diferentes sectores de La Paz?

R. Nacional Seguros tiene varios canales de distribución: Ventas Directas en Oficinas (Corporativas e individuales), Tenemos una Fuerza de Ventas importante y Bróker o corredoras de Seguros.

Índice

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN	2
METODOLÓGIA.....	5
RESULTADOS	6
CIUDADANOS QUE CONOCEN Y TIENEN EL SEGURO	7
FACTORES PERSONALES	8
FACTOR DE MOTIVACIÓN	21
GRUPO DE REFERENCIA.....	23
FACTOR DE PERCEPCION.....	27
CIUDADANOS QUE CONOCEN Y NO TIENEN EL SEGURO.....	33
FACTORES PERSONALES	34
GRUPO DE REFERENCIA.....	46
FACTORES DE PERCEPCION.....	48
FACTOR DE MOTIVACION	54
CIUDADANOS QUE NO CONOCEN Y NO TIENEN EL SEGURO.....	57
FACTOR PERSONAL.....	58
FACTORE DE MOTIVACION.....	69
GRUPO DE REFERENCIA.....	71
FACTOR DE PERCEPCION.....	72
CRUCE DE VARIABLES.....	73
CIUDADANOS QUE CONOCEN Y TIENEN EL SEGURO	74
CIUDADANOS QUE CONOCEN Y NO TIENEN EL SEGURO	78
DISCUSIÓN	83
CONCLUSIONES	93
REFERENCIAS	94
AGRADECIMIENTOS	95
ANEXOS	96
ANEXO 1: DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	97
ANEXO 2: OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	98

ANEXO 3: Encuesta a los ciudadanos que tienen el seguro de vida “Covid-19”	104
ANEXO 4: Encuesta de ciudadanos que conocen, pero no tienen el seguro de vida “Covid-19”	106
ANEXO 5: Encuesta a los ciudadanos que no conocen sobre el seguro de vida “Covid-19”	108
Anexo 6: Entrevista a la aseguradora Nacional Seguros Vida y Salud S.A	110