



Sede Guayaquil

Carrera administración de Empresas

**Artículo académico previo a la obtención de título en Ingeniería
Comercial**

Tema:

“Factores que influyen para la contratación de seguros de vida por parte de consumidores de la ciudad de Guayaquil”

Autor:

Ronald Fabricio Davila Espinoza

Tutor:

Ing. Juan Pablo Moreno Delgado MBA.

Guayaquil – Ecuador


2021

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **RONALD FABRICIO DAVILA ESPINOZA**, con documento de identificación **0925056327**, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado intitulado: **“Factores que influyen para la contratación de seguros de vida por parte de consumidores de la ciudad de Guayaquil”** mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero Comercial, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En la aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, martes 2 de Marzo del 2021




Ronald Davila Espinoza
C.I. 0925056327

CERTIFICACIÓN

Yo, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación:
“Factores que influyen para la contratación de seguros de vida por parte de consumidores de la ciudad de Guayaquil” realizado por **Ronald Fabricio Davila Espinoza** obteniendo el *Artículo Académico*, que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, martes 2 de Marzo del 2021.

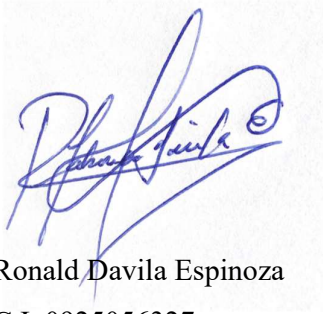


Ing. Juan Pablo Moreno Delgado
C.I. 0909237091

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Ronald Fabricio Dávila Espinoza** con documento de identificación N° **0925056327**, autor del trabajo de titulación: “**Factores que influyen para la contratación de seguros de vida por parte de consumidores de la ciudad de Guayaquil**”, certifico que el total contenido del *Artículo Académico* es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, martes 2 de Marzo del 2021



Ronald Davila Espinoza
C.I. 0925056327

Factores que influyen para la contratación de seguros de vida por parte de consumidores de la ciudad de Guayaquil

Factors that influence the hiring of life insurance by consumers in the city of Guayaquil

Ronald Fabricio Dávila Espinoza. Estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
(rdavilae@est.ups.edu.ec)

Ing. Juan Pablo Moreno Delgado MBA. Profesor de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)
(jmorenod@ups.edu.ec)

Resumen

El presente artículo se desarrolla debido a la irresponsabilidad de algunas empresas de seguros con múltiples falencias informativas a los usuarios que buscan una opción apropiada en el corretaje de una póliza de vida, existiendo una demanda insatisfecha, se suma a ello la falta de atención a la expansión del mercado y las premisas de ofertas negativas que se expanden y no son atendidas. El objetivo abarca describir los factores que determinan la aceptación o no de un seguro de vida y si existe el interés por parte de los usuarios por su adquisición. La metodología aplicada tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo de característica no experimental, descriptiva, se toma como técnicas de investigación la encuesta y entrevista, los resultados alcanzados permiten establecer si existe el desarrollo individual o de la familia con responsabilidad y ética de un bróker o corredora de seguro específica que prevea la aceptación de un público objetivo específico que siente la necesidad, pero no hay la debida comunicación, ni planes en combo que puedan impulsar promociones creativas y un crédito en la expansión del seguro de vida.

Palabras claves

Seguro de vida, pólizas, responsabilidad, ética, bróker, mercado, reaseguro

Abstract

This article is developed due to irresponsibility of some insurance companies with multiple informational gaps that are not given to users who are looking for an appropriate option in the brokerage of a life policy, there is an unsatisfied demand, added to it the lack of attention to the expansion of the market and the premises of negative offers that expand and are not attended to. The objective includes describing the factors that determine the acceptance or not of life insurance, and if there is interest on the part of users for its acquisition. The applied methodology has a quantitative and qualitative approach of non-experimental, exploratory and descriptive characteristics, the survey and the interview are taken as instruments, where the results achieved would allow to establish if there is the individual or family development with responsibility and ethics of a broker or a specific insurance broker that foresees the acceptance of a specific target audience that feels the need, but there is not the proper communication, not bundled plans that can drive creative promotions and a credit in the expansion of life insurance.

Keywords

Life insurance, Policies, Responsibility, Ethics, Broker, market, reinsurance.

1. Introducción

Los seguros de vida se amparan con base en la integridad de los usuarios al momento de un siniestro que se pueda sufrir, hay varios seguros de vida a denotar, dentro de los cuales se detallan: en caso de muerte, asistencia médica, accidentes, renta vitalicia y temporal, entre otros, depende del número de personas que abarque la póliza, su gestión de clasificación es individuales y colectivos (Freire, Análisis de los beneficios en las pequeñas y medianas empresas por el uso de los productos y servicios de Aseguramiento Patrimonial en la ciudad de Quito, 2015).

El objetivo de los seguros de vida es brindar cobertura económica a los usuarios que adquieren convenios con la entidad aseguradora en el caso del fallecimiento o de algún tipo de incapacidad que por una cantidad de dinero se logrará cubrir deudas, hipotecas, estudios para los hijos, gastos por el fallecimiento y remuneraciones económicas (Mendoza, Análisis del mercado de seguros de vida en el Ecuador Período 2010-2015, 2016).

En la actualidad, el crecimiento económico de las compañías de seguros en el mercado ecuatoriano se debe a promociones innovadoras y de interés por lo que el sistema de seguros privados en un número de 44 entidades especializadas en seguros de vida y son alrededor de 38 entidades que realizan operaciones de seguros generales (Zambrano, 2019).

Las empresas asesoras de seguros en el mundo están inmersas en un claro esquema de responsabilidad y ética en todas las actividades de servicios a usuarios realizados que constan de eficiencia en los planes de Seguros de Vida, siendo el objetivo el posicionar la mejor opción en la promoción de los ramos de Seguros integrales. La visión refleja el liderazgo empresarial, con el manejo adecuado del talento humano inmerso de forma directa e indirecta que garantice el buen servicio e innovaciones continuas.

Tabla 1 Seguro de vida en empresa de seguro en el Ecuador

Monto Asegurado	Desde \$100,000
Término del seguro de vida	De 5 a 30 años
Devolución de la prima Asegurada	Términos de 20 a 30 años

Fuente: El autor

Dentro del seguro de vida existe cobertura Exequial con una renta mensual por un año de 600 dólares, donde se brinda protección adicional a los programas ofrecidos a los usuarios.

Tabla 2 Convenio parecido de la contratación de una póliza de vida

	PLATINUM	GOLD	SILVER
* Muerte o Accidente	\$ 100.000	\$ 60.000	\$ 30.000
Diagnóstico de Cáncer	\$ 15.000	\$ 10.000	\$ 5.000
Renta Mensual en 12 meses x Cáncer	\$ 250	\$ 200	\$ 150
Prima mensual			
Titular o Cónyuge c/u	\$ 14,40	\$ 9,10	\$ 4,90

Fuente: Elaborado por el Autor

En el Ecuador, existen estrategias efectivas en las aseguradoras que ubican planes de seguros de vida, inmersos en las necesidades de los usuarios que son de un nivel socioeconómico de clase alta y media alta, que según el INEC (2019), corresponde al 34% de la población, el poder de negociación de los ofertantes y demandantes, es el de mantener medidas objetivas para retener y acaparar a nuevos usuarios que conlleva a ganar tiempo y dinero. Existe en el mercado cantidad de Asesoras y Productoras de Seguros, que no mantienen constante las coberturas, cartera de usuarios, convenios y además carece de un valor agregado que priorice la incursión de nuevos usuarios con un beneficio adicional.

El problema a considerar es ¿Cómo influye en el usuario la oferta de seguros de vida por parte de bróker o empresas aseguradoras en la ciudad de Guayaquil?

Los antecedentes manifiestan que un contrato de seguro de vida es un vínculo de garantía de una empresa de seguros y un contrato establecido por la entidad, donde existe una decisión unilateral de resolución de un conflicto previamente establecido por el asegurado, la póliza se manifiesta en el momento que aparece una incapacidad en el asegurado, un accidente e incluso una enfermedad catastrófica. Normalmente, todas las descripciones de las causas del seguro de vida aparecen estipuladas en el contrato, sin embargo, organizaciones de seguros realizan prórrogas en los contratos y en otros casos, enfermedades que no están descritas en lo firmado por las partes (Barroso, 2017).

El conflicto que normalmente aparece es por la gran cantidad de dinero o recursos expresado por el asegurado, que por presentarse el inconveniente, la salud, accidente o enfermedad catastrófica, está en su total gestión de exigir la póliza de seguro de vida, a pesar de que existe un contrato que pudo haber cancelado de manera unilateral, es responsabilidad de la empresa aseguradora indemnizar al asegurado. En conclusión, una aseguradora no puede tener un conflicto de tan alta magnitud y resolver de manera unilateral lo estipulado por la póliza, a pesar, de que existe una resolución legal, muchas veces la considera que no es justa excluyendo el siniestro durante el tiempo que posee la póliza (Barroso, 2017).

La justificación en la presente investigación ayuda a conocer los factores que intervienen hoy en día las aseguradoras, las cuales ofrecen muchas alternativas a sus clientes, dependiendo de su presupuesto, haciendo un mercado más competitivo en donde es necesario una diferenciación, teniendo siempre en cuenta que toda acción de riesgo, accidente o defunción tiene que ser plasmada en una póliza, para que una vez acontecido el inconveniente, ésta pueda indemnizar, sin justificativo alguno a la familia del asegurado.

La tendencia en un seguro de vida, que tenga un servicio óptimo, descrito con calidad y las buenas prácticas de manejo de intangibles, está vinculado con una adecuada gestión administrativa, planificación estratégica y manejo del talento humano, además se vincula empresas aseguradoras internacionales que brindan la garantía de que cada una de las pólizas de seguro de vida tiene un alto grado de responsabilidad y solidez.

Delimitación del problema

El problema de investigación está delimitado de manera geográfica en el Ecuador, específicamente en la provincia del Guayas, cantón Guayaquil al periodo del año 2020, a los usuarios que conocen de seguros de vida.

La situación problemática señala que los seguros de vida prevén una situación distinta dependiendo del caso de la póliza; un ejemplo, se puede ubicar cuando existe invalidez del usuario, los seguros normalmente cubren en el momento que, existe invalidez total, caso contrario, no existe la responsabilidad, ni mucho menos la liquidación por parte de la compañía. Siendo un problema, la falta de transparencia de las empresas aseguradoras, donde existe comunicación limitada en la visión de adquirir un seguro, la empresa de seguro paga la

indemnización al banco, éste luego busca el pago a la familia, es lógico que, si uno asegura su bienestar, la compañía debería cancelar directamente a la familia, y de esa manera evitarse conflictos.

Existen variedades de seguro, entre los principales se encuentran los seguros de vida, sin embargo, se vincula el seguro de la educación de los hijos, seguro en la salud de la familia, entre otros. Otros inconvenientes que se suscitan en las empresas aseguradoras con los seguros de vida, es que una vez fallecido el asegurado, la familia sufre inconveniente debido a que no se sabe, el cómo, cuándo, dónde, poder realizar el cobro de la póliza, siendo los familiares quienes organizan los trámites de la liquidación, ya que muchas veces suelen tomar mucho tiempo y demasiados requisitos, normalmente el seguro de vida es aquel que si el usuario llega a poseer una invalidez, esta cobertura lo protege y a la vez, permite una indemnización a quienes forman parte de su familia; por otra parte, el seguro de muerte simplemente cubre lo que se refiere a los gastos del entierro, que son elevados, pero no involucra ninguna indemnización a la familia.

El objetivo general es describir cuáles son los principales factores que influyen en la contratación de un seguro de vida por parte de los consumidores de la ciudad de Guayaquil, los objetivos específicos son: identificar los tipos de coberturas y beneficios que mantienen las pólizas de vida, luego analizar las preferencias que tienen las personas al contratar una póliza de vida que ofrecen las compañías de seguros, y por último, describir los motivos que inciden a los usuarios a querer cancelar la póliza de vida.

La revista Ekos de negocios señala que, en conjunto, el área de seguros en un sistema de privados logra un monto de 1 044 millones de dólares en activos, que refleja el 1,6% del PIB y el 3% del monto circulante del sistema financiero, esto incluirá también a las instituciones financieras tradicionales” (Ekos negocios, 2018).

La cultura de seguros es un medio de toma de decisión que previene cualquier circunstancia adversa a la salud o bienestar de los usuarios, alrededor del 39% de la población manifiesta la necesidad de un seguro contratado, el 79% ubican un seguro en los bienes por voluntad propia, el 21% considera a una póliza como parte de un gasto y no de una inversión, los seguros no suelen ser contratados directamente, sino a través de terceros al momento de la contratación al adquirir un préstamo, póliza de vida, tarjetas de crédito, programas empresariales, entre otros (Mendoza, Análisis del mercado de seguros de vida en el Ecuador Período 2010-2015, 2016).

Economía Social en los seguros de vida

La seguridad social, con base en un seguro de pensiones, salud, asistencia, accidentes y desempleo, permite que los usuarios tengan garantía de vida por incapacidad temporal o permanente para cuando la vejez se acerque, además de una oportunidad de mejor nivel de vida al momento que aparece una disminución de la capacidad en el trabajo, enfermedad, viudez, orfandad, la asistencia social protege la pobreza de las personas que no tienen derecho a la seguridad social (Suarez, 2019).

La seguridad social comprende un servicio de salud, acompañado de un sistema de pensiones que es combinado con un instrumento efectivo que previene los conflictos sociales relacionado con la salud, educación, alimentación y la capacitación profesional (Dieter, 2018).

El seguro de vida, canalizador de ahorros

El seguro de vida es un instrumento competente de ahorro personal que es imprescindible como recursos financieros que tiene como objetivo garantizar el crecimiento económico, además del bienestar social, normalmente las aseguradoras entregan ventajas y atributos a los intermediarios financieros, al momento de canalizar el ahorro doméstico, motivo por lo que las

empresas de seguros buscan nuevos prospectos para la relevancia en el desarrollo económico (Pieschacon, 2018).

Los seguros de vida son parte del ahorro personal, que se constituye en una herramienta eficaz a la política antiinflacionaria, que se traduce a una disminución simétrica en la tasa pasiva y activa, comprimiendo la demanda global y las presiones inflacionarias. El seguro de vida genera varias obligaciones a corto y a largo plazo que simbolizan estabilidad en la economía del país por la captación de capitales y recursos que forman parte de las reservas de las agencias de seguros y aseguradoras en diversas actividades productivas.

Importancia de las inversiones de las compañías de seguros en la economía

Las compañías de seguros ubican como inversión las primas de seguros y saldos a pagar a través de cuotas por los servicios, hasta que sus fondos sean utilizados en varios años, luego de que la prima se haga efectiva, por lo tanto, el desempeño de las aseguradoras depende del rendimiento de los fondos invertidos, estas decisiones permiten el rendimiento, la liquidez y el riesgo (Barroso, 2017).

El Estado es la entidad que garantiza la seguridad social, debe disminuir los riesgos por accidente, incapacidad laboral, enfermedad, desempleo, y pérdida del soporte o jefe de familia, incremento del bienestar y de proveer un sistema previsional que ofrezca a las personas de edad, adulto mayor el gozar de una vejez sin problemas de economía (Suarez, 2019).

Las compañías de seguros indemnizan los daños a los bienes y personas, por una prima recibida, el tomador del seguro debe buscar la mejor opción de empresas de seguros que logren cubrir los riesgos con la oferta de los productos, donde se observa el precio que se ofrece en la póliza, la solvencia de la aseguradora, el profesionalismo técnico de los corredores y brókers de seguros, al igual que la responsabilidad y confianza ofrecida.

Por otra parte, es necesaria la inversión de las compañías de seguros en servicios que brinden una mejor atención al cliente; en este sentido la tecnología móvil a través de los smartphones ha permitido cuatro aspectos claves para las empresas: la comunicación móvil entre empresa, proveedores y clientes, el trabajo móvil para atender al cliente y realizar procesos desde cualquier lugar del mundo, el comercio móvil o capacidad de realizar desde el dispositivo compras electrónicas el cliente, y la social media (Cueva & Sumba, 2016) (Carvache Franco, 2015)

Tipos de seguros más usuales y sus beneficios

Para cumplir con el primer objetivo específico: identificar los tipo de coberturas y beneficios que mantienen las pólizas de vida, es necesario tener esta información para saber las preferencias del consumidor, indica Delgado (2013) que los tipos de seguros de mayor contratación en el Ecuador son los seguros de vehículos, por lo que es un requisito al comprarlo dentro de una concesionaria, en el país existe una penetración importante de diferentes marcas, por lo que el requisito para un crédito es que este salga debidamente asegurado.

COBERTURAS	VALOR ASEGURADO	Extraprimas	
		% prima	% V.A.
Vida	0	0	0
Beneficio adicional por incapacidad total y permanente	0	0	0
Enfermedades graves	0	0	0
Capital complementario	0	0	0
Muerte y desmembracion accidental	0	0	0
Incapacidad total y permanente por accidente	0	0	0
Incapacidad total y permanente por enfermedad	0	0	0
Gastos medicos por accidente	0	0	0
Renta diaria por hospitalizacion	0	0	0
Plan dental Titular	completo		
Asistencia de viaje			
Seguro Exequial	asegurados cubiertos		

Fuente: El autor

El seguro para el hogar en caso de siniestro denota un monto aproximado del inmueble en caso de que se dé un incendio, terremoto, entre otros factores que puedan causar daños en la infraestructura, es un seguro de bienes tangibles e intangibles que se negocia en el país. El seguro de vida también representa un seguro de aceptación en el mercado de intangibles en el Ecuador, donde una vez que se suscita un siniestro en el asegurado, las familias o quien disponga el asegurado recibe una cantidad en efectivo, según la póliza de vida (Gonzalez, 2019).

Para Navas (2017) el seguro de salud es uno de los que mayor perspectiva de desarrollo tiene por lo que existen variedades de enfermedades que son de alto riesgo y muchas veces no se cuenta con el dinero inmediato para sostener la enfermedad, por lo tanto, es imprescindible su aceptación debido al grado de necesidad de la población en lo que a salud se refiere. Cada seguro crea un beneficio intrínseco directo al precautelar una posible necesidad, en caso de riesgo, por lo tanto, este está vinculado con la decisión de participar de forma inmediata en caso de ocurrir el riesgo.

Compañías de Seguros de Vida

Las principales empresas de seguros de vida son: Seguros Pichincha, Equivida, Colvida, BUPA, Latina, Life Seguros, entre otras. Seguros Sucre esta situada en el primer lugar por sus activos y prima emitida por alrededor de 193.5 millones de dólares, seguido de Seguros Equinoccial con emisión de primas por 175.1 millones de dólares. (Revista Ekos, 2015).

Figura 1 Ranking Compañías de Seguros en el Ecuador

RANKING COMPAÑÍAS DE SEGUROS - AÑO 2014				
(EN USD MILLONES)				
COMPAÑÍAS DE SEGUROS	Ranking	Total Activos	Utilidades Netas	Prima neta emitida
SUCRE	1	283,4	15,2	193,5
EQUINOCCIAL	2	203,7	5,3	175,1
QBE COLONIAL	3	171,9	2,8	154,7
ACE	4	101,3	4,8	134,4
PICHINCHA	5	97,8	7,3	93,8
LIBERTY SEGUROS	6	87,3	0,2	78,3
AIG METROPOLITANA	7	82,6	4,2	81,4
UNIDOS	8	78,2	4,6	64,3
MAPFRE ATLAS	9	58,2	0,6	61,9
LATINA SEGUROS	10	58	2,2	49,5
EQUIVIDA	11	54	1,8	61,5
ECUATORIANO SUIZA	12	46,9	2,7	59,2
CONFIANZA	13	42,7	2,9	31,9
ROCAFUERTE	14	50,9	4,1	56,6
ASEGURADORA DEL SUR	15	45,6	0,4	68,3
CONDOR	16	36,7	0,9	16,4
ORIENTE	17	39	-1,2	27,1
ALIANZA	18	33,3	1,1	40,5
GENERALI	19	33,3	1,6	31,5
LA UNION	20	41,8	0,9	17,3
HISPANA	21	28,5	3	27,8
PAN AMERICAN LIFE	22	24	-0,3	43,8
SWEADEN	23	20,9	1,3	20,5
VAZ SEGUROS	24	21,8	1	13,4
INTEROCEANICA	25	19,2	0	18,3
BMI	26	15	0,7	16,2
BUPA	27	13,2	-0,2	17,3
CONSTITUCION	28	13,6	-0,3	5,7
COLVIDA	29	11,6	0	13,3
TOPSEG	30	9,1	0,9	6,8
COFACE S.A	31	7,5	1,2	4,1
COLON	32	8,7	0,3	2,9
BALBOA	33	6,1	0,1	6,1
LATINA VIDA	34	4,3	0,3	3
LONG LIFE SEGUROS	35	3,3	0,1	6,7
TOTAL SISTEMA	35	1853,4	70,4	1702,9

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Factores internos y externos del comportamiento del consumidor

Para Romero (2019) referente al comportamiento del consumidor se presenta en constante cambio, debido a la importancia de factores que logran la percepción de ciertos productos o servicios acorde al perfil, los hábitos de consumo están referenciados con base a esquemas internos y externos.

Los factores internos de preferencia del consumidor se ven influenciado por la decisión de compra que se dan por el estilo de vida, cultura, motivación, edad, personalidad y percepción, entre otros. El estilo de vida es el lugar o sitio donde habitan, y se refleja en el consumidor el nivel socioeconómico que posee y las necesidades envueltas en su entorno. Otro factor interno es la cultura que tiene vínculo con la forma de mostrar las normas morales y sociales que participan en el comportamiento del individuo ante una sociedad.

En el enfoque interno también participa la motivación entre las facultades del potencial consumidor, donde se denota las necesidades biológicas, fisiológicas y sociales, también se considera la edad, debido a que las estrategias comerciales dependen de la orientación del producto, donde existen etapas para el uso de determinada oferta, conforme a la etapa de vida, por esta razón las preferencias cambian. La personalidad es otro factor interno de consumo, también la percepción es un factor interno en la decisión de compra, es inducida por una marca de su preferencia o acción de servicio e incluso por el círculo familiar o social, comunicación o por estrategias de Marketing (Escayola, 2016).

Los factores externos están relacionados con la calidad del producto ofrecido, el precio que mantiene, recomendaciones de otros consumidores, sitio en la red de fácil navegación, entre otros. La calidad del producto mantiene latente el interés de los consumidores, debido a que la necesidad es satisfecha de forma inmediata y continua, en el tiempo, donde el mercado se vuelve más exigentes para acaparar la atención de consumidor. Un factor externo preponderante en la decisión de compra por parte del consumidor es el precio, que está presente en la mente y afecta la decisión, es la principal variable de análisis por parte de los consumidores. (Sumba & Andrade, 2018) (Ortega-Vivanco, 2020).

Manifiesta Regan (2016): hay clientes y usuarios que piensan que un precio es elevado debido a su excelente calidad. La recomendación de un cliente o consumidor es importante como aspecto externo en la determinación de la compra e incluso las redes sociales se han convertido en excelente informadores de relevancia para la aceptación del consumidor sobre determinado producto o servicio, debido a las positivas opiniones y valoraciones para las decisiones de consumo. Se suma a esta variable compra el manejo de una línea de fácil navegación, son varios los consumidores online al igual que su nivel de exigencia. Para alcanzar la conquista del mercado meta hay que ubicar los elementos informativos que requiere conocer la gente, para solución a sus requerimientos, lo que permite el uso de factores externos de comportamiento que den soluciones personalizadas y satisfactorias. (Mejía Giraldo, 2020)

2. Materiales y Métodos

El nivel descriptivo es aplicado al momento de encontrar el problema en circunstancias tiempo-espacial porque esto va a permitir delimitar las características demográficas de las unidades investigativas como: número de población, nivel de educación, ocupación.

Así como describe el autor Sierra (2012), donde expresa que dentro de esto se llega a “destacar las características o rasgos de la situación, fenómeno u objeto de estudio, su función

principal es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio”.

El nivel explicativo dentro de la investigación consiste en la aclaración del planteamiento del problema que trata de cuál será el mejoramiento en la contratación de seguro de vida por parte de los consumidores, como se lo implementaría para la mejora en las ventas y su contextualización de este proceso.

La investigación de campo que se desarrolla está en contacto con la realidad a investigarse, esta modalidad de investigación permite recolectar y analizar información de todos los hechos y acontecimientos que se producen en la empresa misma, utilizando técnicas de investigación adecuadas tales como, la observación y así determinar los factores para la contratación de seguros de vida por parte de los consumidores. Para el autor Graterol (2013), hace referencia a que este tipo de investigación:

Se ayuda a optimizar el estudio puesto que permite instituir contacto con la realidad a fin de que se conozca mejor, la finalidad de esta radica en exponer nuevas proposiciones o transformar las existentes, en desarrollar las nociones; es el modo de llegar a elaborar teorías. (pág. 25)

Métodos de investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, porque se usa la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer reportes de resultados y esto permite obtener una medición. Esta investigación también tiene un enfoque cualitativo porque proporciona profundidad de comprensión de cuál es la solución a la hipótesis, un proceso de descubrimiento que permitirá interpretar los resultados.

El universo de estudio es la población de asegurados en el Ecuador que según Javier Ramos (2020) el promedio de personas aseguradas es de 1.347.967 personas, aplicando la muestra con un margen de error del 5%, la proporción del éxito y fracaso del 50%, mientras que su nivel de confianza es del 95%, se tomó en consideración la fórmula de la población finita obteniendo así que la población óptima a encuestar es de 384 personas, que tengan cultura de seguro para poder así realizar la investigación respectiva.

$$n = \frac{P * Q * Z^2 * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{0.5 * 0.5 * (1,96)^2 * 1.347.967}{1.347.967 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = \frac{0.25 * 38416 * 1.347.967}{1.347.967 * 0.0025 + 38416 * 0.25}$$

$$n = 384$$

Dónde:

N: Tamaño de la población	= 2.450.635
Z: Nivel de confianza	= 0,95
p: Prob. Éxito	= 0,5
q: Prob. Fracaso	= 0,5
e: Error margen	= 0,05

3. Resultados

La edad influye en el momento de comprar una póliza de seguro de vida, debido a que son aquellas personas que tienen una edad adulta y forman parte la población económicamente activa, quienes buscan un seguro de vida como soporte para la generaciones en su familia. Según los resultados obtenidos la edad de mayor frecuencia de los encuestados se dan entre los 31 a 40 años de edad, la menor frecuencia está entre los 41 a 50 años de edad.

El género, es una determinante importante dentro de una encuesta, debido a que son las personas masculinas la que tienen mayor presencia en el ámbito laboral en apenas un 54%, este valor simboliza que aquello que desea una póliza de seguro en su gran mayoría pertenece a este género. El género de los encuestados se tiene resultados del 54% son masculinos y el 46% son femeninos. El análisis refleja que los hombres influyen más en el momento de contratar un seguro de vida.

La influencia del sector donde se vive, despierta el interés de todas las empresas de seguro, debido a que de acuerdo a la condición socioeconómica y el lugar de residencia, se establece el mercado objetivo. Se observa que el sector de los encuestados de mayor porcentaje es del norte, siguiendo del sector del centro y del sur, respectivamente. La ocupación representa una variable importante que despierta el interés de las empresas aseguradoras, donde se busca a usuarios que trabajen en y tengan estabilidad económica, siendo el objetivo de mercado a perseguir. Las ocupaciones de los encuestados, el trabajador es el que mayor porcentaje tiene al momento de contratar un seguro de vida, por lo tanto, las amas de casa son las de menor frecuencia al momento de adquirir el seguro de vida.

Referente a ¿Qué tipo de seguro posee en la actualidad?, los encuestados manifestaron en un 27% que son de asistencia médica, cercano valor en el seguro de vida con un 26%, también señalaron que poseen ambos seguros un 33% de los encuestados, pero existe un 14% que no tiene ningún tipo de seguro.

Figura 2 Tipo de seguro que posee en la actualidad



Fuente: El autor

La situación del seguro abarca ampliar la cobertura y las promociones para esa manera incentivar a todos los usuarios que de una otra manera son parte de la población económicamente activa y buscan tener este tipo de servicio.

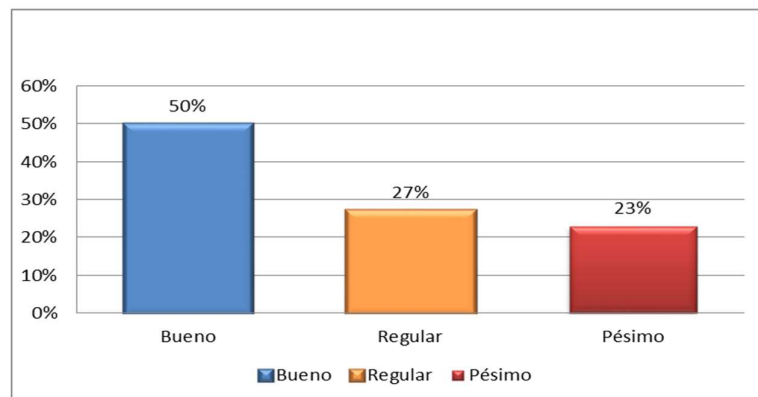
Sobre si se desea tener un seguro de vida para su familia, el 59% de los encuestados señalan que sí, esto implica que el interés y la necesidad, el 25% consideran que no lo necesitan, y apenas un 16% señala que tal vez busquen algún momento un seguro de vida. La interrogante es determinante, para la aplicación de nuevas estrategias e incentivos para la colocación de seguro de vida en el mercado, la importancia radica en que alrededor del 75% de todos los

encuestados requieren una opción de seguro, donde exista un servicio óptimo a un precio conveniente.

El 59% de los encuestados manifiestan que desearían tener un seguro médico para su familia, pero con el 16% indican que tal vez desearían un seguro de vida, por último el 25% de los encuestados dicen que no desearían un seguro médico.

Referente a la interrogante ¿En caso de que haya recibido información de un seguro de vida, cómo resultó el interés del bróker o ejecutivo de seguros de vida?, la encuesta realizada señaló que el servicio es bueno, por lo tanto, existe la aceptación para su posible contratación previo envío de toda la información.

Figura 3 Información recibida de un seguro de vida



Fuente: El autor

Se observa que el interés de los encuestados por parte de los ejecutivos de seguro ha recibido muy buena información, el cual representa el mayor porcentaje mientras que con un 23% de los encuestados les pareció pésima la información.

En la pregunta planteada ¿Estaría dispuesto a contratar un plan de seguro de vida por medio de una agencia o Bróker de seguro confiable?, existe un 49% de aceptación de los clientes, un 26% no se encuentra muy interesado en la adquisición tal vez en algún momento se la realice, pero un 25% fue firme en decir que no requieren seguros de vida.

Sobre la pregunta ¿Considera Ud. que un seguro de vida es una prioridad en la familia?, se establece que un seguro es prioridad en la familia, siempre y cuando existan los medios económicos para su adquisición, por tanto, el 46% de los encuestados manifiestan que si es prioridad en la familia un seguro de vida, pero con el 32% indican que tal vez es una, por último el 22% de los encuestados dicen que no es una prioridad el seguro de vida para su familia.

La interrogante de ¿Cuándo usted está interesado en contratar un seguro de vida, cuáles son los principales valores que ve en la empresa que le está ofreciendo este producto? (Enumere según la prioridad alta 5, baja 1). La mayor parte de las organizaciones requieren de valores corporativos, lo mismo acontece aquellas empresas de seguros que normalmente poseen ética, seriedad, eficiencia y responsabilidad en todas las actividades que se realizan.

Figura 4 Principales valores al contratar un seguro de vida



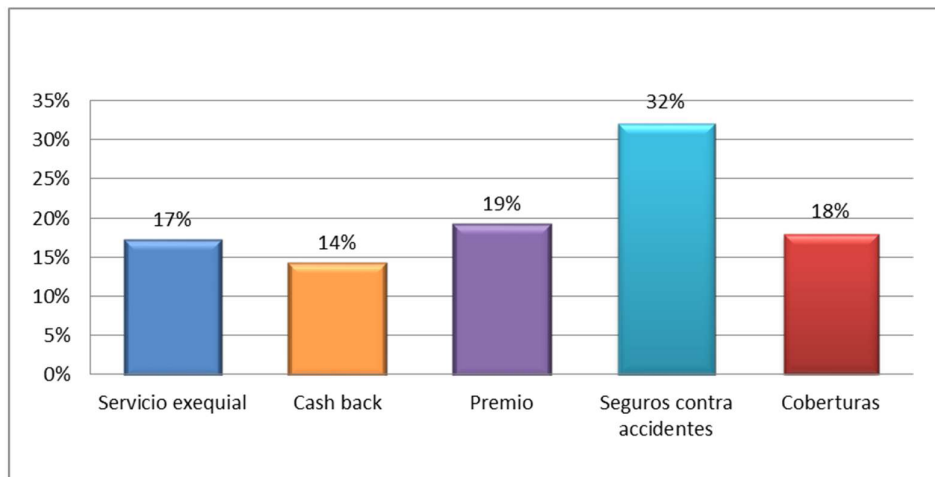
Fuente: El autor

Al observar los valores que toman en cuenta los encuestados, son la responsabilidad que tiene mayor frecuencia siguiendo la seriedad con un 19% y con menor frecuencia la eficiencia con un 13%.

Para el desarrollo del primer objetivo específico: identificar los tipo de coberturas y beneficios que mantienen las pólizas de vida, es necesario tener esta información para saber las preferencias del consumidor.

Son diversos productos de seguros que se encuentra desarrollados a través de múltiples estrategias vinculadas a la calidad de servicio que se ofrece, de ahí se denotan las coberturas, exequiales, premios, entre otros.

Figura 5. Beneficios adheridos a una póliza



Fuente: El autor

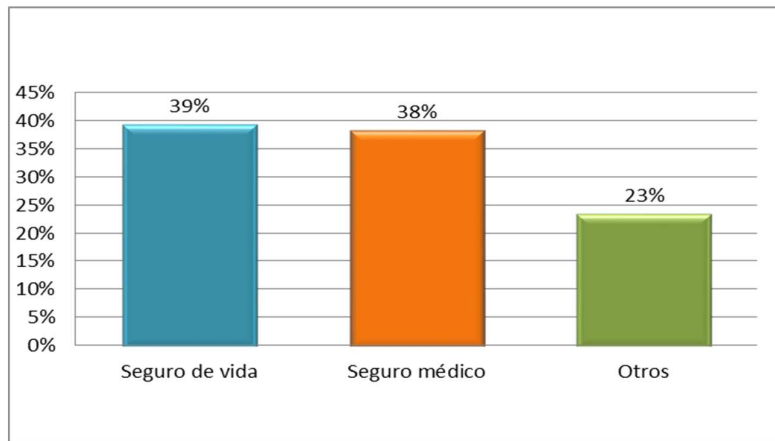
Dentro de los seguros, al ser adquirido, un cliente normalmente busca servicios adicionales, donde el 32% requiere el seguro contra accidente, un 19% se conforma con premios adicionales, un 18% que exista cobertura y un 17% servicio exequiales.

Referente a que si conoce la diferencia que existe entre el seguro de vida y el de asistencia médica, es importante detallar que un seguro de vida fortalece la familia previa la ausencia del gestor o jefe de la misma, la asistencia médica, sin embargo, enfrentan retos por mantener la salud, la jerarquía consiste en conocer cuál es la necesidad prioritaria, los resultados demuestran

el 61% de los encuestados que no saben la diferencia entre el seguro de vida y la asistencia médica y con un 39% si saben la diferencia.

Para el desarrollo del segundo objetivo: Analizar las preferencias que tienen las personas al contratar una póliza de vida que ofrecen las compañías de seguros, se realizaron estas preguntas para saber que necesidades tiene el consumidor. La mayor parte de los encuestados se definen por un seguro de vida como principal opción en caso de cualquier accidente o fortuito inesperado presentado, también tiene gran relevancia los seguros médicos.

Figura 6. Prioridad para adquirir seguro de vida



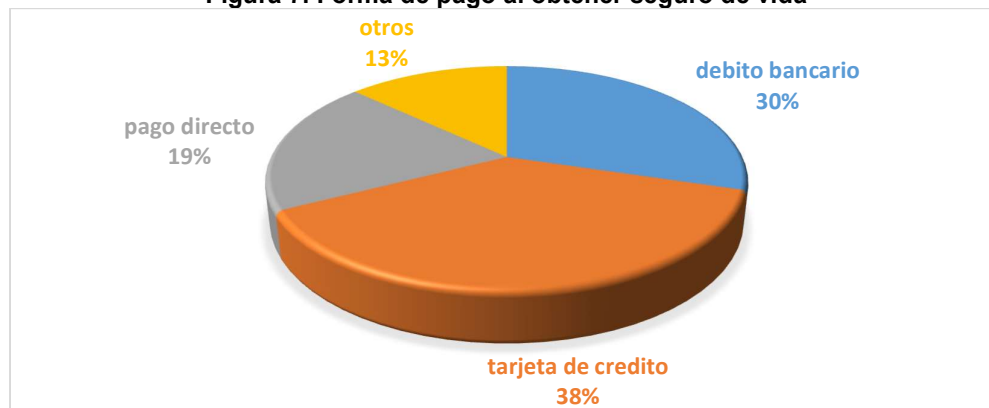
Fuente: El autor

Al observar en la figura que los encuestados prefieren con un 39% adquirir un seguro de vida luego con un 38% un seguro médico y por último otros seguros con un 23%.

Es necesario que existan planes de financiamiento en la adquisición de un seguro de vida, utilizando la herramienta estratégica para asegurar la comercialización de un seguro, las empresas siempre tiene que optar por dar las facilidades para su adquisición. El 65% de los encuestados manifiestan que es importante que existan planes de financiamiento al momento de adquirir un seguro de vida y con el 35% dicen que no es importante.

La forma de pago representa una herramienta importante para la gestión negociadora de la compañía de seguros para con cada uno de los usuarios que requieren el servicio.

Figura 7. Forma de pago al obtener seguro de vida

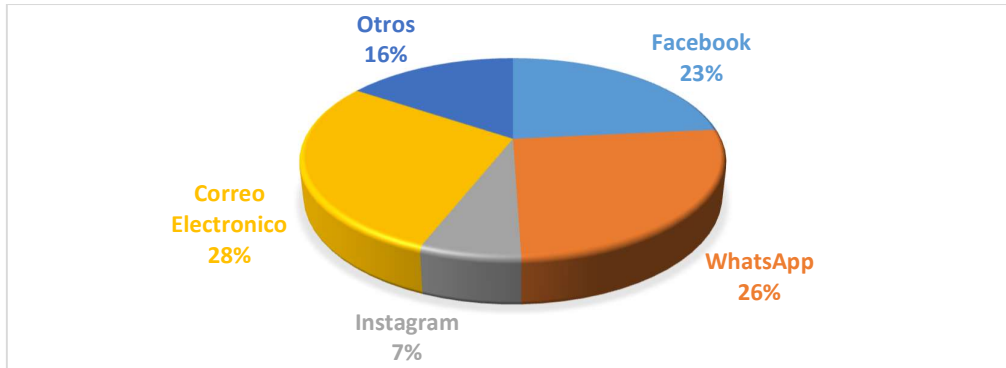


Fuente: El autor

Al observar en la imagen que los encuestados prefieren utilizar el seguro de vida, pagarlo con la tarjeta de crédito, un 30% un débito bancario y por último con un 13% otras formas de pago.

La comunicación de los seguros de vida debe estar utilizando los medios no convencionales de comunicación para su mayor difusión, por lo tanto, la gestión digital y el apego directo al internet que permite ampliar la cobertura de información continua.

Figura 8 Medio por el cual enviar la información detallada



Fuente: El autor

Los encuestados prefieren con un 28% recibir información de seguro de vida por medio de correo electrónico, luego por WhatsApp con un 26% y un 7% en Instagram.

Entrevistas realizadas

Quienes forman parte de la dirección son gestores de las empresas de seguros, sostienen criterios efectivos sobre las estrategias de comercialización, que deben de aplicarse para acaparar la atención del mercado y ubicar nuevos productos o servicios de cobertura nacional, quienes participan en las entrevistas vierte un criterio directo sobre cómo es la situación de los seguros en el Ecuador y así dar respuesta al objetivo 3 que es el describir los motivos que inciden a los usuarios a querer cancelar la póliza de vida.

¿Cómo es el mercado de seguros de vida en la ciudad de Guayaquil y qué expectativa de crecimiento tiene?

La Ing. **Karen Ramírez**, manifiesta que el mercado de seguro de vida en Guayaquil lamentablemente es muy limitado, porque no hay la cultura de seguro desde la infancia, pues simplemente el seguro suele ser más conocido para el vehículo, sin embargo, todo se puede asegurar, cosa que no es nada más que la prevención ante cualquier tipo de siniestro o tragedia, a diferencia del ing. **Lenin Lituma**, que señala que el mercado de seguro de vida tiene expectativa de crecimiento de manera aritmética, los seguros siempre resulta ser un paradigma cierto para quienes no conocen la importancia real que cubre la vida de una persona cuando ésta no se encuentra asegurada; para el ingeniero **José Lanata**, este mercado de seguros en Guayaquil, tiene un crecimiento lento, debido a los problemas e inconvenientes suscitados con la actual pandemia, con el registro de robos y atracos que sucede, y por último la corrupción existente en todas las dependencias públicas y privadas, toda esta situación hace que el mercado de seguro aumente, que coincide con el criterio de la ingeniera **Paola Alarcón**, ya que el crecimiento es limitado, porque existen muchas empresas o bróker de seguro que no cumple a cabalidad su trabajo de informar la realidad objetiva de un seguro de vida, El ing. **Manuel Flores**, el mercado de seguro de vida en la ciudad de Guayaquil en limitado, es decir, se necesita del experto profesionales para poder garantizar el éxito en el mercado, porque la variedad de oferta son extensas y normalmente prometen acciones momento del siniestro no se cumplen.

¿Cuál es la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil?

La Ing. **Karen Ramírez**, indicó que la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil ha ido incrementándose durante los últimos 20 años, debido a la inseguridad que existe producto de la delincuencia y la corrupción, por tal motivo, quienes dirigen empresas y hogares buscan solventar a través de un seguro cualquier tipo de calamidad que se presente, ya que coincide con el criterio del Ing. **Lituma**, la tendencia del seguro de vida está en crecimiento, siempre y cuando ejecutivos responsables sean quienes condicionen los estándares de calidad y prestigio de las empresas aseguradoras. Sin embargo, el Ing. **Lanata**, dice que la tendencia de seguro de vida es también de crecimiento lento, la mayor parte de la familia no busca un seguro de vida por el hecho que esto ocasiona un gasto, y el índice de la canasta básica familiar está muy elevado, en pocas palabras todos los ingresos que justifican los gastos y normalmente no hay para un seguro de vida dentro de los mismos. La Ing. **Alarcón**, tendencia de crecimiento, pero no es porque el mercado busca seguro de vida, sino que existe eficacia en los brókers, esto hace posible por sostener una póliza con el cliente. El Ing. **Flores**, indica que la tendencia de seguro de la sede Guayaquil es de incrementar los valores de la póliza y a la vez, la cantidad de cliente, para lo cual es importante establecer estrategias dinámicas encaminadas a dar servicio a través de múltiples promociones para garantizar el éxito de adquisición de un seguro o reaseguro.

Para el cumplimiento del objetivo específico 3 en las entrevistas, se plantearon interrogantes que permiten describir los motivos que inciden a los usuarios a querer cancelar una póliza de vida, se realizó esta pregunta:

¿Considera que hay poca cultura de adquisición de seguros de vida, explique por qué?

Indica el Ing. **Lituma** que efectivamente, la cultura de tener asegurada un objeto o una vida es muy limitada, no existe cultura al servicio de los seguros, simplemente porque no existe la necesidad de los estándares altos de jerarquía empresarial, que tiene similitud con el Ing. **Ramírez** dice que existe poca cultura en las condiciones de adquisición del seguro de vida, por lo tanto no se estima un aporte amplio de cobertura o un mercado latente por buscar seguros con diferentes tipos de ofertas o promociones, el Ing. **Lanata**, explica que no hay cultura adquisición de seguro, esto se nace se crece y se trabaja en el tema todos los días; el Ing. **Alarcón**, la mayor parte de las pólizas de seguro de vida son cancelados a plazo, la situación económica actual que vive el país hacen que algunos clientes desistan de continuar el seguro, el segundo lo principal inconveniente con lo que se trata en la comercialización de seguros de vida. Hay que considerar que muchas veces preferible que la venta de seguro de vida se la realice a través de las principales tarjetas de crédito vigente en el mercado. Mientras tanto el Ing. **Flores**, señala que la cultura del seguro no existe, porque no hay escuela en conocimiento y experticia en el área, la cultura significa una costumbre de asegurar la cosa, y en nuestra ciudad simplemente no existe.

¿Cuáles considera Ud. son los motivos por los que, los ciudadanos no adquieren o llegan a cancelar una póliza de vida?

Según el criterio del Ing. **Ramírez**, un ciudadano normalmente, no es que no quiere tener un seguro de vida, tampoco que no tiene los valores necesarios para cancelarlo, simplemente no siente la necesidad de la importancia de lo que es el obtenerlo. La tendencia cultural en nuestro país es que las prioridades suelen ser la educación, salud, entretenimiento, y otros, tanto que el Ing. **Lituma**, la mayor parte de las personas no adquiere una póliza de vida porque simplemente no manejan adecuadamente su vida, simplemente, su vida goza trabajo, educación, salud, entretenimiento, y otros, pero no perfila una conciencia de seguro de vida en su planificación cotidiana; que tiene similitud con el criterio Ing. **Flores**, que opina la mayor parte los ciudadanos

cancelan su póliza por la situación económica que vive el país, esto implica, que hay prioridades en los gastos y un seguro no forma parte de un indicador de la canasta básica familiar.

El **ing. Lanata**, comentó que posiblemente la economía del país está limitada, no existe nuevo emprendimiento y la tendencia de una compañía de seguros y bróker hace que exista poca ética y pocos clientes. A diferencia del **ing. Alarcón**, que indica las empresas de seguros cumplen a cabalidad su responsabilidad en un siniestro; sin embargo, los seguros de vida suelen tener inconvenientes por cuestiones legales y por el cumplimiento de los lineamientos vertidos en la póliza de seguro, esto es trabajo de los brókers, garantizar el cumplimiento ético de los beneficios adquiridos por el cliente.

¿Cómo considera la responsabilidad de una empresa de seguro en caso de un siniestro?

Para el **Ing. Ramírez** y el **Ing. Lituma**, existen empresas muy serias, que en forma directa y responsable buscan sustentar acciones sustentables para sostener o justificar un siniestro acontecido, dando todo los trámites legales y la póliza específica convenida, en lo que se refiere a cubrir un siniestro, en la experiencia en seguros, la mayor parte de empresas aseguradoras cubren y cumplen con todo lo manifestado en la póliza, el asesor de seguro es quien enfrenta la realidad de asesorar adecuadamente a su cliente en el siniestro; el **Ing. Lanata**, indicó la mayor parte de las empresas de seguro con las que ha trabajado han cubierto los siniestros presentados, de esa forma se considera que hay ética, responsabilidad y cobertura; el **Ing. Alarcón**, manifiesta la responsabilidad es excelente, debido a que las empresas de seguro cumplen los lineamientos ajustados en cada póliza; y el **Ing. Flores** en cambio considera que la responsabilidad de la empresa al cumplir un seguro, suele ser esquiva; es decir, mientras no se cumplan los lineamientos exigidos que sustente en la póliza, no se podrá cubrir el siniestro, situación que acarrea inconvenientes y una mala imagen para la institución.

4. Conclusiones

- Existe el interés de los usuarios por tener un seguro de vida que pueda ser parte de la solución, en caso de presentarse un fortuito en la familia, para precautelar el seguimiento de la vida con dignidad, siendo importante la incorporación de programas e incentivos promocionales que permita ampliar la cobertura en el mercado y abarcar nuevos productos innovadores que despierte el interés en el mercado de la oferta y demanda.
- La gestión administrativa de las empresas de seguro, según los brókers entrevistados, cada una busca el mantener la imagen corporativa para reflejar decisiones acertadas que permitan el alcance de los objetivos trazados, reflejando mejoras en las ventas y en el cumplimiento a tiempo de los fortuitos o siniestro presentados.
- Las empresas aseguradoras o brókers de seguros, realizan actividades de ofrecimiento de seguros con firmeza, pero con poca veracidad en los términos que señala la oferta, donde existe una cultura de servicio de constante irrespetos y la falta de paradigmas de confianza, por lo que la negociación suele ser vista inapropiada por parte del usuario, según la descripción de la encuesta.
- Según las encuestas realizadas, son muchos los usuarios que buscan tener un seguro de vida, pero son pocas las empresas aseguradoras que lo ofrecen; es decir, no hay ética, confianza y principio de responsabilidad sostenida, muchos negocian un seguro de vida y de ser el caso de su aplicación, no ostentan participación alguna para asesorar el manejo de la prima y de los cimientos de ejecución de la póliza.
- Los tipos de coberturas y beneficios que ofrecen las pólizas de vida mantienen el interés de los usuarios, sin embargo, la falta de comportamiento y dedicación en el servicio y atención a los usuarios determina la negociación, por lo tanto, es imperativo el desarrollo de políticas de servicio para vincular los parámetros asimilados y detallados en una póliza de seguro de vida.

- Las preferencias que tienen los usuarios, es prevenir algún inconveniente o siniestro suscitado y no estar preparados por lo que la cultura de accesibilidad a un seguro de vida debe ser parte de la costumbre de una comunidad y las empresas de seguro son reales, confiables y responsables que trabajan al servicio de la comunidad.
- Los motivos que inciden para que los usuarios tiendan a cancelar la póliza de vida son: que la empresa aseguradora, no cuente con una imagen de solvencia y dignidad en diversos casos presentados y exista carencia de confianza, además de valores elevados y no negociables, en la oferta recibida, donde las cuotas no suelen estar acorde a la capacidad de pago de los asegurados.

Bibliografía

- Baena, V. G. (2011). *Fundamentos de Marketing Entorno, consumidor, estrategia e investigacion comercial*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=_lf9sfHpescC&oi=fnd&pg=PA15&dq=Estrategias+del+Marketing+2015&ots=md8qi19QWE&sig=MCaGKbdDzckYD5NpTBXDJRjXJd1o#v=onepage&q=Estrategias%20del%20Marketing%202015&f=false
- Barroso, M. d. (2017). *Teoría y estrategias de Desarrollo Local*. Sevilla, España : Universidad Internacional de Andalucía - Sede de la Cartuja - Sevilla. Recuperado el 17 de Febrero de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=437693>
- Delgado, C. M. (2013). *Análisis de factibilidad sobre la aplicación de microseguros en las pymes en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador : Universidad Estatal de Milagro. Recuperado el 18 de Febrero de 2020, de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/156/3/AN%C3%81LISIS%20DE%20FACTIBILIDAD%20SOBRE%20LA%20APLICACI%C3%93N%20DE%20%20MICROSEGUROS%20EN%20LAS%20PYMES%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20GUAYAQUIL.pdf>
- Dieter, B. (2018). *Economía Social del Mercado II. Un sistema socioeconómico entre Neo-Liberalismo y Socialismo*. (Primera ed.). Quito, Ecuador : Fundación Konrad Adenauer. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=752226bf-f90c-57e5-14d5-32b3dde4565a&groupId=252038
- Ekos negocios. (2018). Ranking Empresarial. *EKOS*, 218(48). Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de <https://www.ekosnegocios.com/ranking-empresarial/2012>
- Escayola, M. J. (2016). *Estudio sobre la calidad percibida en clientes de seguros de particulares. Aplicación de la función Quality Function Deployment (QFD)*. Barcelona, España : Universidad Ramon Llull. Recuperado el 18 de Febrero de 2020, de https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/401831/Tesi_Jordi_Escayola.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Freire, R. D. (2014). *ANÁLISIS DE LOS BENEFICIOS EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS POR EL USO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ASEGURAMIENTO PATRIMONIAL EN LA CIUDAD DE QUITO*. Quito, Ecuador : FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7456/2/TFLACSO-2014DMFR.pdf>

Freire, R. D. (2015). *Análisis de los beneficios en las pequeñas y medianas empresas por el uso de los productos y servicios de Aseguramiento Patrimonial en la ciudad de Quito*. Quito, Ecuador : Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7456/2/TFLACSO-2014DMFR.pdf>

Gonzalez. (2019). *Cuáles son los tipos de seguros que más se contratan en cada región*. <https://www.rankia.com/blog/mejores-seguros/3292515-cuales-son-tipos-seguros-que-mas-contratan-cada-region>.

Graterol, R. (2013). *LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO*. Merida - Estado Merida - Venezuela : Universidad de Los Andes .

Kotler, P. (2017). *Marketing management: analysis, planning and control*. *El admistrador*, 9na ed. EE.UU: Prentice-Hall.

Ley General de Seguros. (2014). *Título I Del ámbito de la Ley*. Quito: Registro Oficial No. 332. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/LEY-GENERAL-SEGUROS.pdf>

Mendoza, T. T. (2011). *Análisis del mercado de seguros de vida en el Ecuador Período 2010-2015*. Quito, Ecuador : Universidad Andina Simón Bolívar . Recuperado el 17 de Febrero de 2020, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6001/1/T2494-MAE-Mendoza-Analisis.pdf>

Mendoza, T. T. (2016). *Análisis del mercado de seguros de vida en el Ecuador Período 2010-2015*. Quito, Ecuador : Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado el 17 de Febrero de 2020, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6001/1/T2494-MAE-Mendoza-Analisis.pdf>

Naranjo, L. M. (2017). *El credito otorgado por la Banca*. http://www.rodriquerdelarpe.com.pe/pdf/libro3_parte1_cap5.pdf: Superintendente de Banca y Seguros.

Navas, B. A. (2017). *"Factores que influyen en la decisión de compra de seguros de vida individual en hombres/ mujeres mayores de 35-54 años de edad en la ciudad de Guayaquil"*. Guayaquil, Ecuador : Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 18 de Febrero de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8331/1/T-UCSG-POS-MGM-59.pdf>

Pieschacon. (2018). *Temas relevantes del derecho de seguros contemporáneo*. Madrid, España: Fundación Mapfre. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de http://www.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/csseguro/libros/Temas_relevantes_del_Derecho_de_Seguros_contemporaneo_CILA-129.pdf.

Ramos, X. (2 de agosto de 2020). *Las recaudaciones de los seguros privados de salud* . *El Universo*, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/02/nota/7927218/seguros-economia-ecuador-2020>.

- Regan, J. W. (2016). *The service revolution*. *Journal of Marketing* 27 (3): 57-62.
- Revista Ekos. (2015). Especial Seguros. *Ekos*. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de <https://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1257.pdf>
- Romero, V. (2019). *Factores internos y externos que influyen en el comportamiento del consumidor*. <https://ruizhealytimes.com/vr/factores-internos-y-externos-que-influyen-en-el-comportamiento-del-consumidor/>.
- Sierra Guzmán, M. P. (2012). *Tipos más usuales de Investigación*. Pachuca de Soto - México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Suarez, R. M. (2019). *Introducción a la Economía Social del Mercado*. (Primera edición ed.). Buenos Aires, Argetina: Solugraf. Recuperado el 17 de Febrero de 2020, de http://kas.org.ar/DialogoPolitico/pdfs/economia_social_resico.pdf
- Vega, S. R. (2016). *300 mejores empresarios*. <https://lideresmexicanos.com/300/rolando-vega-saenz-los-300/>: Federación Interamericana de Empresas de Seguros (FIDES).
- Vergara, O. (2019). *Marketing Responsable: Ventaja Distintiva en la Cadena de Valor de las Organizaciones*. Universidad de Santiago de Chile, Chile: <https://revistas.uaautonoma.cl/index.php/jmabs/article/view/292>.
- Zambrano, P. A. (2019). "LA REGULACIÓN DE LOS SEGUROS PRIVADOS DE CONTRATACIÓN MASIVA EN LA LEGISLACIÓN ECUATORIANA". Quito, Ecuador : PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR. Recuperado el 17 de Febrero de 2020, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7024/13.J01.001731.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Zeithaml, V. A. (2012). *Libro Marketing de servicios 2da edición, Mary Jo Bitner*. Mc Graw - Hill.

ANEXOS

ENCUESTA SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN PARA LA CONTRATACION DE UN SEGURO DE VIDA POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

El objetivo de la encuesta es recolectar información acerca de los "**Factores que influyen para la contratación de seguros de vida por parte de consumidores de la ciudad de Guayaquil**", con el fin de conocer la demanda del sector, previo la obtención del **Título de Ingeniero Comercial**, en la Universidad Politécnica Salesiana, realizado por el autor **RONALD FABRICIO DÁVILA ESPINOZA**; no le tomará más de 5 minutos en realizarla. Que tenga un excelente día, muchas gracias.

SEÑALE CON UN X LA OPCIÓN ESCOGIDA EN LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

1. ¿Qué tipo de seguro posee en la actualidad?

- Seguro de vida

- Asistencia Médica
- Ambos
- Ninguna

2. ¿Desearía tener un seguro de vida para su familia?

- Si
- No
- Tal vez

3. ¿En caso de que haya recibido información de un seguro de vida, como resultado el interés del bróker o ejecutivo de seguros de vida?

- Bueno
- Regular
- Pésimo

4. ¿Estaría dispuesto a contratar un plan de seguro de vida por medio de una Agencia o Bróker de Seguro confiable?

- Si
- No
- Tal vez

5. ¿Considera Ud. que un seguro de vida es una prioridad en la familia?

- Si
- No
- Tal vez

6. ¿Cuándo usted está interesado en contratar un seguro de vida, cuáles son los principales valores que ve en la empresa que le está ofreciendo este producto? (Enumere según la prioridad alta 5, baja 1)

- Responsabilidad
- Eficiencia
- Cumplimiento
- Seriedad
- Ética

7. ¿Si usted se encuentra interesado en adquirir una póliza de vida, que beneficios quisieran que vengan incluidos en el plan?

- Servicio Exequial
- Cash back
- Premios
- Seguros contra accidentes
- Coberturas

8. **¿Conoce Ud. la diferencia que existe entre el seguro de vida y el de asistencia médica?**

- Si
- No

9. **¿De tener la oportunidad de adquirir un seguro, señale cual seguro sería prioridad para usted?**

- Seguro de vida
- Seguro medico
- Otros

10. **¿Considera Ud. importante que existan planes de financiamiento en la adquisición de un seguro de vida?**

- Si
- No

11. **¿Qué forma de pago le gustaría utilizar para obtener un seguro de vida?**

- Débito bancario
- Tarjeta de crédito
- Pago directo
- Otros

12. **¿Por cuál medio le gustaría a usted que la empresa de seguros o el bróker, le envíe información detallada del seguro de vida?**

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Correo electrónico
- Otros6

DATOS DEL ENCUESTADO:

Edad

- De 18- 30 años
- De 31- 40 años
- De 41- 50 años

- De 50 años en adelante

Sexo:

- Masculino
- Femenino

Sector donde vive:

- Sur
- Centro
- Norte

Ocupación:

- Estudiante
- Ama de casa
- Trabajador
- Otro _____

ENTREVISTA SOBRE FACTORES QUE INCIDEN EN LA PREFERENCIA DE SEGUROS DE VIDA

Universidad Politécnica Salesiana

La presente entrevista es para obtener más información acerca de los “**Factores que influyen para la contratación de seguros de vida por parte de consumidores de la ciudad de Guayaquil**”, con el fin de conocer la demanda del sector, previo la obtención del Título de Ingeniero Comercial, en la Universidad Politécnica Salesiana, realizado por el autor **RONALD FABRICIO DAVILA ESPINOZA**.

Preguntas para la entrevista:

1. ¿Cómo es el mercado de Seguros de vida en la ciudad de Guayaquil y qué expectativas de crecimiento tiene?
2. ¿Cuál es la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil?
3. ¿Considera que hay poca cultura de adquisición de seguros de vida, explique porque?
4. ¿Cuáles considera Ud. son los motivos por lo que los ciudadanos no adquieren o llegan a cancelar una póliza de vida?
5. Como considera la responsabilidad de una empresa de seguro en caso de un siniestro

Entrevistas

Entrevista con: Ing. Karen Ramírez de Jalilbrokers

1. ¿Cómo es el mercado de Seguros de vida en la ciudad de Guayaquil y qué expectativas de crecimiento tiene?

El mercado es limitado, es decir, no existe mucha cobertura en un nivel socioeconómico medio, y existe amplitud de conocimiento y necesidad en el sector socioeconómico alto, sin embargo, la veracidad, optimismo y estrategias aplicadas en las organizaciones que comercializan seguros es cada vez más innovador, esto implica que existe un desafío latente al comercializar un abstracto.

2. ¿Cuál es la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil?

La tendencia seguir aumentando, los riesgos latentes tantos en salud como en emergencia delictiva conllevan a que la mayor parte de las empresas y quienes la dirigen tenga algún tipo de seguro para prever cualquier situación o desastre que se podría presentar, debido a que una vez asegurada cualquier organización y su recurso, existe una protección económica ante un siniestro.

3. ¿Considera que hay poca cultura de adquisición de seguros de vida, explique porque?

La cultura se crea en el momento de que existen las condiciones necesarias para repetir continuamente la importancia de un seguro, esto implica la creación de un hábito, ese hábito se hace costumbre, y posteriormente forma parte la cultura empresarial o dentro de la familia.

4. ¿Cuáles considera Ud., son los motivos por lo que los ciudadanos no adquieren o llegan a cancelar una póliza de vida?

La situación económica del país, lamentablemente hay una crisis permanente, esto implica de que no hay negociaciones nuevas y fructífera que inscriben al emprendimiento, por lo tanto la gestión de seguro es limitada, si existiera liquidez en el mercado de oferta y demanda, nuevas organizaciones buscarían la forma cubrir los riesgo a través de una póliza.

5. ¿Cómo considera la responsabilidad de una empresa de seguro en caso de un siniestro?

Existen empresas muy serias de seguro de reaseguros, que protejan adecuadamente quienes forman parte de un seguro de vida o de salud, sin embargo, es imprescindible tratar en lo posible de controlar el manejo adecuado de las pólizas y controlar la existencia de la misma.

Entrevista con: Ing. Lenin Lituma de Lituma Seguros

1. ¿Cómo es el mercado de Seguros de vida en la ciudad de Guayaquil y qué expectativas de crecimiento tiene?

Como bróker de seguro, se establece un trabajo continuo, donde existen variedad de productos y servicios que ofrece la compañía de seguro, el trabajo es ofertarlo y luego asesorar al cliente para que éste pueda reclamar en caso de un siniestro, sin embargo, existe en el mercado de seguro de vida en la ciudad Guayaquil muchas organizaciones que no respetan el contrato realizado que tratan de ingeniar cualquier situación para no cubrir un compromiso en el siniestro.

2. ¿Cuál es la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil?

La tendencia que debe ir aumentando el seguro de vida, debido a que existe gran cantidad de situaciones adversas y negativas en las calles en las diferentes ciudades del Ecuador, por lo tanto la premisa de desarrollo en latente a cada momento, y la familia buscan estar asegurada para evitar cualquier situación no esperada.

3. ¿Considera que hay poca cultura de adquisición de seguros de vida, explique porque?

Sí, existe una cultura de adquisición de seguros, pero solamente un estatus medio alto, debido a que no se forja el conocimiento de la necesidad de prevenir cualquier tipo de riesgo que se presente en la familia o el ámbito empresarial.

4. ¿Cuáles considera Ud. son los motivos por lo que los ciudadanos no adquieren o llegan a cancelar una póliza de vida?

Normalmente el precio de los principales factores por lo que las personas no logran conseguir una póliza de seguro de vida acorde a los ingresos de ésta posea, a pesar de que muchas putas son divididas desde seis meses a un año, pero de igual manera no compete el pago de la misma de vida que existen otras prioridades como salud y alimentación, entre otras.

5. ¿Cómo considera la responsabilidad de una empresa de seguro en caso de un siniestro?

Toda empresa de seguro que se encuentra en el Ecuador, debe estar regida por los lineamientos de la supervivencia de compañías de seguros para su adecuado funcionamiento, por lo tanto, existe responsabilidad y dedicación de las organizaciones al momento de comprobarse la fidelidad de un siniestro.

Entrevista con: Ing. José Lanata de Blueseg seguros.

1. ¿Cómo es el mercado de Seguros de vida en la ciudad de Guayaquil y qué expectativas de crecimiento tiene?

El mercado de seguro de vida, siempre estaba y, muchas familias ecuatorianas buscan obtener un seguro, debido a la gran cantidad de riesgo latente que existe en las calles de la ciudad de Guayaquil, donde un siniestro podría dejar desamparada una familia, al momento de un seguro de vida al menos existe una condición de apego y tranquilidad.

2. ¿Cuál es la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil?

La tendencia a en la actualidad es muy limitada, la situación de la pandemia ha traído como consecuencia una lentitud en su apogeo, por lo que considero que la situación no es agradable para el mercado de seguro y reaseguros.

3. ¿Considera que hay poca cultura de adquisición de seguros de vida, explique porque?

Existe conocimiento claro de lo que un seguro en la mayor parte de la empresa que visito, sin embargo, no existe una costumbre de adquirir un seguro de vida o de siniestro, muchas veces hasta el seguro por un vehículo nuevo que ha adquirido en un almacén las personas están de acuerdo en pagarlo, pero debido a la necesidad de un vehículo se afecta el crédito más toda las condiciones pertinente.

4. ¿Cuáles considera Ud. son los motivos por lo que los ciudadanos no adquieren o llegan a cancelar una póliza de vida?

La situación en el precio y la poca capacidad de pago que tienen los posibles clientes.

5. ¿Cómo considera la responsabilidad de una empresa de seguro en caso de un siniestro?

Bueno la mayor parte de las empresas seguro con la que he contribuido son muy serias cumple a cabalidad todo lo comprometido en una póliza.

Entrevista con Ing. Paola Alarcón Marpa Seguros

1. ¿Cómo es el mercado de Seguros de vida en la ciudad de Guayaquil y qué expectativas de crecimiento tiene?

Es tranquilo, existe trabajo, y las grandes empresas requieren para sus actividades que todo los recursos con que cuenta este asegurado, simplemente que llegar al lugar preciso y en el momento apropiado.

2. ¿Cuál es la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil?

Guayaquil mantiene seguro de vida desde los años 80, empresas nacionales e internacionales invierten en el Ecuador, esto significa que hay futuro, por lo tanto se tendrá la capacidad de negociar y afrontar compromisos.

3. ¿Considera que hay poca cultura de adquisición de seguros de vida, explique porque?

Sí, efectivamente, la gente tiene muy poca cultura en la adquisición de seguro, sin embargo aquellos expertos profesionales logra incentivar una realidad del riesgo que corre propiedades y vidas.

4. ¿Cuáles considera Ud. son los motivos por lo que los ciudadanos no adquieren o llegan a cancelar una póliza de vida?

El precio, el principal factor o variable por lo que ciudadanos no tienen un seguro, de ahí podría ser el compromiso con el riesgo o el siniestro presentado.

5. ¿Cómo considera la responsabilidad de una empresa de seguro en caso de un siniestro?

La mayor parte de la empresa en la que he podido lograr tener algún tipo de negociación, siempre sido responsable, y cuento que suma agencias que son seguros y reaseguros, por lo tanto el mercado honesto y el momento de cumplir siniestro existen medidas fechas y acciones legales a tomar para mantener la seriedad y compromiso con todos los clientes.

Entrevista con Ing. Manuel Flores de Seguros Patrimonial.

1. ¿Cómo es el mercado de Seguros de vida en la ciudad de Guayaquil y qué expectativas de crecimiento tiene?

Es agradable, existe posibilidad de negociar seguros de vida en la diferente organizaciones que buscan disminuir algún tipo de riesgo, la expectativa de crecimiento son aceptables, mientras exista problemas sociales, siempre existiría riesgo por lo tanto ahí hay un cliente posible de seguro.

2. ¿Cuál es la tendencia del seguro de vida en la ciudad de Guayaquil?

La tendencia en aumento en la ciudad Guayaquil, debido los hechos económicos y delictivos suscitados.

3. ¿Considera que hay poca cultura de adquisición de seguros de vida, explique porque?

Sí, es más no hay una cultura aceptable referente la posibilidad de adquirir un seguro de vida inmediato.

4. ¿Cuáles considera Ud. son los motivos por lo que los ciudadanos no adquieren o llegan a cancelar una póliza de vida?

La mayor parte no adquieren un seguro de vida porque existen precios que son elevado, además existe falta de seriedad de algunas empresas que no cuenta con los respectivos mecanismos de control y ayuda inmediata de un método.

5. ¿Cómo considera la responsabilidad de una empresa de seguro en caso de un siniestro?

Sí, son empresas con años de trayectoria en el país, y a un siguen en actividades por su responsabilidad y dedicación en caso de siniestros.