

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



**LA JERARQUIA DE NECESIDADES Y LA DECISIÓN DE
COMPRA DE SEGUROS DE VIDA EN LOS TRABAJADORES DE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA 2019.**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

GIAN CARLO VEGA MÁRQUEZ

TINGO MARÍA, PERÚ

2021



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N° 008-2021-EPA- FCEA-UNAS
REUNIÓN VIRTUAL

Siendo las 16:00 horas del día lunes 04 de octubre de 2021, se reúnen mediante videoconferencia a través de la plataforma Microsoft Teams, los miembros del jurado calificador de tesis designados mediante Resolución Nro. 124-2019-D-FCEA, por lo que se autoriza la ejecución de la tesis con Resolución N° 222/2019-D-FCEA. Mediante estos documentos se acredita el cumplimiento de los requisitos establecidos; por cuanto, el jurado procede a dar inicio a la sustentación de tesis para optar el título de Licenciado en Administración, titulada:

LA JERARQUIA DE NECESIDADES Y LA DECISIÓN DE COMPRA DE SEGUROS DE VIDA EN LOS TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA 2019.

Presentado por el Bachiller en Ciencias Administrativas **VEGA MÁRQUEZ, Gian Carlo**.

Luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor en concordancia con el Art. 48 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Agraria de la Selva; se procedió a la respectiva calificación en conformidad con el Art. 53 del mismo reglamento. Siendo el resultado siguiente:

APROBADO POR: UNANIMIDAD

CALIFICATIVO : BUENO

Siendo las 17:30 horas, se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 04 de octubre de 2021.

Lic. Leonor Huamán Camacho
Presidente del Jurado

Mag. Edward Javier Coz Rodríguez
Miembro

Mag. Jhon Hitler Meléndez Ordoñez
Miembro



Mag. Juan Paz Soldán Chávez
Asesor

Nota:

Excelente: 19,20
Muy Bueno: 16, 17 y 18
Bueno: 13, 14 y 15
Regular: 11,12
Malo: 0, 10



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL
(RIDUNAS)

Correo: repositorio@unas.edu.pe



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

CERTIFICADO DE SIMILITUD T.I. N° 102 - 2023 - CS-RIDUNAS

El Coordinador de la Oficina de Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, quien suscribe,

CERTIFICA QUE:

El trabajo de investigación; aprobó el proceso de revisión a través del software TURNITIN, evidenciándose en el informe de originalidad un índice de similitud no mayor del 25% (Art. 3° - Resolución N° 466-2019-CU-R-UNAS).

Facultad:


Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Tipo de documento:

Tesis	X	Trabajo de investigación	
-------	---	--------------------------	--

TÍTULO	AUTOR	PORCENTAJE DE SIMILITUD
LA JERARQUIA DE NECESIDADES Y LA DECISIÓN DE COMPRA DE SEGUROS DE VIDA EN LOS TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA 2019.	GIAN CARLO VEGA MÁRQUEZ	20% Veinte

Tingo María, 02 de mayo de 2023


Mg. Ing. García Villegas, Christian
Coordinador del Repositorio Institucional
Digital (RIDUNAS)

REGISTRO DE TESIS CONDUCENTE AL TÍTULO UNIVERSITARIO

(Resol.1562-2006-ANR, Resol. 196-2013-CU-R-UNAS y Resol. 059-2013-CU-R-UNAS)

Universidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva

Facultad : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela Profesional : Administración

Título de tesis : "La jerarquía de necesidades y la decisión de compra de seguros de vida en los trabajadores de la Universidad Nacional Agraria de la selva 2019"

Autor : Vega Márquez, Gian Carlo

DNI : 44831690

Programa de investigación: Gestión integral de organizaciones

Línea(s) de investigación(s): Desarrollo de instituciones públicas y privadas

Lugar de ejecución : Tingo María, Huánuco.

Entidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva

Duración : 01 de mayo 2019 al 30 de setiembre 2020

Financiamiento:

FEDU	:	--
Propio	:	S/. 4,050.00
Otros	:	--



Bach. Adm. Gian Carlo Vega Márquez

TESISTA



Mg. Adm Juan Paz Soldán Chávez

ASESOR

DEDICATORIA

A Dios, por la vida, por la fe y su gracia,
por ser mi guía y darme la fortaleza
necesaria para seguir adelante.

A mis padres Saúl y Elena por su comprensión y apoyo incondicional, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, donde me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios y sobre todo me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Para mi hijo, Jacob que siempre estuvo conmigo en los momentos más difíciles, dándome ánimos y fuerzas para seguir adelante. Siendo parte de mi felicidad, de mis esfuerzos, de mis ganas de buscar lo mejor para él, fue mi motivación más grande para concluir con éxito este informe de tesis. Sin duda mi mayor referencia para el presente y para el futuro.

AGRADECIMIENTO

- A la Universidad Nacional Agraria de la Selva, alma mater en mi formación profesional, por darme la oportunidad de aprender y de cristalizar mis anhelos de superación.
- A mi asesor Mag. Adm. Juan Paz Soldán Chávez, asesor del presente trabajo, por su constante seguimiento y brindarme su valioso tiempo y conocimientos durante el desarrollo y la ejecución de mi informe final de tesis.
- A los miembros integrantes del jurado de tesis por su apoyo y relevantes aportes, críticas, comentarios y sugerencias otorgadas durante el proceso de desarrollo de esta investigación.
- A los docentes de la especialidad de Administración por transmitirme satisfactoriamente sus útiles conocimientos y recomendaciones para lograr la culminación de mi carrera profesional.
- A la Lic. Vilma Gamarra Aldana, Gerente de Ws Oficina Huánuco que, con su paciencia y liderazgo en el rubro de seguros, me motivo a ser perseverante y a su vez fue de gran apoyo en iniciar con mi tema de investigación, de igual manera agradezco a la compañía RIMAC SEGUROS, por darme la oportunidad y ser parte de su familia.

INDICE

Resumen	08
Abstarct	08
Introducción	09
Formulación de interrogantes	11
Justificación e importancia	12
Objetivos de la investigación	13
CAPÍTULO I: MARCO TEORICO.....	14
1.1 Antecedentes	14
1.2 Bases teóricas.....	24
1.3 Definición de términos básicos.....	45
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	48
2.1 Hipótesis general.....	48
2.2 Hipótesis específicas	48
2.3 Matriz de consistencia	49
2.4 Operacionalización de variables.....	50
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.1 Tipo de investigación.....	51
3.2 Diseño de la investigación.....	51
3.3 Población y muestra	52
3.4 Técnicas de recolección de datos.....	52
3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	53
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	55
4.1 Análisis descriptivo	55
4.2 Contraste de hipótesis	60
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	67
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS	
ANEXOS	

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de las necesidades de Maslow	31
Figura 2. Matriz de consistencia	49
Figura 3. Esquema del diseño de investigación	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables	50
Tabla 2. Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach.....	54
Tabla 3. Indicador necesidad fisiológica.....	55
Tabla 4. Indicador necesidad de seguridad	55
Tabla 5. Indicador necesidad social	56
Tabla 6. Indicador necesidad de autoestima	56
Tabla 7. Indicador necesidad de autorrealización	57
Tabla 8. Indicador situación personal y económica	57
Tabla 9. Indicador carga familiar	58
Tabla 10. Indicador enfermedades	58
Tabla 11. Indicador vicios contraídos	59
Tabla 12. Indicador coberturas principales	59
Tabla 13. Correlación jerarquía de necesidades y la decisión de compra	60
Tabla 14. Correlación necesidades fisiológicas y la decisión de compra	61

Tabla 15. Correlación necesidades de seguridad y la decisión de compra	62
Tabla 16. Correlación entre la necesidad social y la decisión de compra	63
Tabla 17. Correlación entre la necesidad de autoestima y la decisión de compra...	64
Tabla 18. Correlación necesidad de autorrealización y la decisión compra	65

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación que existe entre la jerarquía de necesidades de Maslow y la decisión de compra de seguros de vida. Así también los objetivos específicos busco medir la relación entre las dimensiones (necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades sociales, necesidades de autoestima y necesidades de auto realización) con la decisión de compra de seguros de vida. El tipo de investigación fue aplicada y de nivel relacional, con un diseño transversal, empleándose un cuestionario adaptado con 10 ítems y de escala Likert, con una muestra de 68 trabajadores administrativos. Los resultados de la investigación fueron que entre la variable jerarquía de las necesidades y la decisión de compra existe una correlación directa positiva de ($r_s = 0.309$), entre la dimensión necesidades fisiológicas y decisión de compra existe una correlación directa positiva de ($r_s = 0.382$), entre la dimensión necesidad de seguridad y decisión de compra existe una correlación directa positiva de ($r_s = 0.147$), entre la dimensión necesidades sociales y la decisión de compra existe una correlación directa positiva de ($r_s = 0.076$), entre la dimensión necesidades de autoestima y decisión de compra existe una correlación directa positiva de ($r_s = 0.154$) y entre la dimensión necesidad de auto realización y decisión de compra existe una correlación directa negativa de ($r_s = -0.060$). Proponer a los directivos de la aseguradora considerar mayor promoción de los beneficios enfocados a la jerarquía de las necesidades y concientizar una mejor decisión de compra en trabajadores públicos y privados.

Palabras clave. Fisiológico, seguridad, sociales, autoestima y autorrealización.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship between Maslow's hierarchy of needs and the decision to purchase life insurance. Likewise, the specific objectives seek to measure the relationship between the dimensions (physiological needs, security needs, social needs, self-esteem needs and self-fulfillment needs) with the decision to purchase life insurance. The type of research was applied and relational level, with a cross-sectional design, using an adapted questionnaire with 10 items and a Likert scale, with a sample of 68 administrative workers. The results of the research were that between the hierarchy of needs variable and the purchase decision there is a direct positive correlation of ($r_s = 0.309$), between the dimension physiological needs and the purchase decision there is a direct positive correlation of ($r_s = 0.382$), there is a direct positive correlation of ($r_s = 0.147$) between the security need dimension and the purchase decision, between the social needs dimension and the purchase decision there is a positive direct correlation of ($r_s = 0.076$), between the needs dimension of self-esteem and purchase decision there is a direct positive correlation of ($r_s = 0.154$) and between the dimension of need for self-realization and purchase decision there is a direct negative correlation of ($r_s = -0.060$). Propose to the managers of the insurer to consider greater promotion of benefits focused on the hierarchy of needs and to raise awareness of a better purchase decision in public and private workers.

Keywords. Physiological, security, social, self-esteem and self-realization.

INTRODUCCIÓN

Tienes hijos ¿Te has preguntado alguna vez qué pasaría si murieras mañana?

¿Podrán seguir adelante con sus vidas con tranquilidad financiera? Si la segunda respuesta es no, entonces debe hacer que la compra de un seguro de vida sea una de sus principales prioridades. Este producto financiero le permite brindar protección financiera a sus dependientes durante los días de ausencia o una lesión que resulte en una discapacidad parcial o permanente.

"El monto del seguro se calcula con base en los costos mensuales de la familia, sus preferencias, la cantidad de años que tiene un hijo para graduarse y su capacidad de pago", explicó el consultor y director general de seguros de Caparoso. Garcés y Asociados, Marco Caparoso, es parte del Diplomado de Periodista.

Según datos de Axa Seguros, a los mexicanos les encanta hacer chistes sobre la muerte, pero pocos piensan que les sorprenderá. Un ejemplo es un grupo de población económicamente activa. Según los datos, solo 15 (EAP) tienen seguro de vida. De Axase Gross.

Acorde a los años que pasan las personas en la vida, los requerimientos y necesidades primordiales e importantes consiguen irse transformando, y esto pueda conllevar a obtener y formar una unión familiar, y por ende tener hijas e hijos, adquieras un inmueble (casa), poseas familias progenitores, abuelos e inclusive dependientes, con este criterio es conveniente y necesario, proyectarse adquirir los seguros de vidas, que implica una respuesta desde el punto

de vista económico para las personas del entorno familiar o seres queridos ante posibles acontecimientos inesperados.

Esta modalidad de salvaguardia, constantemente, está conquistando una alta aprobación entre las sociedades, y los motivos son simples e inteligentes, que es una alternativa de garantizar una cobertura económica para esos momentos difíciles de muerte e invalidez.

Crecimiento constante Desde 2009, el mercado asegurador peruano ha experimentado un crecimiento bastante fuerte, con una facturación neta de 3 .06 mil millones que se duplicó. Según la división de investigación de AM, esta es la primera suela con 6.250 millones de dólares en 2017 (950 millones de dólares). En cuanto a primas directas, el mercado lleva seis años en doble dígito respecto al mismo período (2009-2017), según datos procesados por Apeseg, la asociación de seguros peruana que representa a todas las compañías nacionales de seguros y reaseguros.

En Tingo María se pudo apreciar que los trabajadores de la Universidad Nacional Agraria de la Selva tenían grandes dudas para adquirir un servicio de seguros de vida dada por la falta de conocimientos y la escasa información de tan importante instrumento económico que pudo ser de mucha utilidad para los beneficiarios en casos desafortunados que cualquier persona que no está libre de tenerlo, esa decisión que pudo brindarle una seguridad familiar y personal se pudo superar al conocer la jerarquía de las necesidades de tan importante decisión; por lo que se percibe qué existe una marcada indecisión para adquirir un seguro de vida en los empleados de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Delimitación del problema

La investigación pretendió establecer la decisión que tiene un trabajador de la Universidad Nacional Agraria de la Selva para poder comprar un seguro de vida, y se percibió a simple vista el nivel de ignorancia y desconocimiento de variable asociada, la jerarquía de las necesidades y por ende la falta de motivación para los clientes de seguros de vida; por esta razón fundamental se pretendió estudiar la relación de las variables la jerarquía de las necesidades y la decisión de seguros de vida.

Por lo tanto, al identificar y saber cuáles son los indicadores que se relacionan con la variable de estudio, se realizó un trabajo de campo para levantar los datos, para luego realizar las recomendaciones del caso en base a los resultados alcanzados en este caso concreto. Ahora bien, teóricamente la investigación tuvo una fundamentación en la información que se presentan en los libros, revistas, publicaciones y direcciones electrónicas citadas; geográficamente se buscó la correlación entre jerarquía de necesidades y decisión de seguros de vida en de Tingo María, distrito de Rupa Rupa, provincia de Leoncio Prado, departamento de Huánuco en la Región Huánuco.

Formulación de la interrogante

Problema general

¿Qué correlación hay entre la jerarquía de necesidades y la decisión compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?

Problemas específicos

- a) ¿Qué correlación hay entre las necesidades fisiológicas y decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?

- b) ¿Cuál es la correlación que existe entre las necesidades de seguridad y la decisión de compra de seguros de vida la Universidad Nacional Agraria de la Selva?
- c) ¿Qué correlación hay entre las necesidades sociales y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?
- d) ¿Qué correlación hay entre las necesidades de autoestima y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?
- e) ¿Qué correlación hay entre las necesidades de autorrealización y decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?

Justificación e importancia

Se tomó en consideración las teorías, las dimensiones e indicadores de las variables de estudio, los recursos en temas de jerarquía de las necesidades considerados por los clientes de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva en la ciudad de Tingo María; se buscó la relación de las variables asociadas y de supervisión, focalizándose en la vinculación de indicadores para proponer una mejor relación entre la jerarquía de necesidades y la decisión de compra de seguros de vida.

El propósito de la investigación fue analizar el grado de correlación de ambas variables considerando en todo momento la necesidad de identificar los motivos de la determinación de adquisición de seguros de vida de parte de los trabajadores de la Universidad Nacional Agraria de la Selva en la ciudad de Tingo María.

Se diseñó un instrumento para recolección de datos para el trabajo de campo considerando las dimensiones de la jerarquía de las necesidades de MASLOW y la decisión de comprar un seguro de vida; la misma que reflejó la

realidad de cómo los trabajadores de la Universidad Nacional Agraria de la Selva toman esa decisión al adquirir un seguro de vida; por esta razón, los datos recogidos a través de la encuesta hecha a los trabajadores, nos sirvió para lograr el propósito de la investigación, ya que una buena parte de este trabajo estuvo abocado en analizar el grado de relación y estructuración de las variables; además que los procedimientos e instrumentos para ejecutar dicha relación se validaron y sistematizaron con la ayuda del software SPSS V-22 y los analizados con los estadísticos correspondientes al nivel de investigación.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Demostrar la correlación que hay entre la jerarquía de necesidades y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Objetivos específicos:

- a) Demostrar la correlación de las necesidades fisiológicas y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- b) Demostrar la correlación de las necesidades de seguridad y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- c) Demostrar la correlación que hay de las necesidades sociales y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- d) Demostrar la correlación que hay de las necesidades de autoestima y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- e) Demostrar la correlación de las necesidades de autorrealización y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES

Ramírez (2013). *"Modelo de Toma de Decisiones del Consumidor de Seguros, 2013"* Universidad: Universidad Nacional de Colombia. El presente estudio perfecciona con los siguientes: La variable demográfica que muestran relaciones con las tenencias de unos seguros son de niveles de estudios, los géneros, el ingreso y las condiciones civiles. De acuerdo al estudio realizado a partir de las informaciones de las indagaciones las del sexo femenino y los hombres y mujeres personas solteros cuentan con mayores preferencias por ejemplo al poseer unos seguros de automóviles que los varones y los individuos casados o separados. A virtud que crecen los niveles de estudios y el ingreso mensual, aumentan los porcentajes del encuestado que poseen seguros de automóviles y entre lo más recientes sean los modelos de vehículos que tienen mayores porcentajes de individuos que obtienen seguros. Las edades ni las marcas de los vehículos muestran relaciones con las tenencias de los seguros.

Silva (2014). *"Valor esperado del Cliente en el Mercado de Seguros Patrimoniales, 2014"* Universidad de Chile. El presente estudio culmina que las variables que mayores son sus condicionamientos en la no renovación, es pasar por un fatídico acontecimiento (experiencias traumáticas). consecuentemente, la variable que con mayor frecuencia impulsan son las de mayor antigüedad de los clientes, es contar con unas pólizas del rubro quemas o incendios. Las variables de primas directas van en una sola dirección, las evidencias aseguran que los clientes que refieren con un determinado producto personalizado (Prima Directa diferenciada) extienden a perseverar mayores tiempos en las compañías. En cláusulas de valores de los clientes se observan que para determinados grupos de

edades de mayor los valores de los clientes aumentan, estos aumentos en los valores están explicados por unos aumentos en la estabilidad de mencionados interesados. Los géneros femeninos en la práctica la mayoría del modelo aumentan los valores esperados, sólo los modelos asociados al rubro incendios dejan a estas variables afuera de las ecuaciones.

Cevallos (2014). *"Análisis de la evolución del mercado asegurador de Guayaquil y su impacto en la economía en el período 2006-2012"*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. El autor examina el impacto de seguros en el mercado de Guayaquil, cómo altera la economía. Al mismo tiempo, dijo que su país, Ecuador, no tiene una cultura aseguradora adecuada y la gente es muy ignorante de este mercado y no puede utilizarlo de la mejor manera posible. No solo el punto de vista económico del país, sino también desde el punto de vista social". El objetivo general del estudio fue determinar el impacto del mercado asegurador sobre el PIB e invertir para calcular el impacto económico de la ciudad de Guayaquil. Asimismo, se hipotetiza que "en términos de PIB, el desarrollo económico de Guayaquil tiene un impacto positivo en el mercado asegurador". El diseño del estudio es descriptivo e inductivo. Por lo tanto, comienza con un problema de investigación, ya que comienza con la observación de un fenómeno en particular para sacar conclusiones generales. Las unidades de investigación de la encuesta fueron residentes y compañías de seguros en Guayaquil, y seleccionó cinco empresas.

Según el resumen ejecutivo de la SBS ecuatoriana, la variable independiente "tipo de seguro", la variable identificada en un estudio para analizar el estado de seguros del mercado Guayaquil, variable dependiente "falta

comprensión de Marlet". La "escuela" tiene las mismas fuentes teóricas, tiene en cuenta los ahorros del asegurado y no tiene anuncios. Desde un punto de vista analítico, utilizamos un modelo económico de regresión lineal para analizar el impacto económico de la inversión de una gran aseguradora. Guayaquil será investigado en la medida en que afecte el impacto del PIB de 2006 a 2012. El análisis de incentivos es una encuesta respaldada por literatura bibliográfica.

Los autores tienen 42 aseguradoras en Ecuador clasificadas por número de actividades de 2010 a 2012, siendo la mayor parte del sistema Seguros Equinoccial con un ratio de 9,51%, seguida de los estados con un QBE colonial de 8,28%. , El menor participante es el 0,08% de Long Life Seguros. La demanda en este ámbito afecta a familias, empresas y personas con trabajo autónomo y dependiente. Los tipos de seguros que considera el autor son: Vida, asistencia médica, lesiones corporales, incendio, lucro cesante, vehículo, SOAT, transporte, marítimo, robo, peligro técnico, responsabilidad civil, fidelidad, fianza, crédito, multirriesgo, riesgo específico y BBB.

Utilizando el T (student), se realizó en medio de funciones estadísticas, obteniendo 2,57, por lo tanto, donde finalmente se acepta la hipótesis. Las estimaciones del modelo lineal simple de regresión que analiza el PIB y la inversión de 11 importantes compañías de seguros en Guayaquil concluyen que: El PIB es un medio para medir el desarrollo económico de un país. Es muy importante analizarlo. Por tanto, el asegurado debe pagar la prima. El dinero obtenido del negocio de seguros debe estar bien respaldado y protegido para estimular la producción, crear puestos de trabajo e invertir en los diferentes mercados que crean el negocio de seguros. Certificados de depósito, el dinero también se utiliza para reactivar el funcionamiento de microempresas y promover la producción y el crecimiento económico. $t = 8.59$ t crítico = 2.5705.

Mediante el análisis econométrico, la hipótesis nula de rechaza y alternativa se acepta, se confirma que la variable PIB depende directamente de la inversión de la aseguradora. A medida que crece el PIB, las aseguradoras tienen que invertir para distribuirse entre diferentes sectores de la economía, lo cual es inevitable. Esto se ha observado en los últimos años con el aumento de la inversión, así como del PIB. El autor aplicó la encuesta a 100 personas en el centro de Guayaquil, donde el 55% encuestado no tiene seguro privado, pero el 58% encuestado dice que es muy importante pensar en eso. De cara al futuro, el 65% cree que Guayaquil tiene poca o ninguna cultura de seguros.

Del 45% de los encuestados que poseen seguros, el 33% cuentan con el seguro vehicular SOAT, porque en Ecuador desde 2009 se aplica este tipo de seguro a los vehículos y son de carácter obligatorio, y el 15% son seguros de asistencia médica y el 12% son los seguros de vida, que puede ser individual y colectivo. Respecto a factores que afectan e influyen en el desarrollo del mercado asegurador de Guayaquil en un 38% son los ingresos económicos de las personas teniendo en cuenta que estas son muy variables y en un 21% consideran el factor de falta de conciencia de riesgo.

Y por último considerando el aporte a la ciudad se entiende por los puestos de trabajo y el desarrollo económico externo que pueda originar una compañía de seguros en una ciudad, el 52% de los encuestados indican que la obtención de un seguro generaría un aporte económico a la ciudad de Guayaquil.

La autora concluye en que, los seguros privados es un sector dinámico de la economía, a su vez lo reconoce como una empresa muy rentable que contribuye significativamente a su crecimiento, es el impacto que existe entre los seguros y la economía.

La inflación y los seguros están directamente relacionados, pero no ha habido un crecimiento representativo en los últimos años, ya que el costo del seguro y el valor de las primas aumentan en consecuencia a medida que aumenta la inflación. En los últimos años, las aseguradoras han destinado grandes sumas de dinero a las provisiones técnicas utilizadas para cubrir los siniestros presentados en los contratos de seguros. Actúa como soporte y está directamente relacionado con las inversiones de QBE Colonial. Compañía.

El análisis econométrico entre la inversión aseguradora y el producto interno bruto concluyó que estas dos variables tienen un alto grado de asociación por encima de 0,90. Esto aumenta el valor de inversión de las compañías de seguros y contribuye al crecimiento económico al afectar el producto interno bruto. La gente de clase media contrata un seguro privado 31 y 41 años, y Guayaquil ha podido diagnosticar una mejora gradual en la cultura aseguradora.

La autora recomienda que las aseguradoras implementen campañas o estrategias publicitarias agresivas para permitir que la industria se dirija a una audiencia más amplia y gane una mayor participación de mercado.

Latif y Biekpe (2016). “Factores en el consumo de seguros de vida en África”, se orientaron al estudio la variable demográfica y financiera que influyen en las compras del seguro de vidas en (31) naciones del África, desde (1996) hasta el (2010). La variable independiente que utilizaron para esta tesis fue los ingresos, inflacionarios del país, desarrollos financieros, poblaciones urbanas, educacional, esperanzas de vidas, calidad institucionales y gasto en seguridad sociales; mientras que la variable dependiente fue las penetraciones de seguros de vidas. En ella el resultado más importante se consiguió que mientras los ingresos del país aumentaban, los consumos del seguro de vidas también lo hacían, otros factores con

relaciones positivas fueron los gastos en seguridad sociales, y que en ella se trabajaron con el (PBI) de los países y sus gastos sanitarios. Por otro lado, ciertas variables con influencias negativas en los consumos de seguro de vidas fue la educación, poblaciones urbanas e inflaciones. Los escritores apoyados en sus informes encomiendan continuar optimizando las estructuras demográficas, ya que con los componentes convenientes y se podrán alcanzar modernizando en política de seguro desarrollado por los regímenes y en las regulaciones de mercados de seguro para causar el gasto del mismo.

Driver et al. (2018). “Cultura de seguros en Australia: no conocer el valor del seguro personal”, mediante algunas vistas se logró dar explicaciones los desarrollos de los niveles de las culturas de seguro en Australia y cuáles fueron los elementos que afectaron en los procesos de decisiones de compras de los seguros de vida.

En las encuestas se eligieron a (30) especialistas en planificación financiera de entidades y agencias bancarias e industrias de comercio, entre (25 y (50) años, adicionales a ellos se entrevistó además a (40) clientelas de seguro de vida. En el resultado se pueden observarse en su totalidad, que en Australia tenían bajos niveles de culturas de seguro; para los expertos en planificación financiera los usuarios de seguro no percibían todo tipo de valores agregados en su producto de seguro de vida y en muchos asuntos no le proporcionaban valor a las decisiones de compras; en tal sentido los individuos requieren de impulsos o unas situaciones catastróficas para que recientemente asuman responsabilidad en su vida las posibilidades de lograr unos seguros de vidas. Los expertos en el tema además revelaron que varios individuos al notar a sus cercanos conocidos o familias recobrar ligeramente de enfermedades o accidentes, conciben que pierdan la expectativa en convenir unos seguros.

Por otro lado, para diversos de los interesados, tener seguros de vida estaban como una inferior elección por encima de un seguro en general; contar con un inmueble, automóvil o algunos bienes materiales lo creían muy necesarios, ya que comprarse unos seguros de vidas eran especialmente vistos como unas inversiones y no unas prioridades. Mediante los diálogos se pudieron determinarse que el consumidor omitía varios de las cláusulas en sus contratos de seguros y sus conocimientos en las industrias aseguradoras era limitadas. Los literatos proponen que son necesarios unos intensivos programas y exhortaciones en enseñanza de seguros, para que así tomen conocimiento los valores e importancias que poseen los seguros de vida. Un avance en conocer los seguros implica; que serán, desarrollados mejores comportamientos de los consumidores del seguro ante los procesos de toma de decisiones finales.

Sampath et al. (2019). “Factores de consumo de seguros de vida en mercados emergentes en el sur de Asia”, fueron planteamientos en indagar el factor de consumos de seguro de vidas en la competencia del mercado emergente de Asia desde (1996), hasta (2017). Con el objeto de establecer las demandas del seguro de vidas en el periodo de los estudios, utilizaron dos aspectos: las densidades y los aciertos del seguro de vidas. En la investigación descubrieron que el factor demográfico auxilió a entender adecuadamente los comportamientos de consumos de los ciudadanos en general de los ocho países concernientes al sur de Asia. De la variable independiente, las que adquirieron mayores relaciones significativas estuvieron la educación, demandas de los seguros y desarrollos financieros. Los ingresos, urbanizaciones, esperanzas de vidas, dependencias y gasto en seguridad sociales mostraron unos declives en las influencias de los consumos de seguro de vidas. En esta investigación se señaló que el factor demográfico y económico asumen roles importantes en los comportamientos de los usuarios del seguro de

vidas en el sur de Asia, también el factor financiero posee mejores relaciones en los procesos de toma de decisiones en el argumento del mercado emergente, más que en el mercado e industria de seguro ya establecidos.

Parra (2014). *“Micro seguros y la economía familiar de los trabajadores de la Provincia de Trujillo, 2014”*. Facultad de Economía, Universidad Nacional de Trujillo. Esta investigación está basada al artículo “Casos de éxito en Micro seguros: Perú: Seguros La Positiva, 2007”. Es necesario reflexionar sobre la definición del papel de los micro seguros para la protección social gracias al micro seguros. En el censo de 2007, la población encuestada era de 731,912 habitantes en la población económicamente activa de Trujillo, a través de la fórmula de población finita, fue tomada una muestra de 384 trabajadores de Trujillo.

En esta investigación se tomó en cuenta dos métodos, inductivo – deductivo y el método analítico – sintético, relevamiento y análisis de documentos utilizados para recopilar información, considerando como variable independiente “micro seguros”, con las dimensiones, la demanda del micro seguro, el micro seguro como complemento a los servicios del sistema financiero y el micro seguro como extensión a la protección social. Tenemos como variable dependiente “economía familiar” la escala de empleados de Trujillo es gestión economía familiar y la gestión de riesgo dentro del hogar.

La investigación muestra como resultados que los niveles socioeconómicos “C” y “D”, son quienes no poseen seguros en un 74% y 89% respectivamente, por otra parte, la autora manifiesta que los microseguros no suelen ofrecerse al nivel socioeconómico “E”, no están considerados como mercado objetivo, debido a ciertas limitaciones.

Los ingresos familiares para los niveles socioeconómicos “A” y “B” es de

S/ 6,121; para el “C” es S/ 3,262, para el nivel “D” es de S/ 1,992 y para el “E” es S/ 1,027. Por otro lado, los gastos para los niveles socioeconómicos “A” y “B” es de S/ 4,435; para el “C” es S/ 2,611, para el nivel “D” es de S/ 1,691 y para el “E” es S/ 967. La autora manifiesta que, en el Perú, la mayor parte de los gastos se destinan en primer lugar a los alimentos y en segundo lugar al esparcimiento, a diferencia entre el ingreso y el gastos (ahorro) es menos en los niveles socioeconómicos más bajos y va aumentando a medida que se ascienden a los NSE más altos, el 87.5% de los encuestados no cuentan con microseguros primero, por el desconocimiento de dichos productos, cobertura, tipos o precios, respecto a los tipos de microseguros, donde en la investigación consideran; el seguro de vida, asistencia médica, contra accidentes personales, de desempleo, multiriesgos, robo y asalto, de envío de bienes por servicio postal, asistencia vehicular, de sepelio y de compra protegida, teniendo como resultado que, el 31% de los encuestas cuentan con microseguro de vida, 27% contra accidentes personales y 10% de sepelio. El 50% de los encuestados pagan entre S/ 0.90 A S/ 3.00 mensuales como prima de seguro y solo el 6% paga más de S/ 10.00. El 73% de los encuestados tienen obligaciones que cumplir (prestamos, deudas por crédito, etc.) con alguna institución financiera, de los cuales el 80% presentaron dificultades al pagar estas obligaciones, por lo tanto, la relación del microseguro con los servicios que prestan las instituciones financieras es de tipo complementario, porque al tener deudas, se tiene un gasto predecible, el gasto aumenta generando desbalance de sus egresos promedio. El 99% no posee microseguros de desempleo. Por otro lado, el 60% de las encuestas están afiliados al Essalud y al seguro de salud integral (SIS), seguros que ofrece el estado peruano, los microseguros en la protección social.

Respecto a la economía familiar, el 54% de los encuestados no ahorra, esto a pesar de tener obligaciones financieras y no cumplir con ellas, sin embargo, si

ahorran lo hacen para comprarse una casa o departamento, esto refleja que ahorran pensando en un futuro, pero si sucediera un evento no tendrían como asumirlo. En relación a la gestión de riesgos dentro del hogar, el 41% considera al desempleo como el riesgo más importante, considerando que el riesgo es regular, porque en caso si la cabeza de la familia falleciera el 29% no tendrían como sobrevivir, la estrategia que utilizarían en un caso de siniestro sería el uso de ahorro en un 29%, en 24% optarían por endeudarse, la situación económica familiar que obtuvieron los trabajadores con los microseguros es positiva en un 83% consideran que su economía es estable, y en un 17% sienten que ha mejorado, ello evidencia según la autora que los microseguros proyectan seguridad económica pues respaldan a sus asegurados ante los gastos que cualquier siniestro pueda ocasionar.

Concluyendo en que, la demanda actual de los microseguros en Trujillo es baja, predominando los microseguros de vida, la relación entre los microseguros y los servicios financieros es complementaria, porque indemniza al asegurado en caso de siniestros. Los microseguros tienen un rol de extensión de la protección social, ampliando las coberturas que ofrecen el estado para quienes no tienen ningún tipo de seguro de salud. La gestión de la economía familiar de los trabajadores es regular, porque la mayoría cuenta con deudas y dificultades al pagarlo, la gestión de riesgos de los trabajadores es regular, principalmente porque la mayoría no está asegurado y no ahorra, siendo el uso de los ahorros la estrategia más utilizada.

La situación económica familiar que obtuvieron los trabajadores con los microseguros fue positiva, porque la mayoría siente que su economía fue manteniéndose estable y el resto siente que van mejorando. Por lo tanto, el microseguro es un instrumento de gestión de riesgos que inciden positivamente en la economía familiar, porque disminuye la vulnerabilidad de las personas frente a la ocurrencia de eventos inesperados que conllevan grandes pérdidas económicas.

Entre sus recomendaciones esta que, los trabajadores identifiquen el riesgo más importante a lo que puedan estar expuestos, para luego contratar un microseguro que divida sus ahorros convencionales.

1.2 BASE TEÓRICA

TEORÍA DE LA JERARQUÍA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW

En 1943, Abraham Maslow propuso la Teoría de la Jerarquía de Necesidades, una de las teorías más famosas en el campo de la organización hasta la fecha. Según esta teoría, las necesidades son el punto de partida de la motivación humana.

En un extenso boletín sobre su propuesta, Maslow identifica a las necesidades, pero explica brevemente la relación entre las mismas y la motivación humana. Maslow nos presenta 5 tipos de necesidades: fisiológicas, de seguridad, sociales, de autoestima y de autorrealización, clasificándolos según el orden de importancia, la base principal es fundamental o menor y las más altas son las necesidades psicológicas o secundarias. Una vez que se libera la evacuación crítica, los deseos de cada sujeto pueden establecer la estructura de las secreciones y ajustar la escala al área del asiento. Maslow, estableció un registro de necesidades experimentadas por el cualquiera, dando inicio al llamamiento “pirámide de necesidades”, según esta relación, la satisfacción de las necesidades se encuentra en un nivel determinado, sin embargo, se dan zonas de aproximación entre un nivel y otro ya que no se da la satisfacción total de las necesidades.

DiCaprio (1989). Maslow plantea, dentro de su teoría de la personalidad, el concepto de jerarquía de las necesidades, en las cuales las necesidades se hallan constituidas con una estructura con diferentes valores de autoridad, basado a unas

determinaciones biológicas dadas por nuestras naturalezas genéticas como organismos de las especies humanas.

Las jerarquías están organizadas de tal carácter que las insuficiencias de pérdidas se localicen en los segmentos más bajos, mientras que las insuficiencias de progreso se localizan en las segmentos más altas de las jerarquías; de tal manera, en el ordenamiento cedido por las potencias y por sus prioridades, hallamos la necesidad del déficit, las cuales estarían la necesidad fisiológica, las insuficiencias de seguridad, las insuficiencias de afecto y ahorros, las insuficiencias de estimación; y las insuficiencias de progreso, los cuales serían las insuficiencias de actualizaciones propias y las necesidades de resultados.

En estas estructuras, cuando las escaseces de niveles son satisfechas, no se producen estados de apatías, sino que el núcleo de atenciones pasa a ser ocupados por la necesidad de próximos niveles y que se hallan en lugares seguidamente más altos de las jerarquías, y son estos requerimientos que se buscan compensar. La teoría de Maslow proyecta que la necesidad inferior es prioritaria, consecuentemente, más poderoso que la necesidad superior de las jerarquías; “los hombres hambrientos no se preocupan por emocionar a sus amigos con sus valores y habilidad, sino, más bien, con asegurar lo suficientemente para comer”.

Chiavenato (2004). En su libro *“La Introducción a la Teoría General de la Administración”* detalla que las teorías motivacionales buscan desenvolver el procedimientos y conductas de los individuos en la cual la administración científica es basado en las concepciones económicas, de acuerdo a los comportamientos de las personas son motivados únicamente por la exploración del capital (dinero) y por la recompensa salarial y material de trabajos; en tal sentido, los enfoques clásicos de la administración se fundamenta en esas teorías motivacionales.

Los estudios motivacionales de los comportamientos suponen los conocimientos de la necesidad humana. Las Teorías de las relaciones humanas comprobó las existencias de la necesidad humana básica. los comportamientos humanos están determinados por fuentes que, diversos períodos, escapan a entendimientos y controles de la persona. Dicha causa se denomina necesidad o motivo: fuerza consciente o inconsciente que establecen comportamientos de las personas. Las motivaciones se refieren a comportamientos causados por la necesidad interna de las personas, las cuales se orientan a alcanzar el objetivo que consiguen satisfacer tal necesidad.

Las personas son considerados animales llenos de necesidad que se cambian o se muestran en aspectos aislados. Al ser satisfecho una, surge otra en su lugar, y así de manera continuada, e incesantemente. La necesidad motiva los comportamientos humanos, dándole direcciones y contenidos. constantemente en sus vidas, las personas pasan por tres niveles o estado de motivaciones: al tiempo que crecen y maduran, van excediendo el estado más bajo y desarrollando necesidad de nivel más elevado. La diferencia individual influye en las duraciones, intensidades y posibles fijaciones de cada uno de estos niveles. Los tres niveles o estado de motivaciones pertenecen a la necesidad fisiológica, psicológica y de autorrealizaciones, dicho nivel mencionado estaría de tal forma en las Teorías de Jerarquías de necesidad entre la pirámide de Maslow.

García (1983). Maslow, sostiene en su pirámide la necesidad instintiva y hace unas distinciones respecto a la necesidad “deficitaria” (fisiológica, de seguridad, de afiliaciones, de reconocimientos etc.) y del “desarrollo del ser” (autorrealizaciones). Las diferencias existentes entre unas y otras se deben a que la “deficitaria” se refiere a unas carencias, en tanto que las de “desarrollo del ser” forman referencias al que hacer de los individuos. Satisface la necesidad deficitaria

es trascendente para impedir consecuencia o sentimiento molestias. La necesidad del “desarrollo del ser”, es importante para el desarrollo de personas, y no tiene que ver con la pérdida de algo, sino con la aspiración de progresar como personas.

Quintero (2007). Maslow plantea las “Teorías de las Motivaciones Humanas”, que consiste en jerarquías de necesidad y factor que ocasiona a la persona; estas jerarquías identifican cinco categorías de necesidad y consideran un orden jerárquico ascendente de según sus importancias para las supervivencias y las capacidades de motivaciones. Es así como a medida que las personas van siendo satisfechos en su necesidad surgen otras que modifican o cambian el proceder de las personas; teniendo en consideración que cuando las necesidades están “sensatamente” satisfechas, se dispararán unas nuevas necesidades.

Características sobre las necesidades: Según Jerarquía de las Necesidades.

Angulo, J. (2008). Considera las siguientes características dentro de las necesidades según Maslow.

- a. Las necesidades fisiológicas nacen del ser humano, otras necesidades se adquieren con el tiempo.
- b. Cuando las personas gestionan o satisfacen sus necesidades básicas, surgen necesidades superiores.
- c. Son necesidades primarias se satisfacen con relativa rapidez en comparación con una mayor demanda.
- d. Son necesidades fisiológicas y seguridad a menudo se satisfacen con salarios acordes y un entorno de trabajo seguro.
- e. La necesidad de pertenencia y respeto se satisface siendo parte del equipo de trabajo y siendo eficaz y amigable.

- f. La conciencia del desempeño, el estímulo y la retroalimentación satisfacen la necesidad de autoestima.
- g. Las personas estarán motivadas por las necesidades que son más importantes para ellos.
- h. Todas las necesidades deben satisfacerse, al menos en parte, antes de pasar a un nivel superior.
- i. Maslow encontró dos necesidades complementarias para quienes estaban satisfechos con las cinco anteriores (un número muy reducido de sus seguidores).
- j. Necesitamos conocer y comprender en relación con nuestro deseo de conocer y comprender el mundo y la naturaleza que nos rodea.
- k. Se ocupa de la satisfacción estética, la belleza general, la simetría y las necesidades artísticas.

Clasificación de las necesidades.

a. Necesidades fisiológicas

La necesidad fisiológica es la prioridad de la satisfacción de necesidades, y estas necesidades están relacionadas con la supervivencia del organismo vivo, noticia de homeostasis que es "Los esfuerzos automáticos de los seres" capaces de conservar una mayor normalidad. Suministro continuo de sangre. "Se trata de necesidades específicas, como proporcionar y mantener una temperatura corporal adecuada. Entre estas, no todas las necesidades fisiológicas están en equilibrio. Mejores explicaciones, como el deseo sexual, el comportamiento materno y el pleno funcionamiento, son agruparlas en el rango de hambre, el sexo y satisfacción de la sed. Maslow, (1954).

b. Necesidades de Seguridad.

Esto incluye una amplia gama de necesidades de seguridad y aplicación de la ley. Estas necesidades incluyen: Sentirse seguro, necesitar estabilidad, necesitar orden, necesitar protección y necesitar que se dependa de él.

DiCaprio (1989). Las necesidades de seguridad se expresan a menudo por miedos como: a lo desconocido, caos, ambigüedad, confusión, se diferencian por individuos que tienen miedo a perder el control de sus vidas, propias, vulnerables o débiles. ahora, ante situaciones nuevas o futuras.

Muchas personas tienen muchos deseos, como la voluntad de apoyar la inmovilidad y la decisión. La evacuación de decisión a menudo juega un papel harto encumbrado cuando en la vida se satisfacen por completo. "La mayoría de la gente no puede pasar por una operación segura". Esto refleja la necesidad de que muchos se preparen para lo desconocido en el futuro. García (1983). La supervivencia requiere necesidades de seguridad, pero se encuentran a un nivel diferente de necesidades fisiológicas. A menos que satisfaga la primera necesidad, no se producirá la segunda necesidad de seguridad, orden. Es decir, las necesidades de la pirámide de Maslow están relacionadas cómo las expectativas y las condiciones de vida son posibles el desarrollo de Proyectos de mediano y largo plazo.

c. Necesidades de Reconocimiento.

Entre las necesidades de amor, conexión se encuentran muchas necesidades sociales. Necesita relaciones cercanas con los demás, necesita aceptación de miembros de un grupo organizado, necesita entorno familiar, necesita vivir juntos y necesita participar en comportamientos grupales que trabajen por el bien de los demás.

García (1983). Incluir las necesidades de los tres niveles de la pirámide de Maslow, las necesidades cognitivas se manifiestan promoviendo una mayor autoestima, autoaceptación, autorrealización y autoestima. Al satisfacer estas necesidades, uno tiene confianza y cree en el valor de la sociedad. Si estas necesidades no se satisfacen, la gente las encontrará incompetentes y sin valor.

Esta necesidad de jerarquía de Maslow nos hace sentir mejor acerca de nuestra propia imagen A través de cosas sobre nosotros mismos que vemos reflejadas en la forma en que otros nos tratan. Mejor entendido como método.

Hay dos clases de necesidades de reconocimiento: La inferioridad, gloria, estatus, fama, conciencia, cuidado, fama, incluido el respeto por los demás. Y más alto es identificar la necesidad de autoestima, incluidas emociones como la confianza, la capacidad, el éxito, la independencia, la libertad.

d. Necesidades de Estima.

La necesidad de autoestima está relacionada con la estructura psicológica del ser humano. Maslow ha categorizado estas necesidades en dos clases. Está relacionado con la autoestima, la autoestima, la autoestima y la autoestima. Y aquellos que insinúan a los demás, la fama, el estatus, el éxito social, la necesidad de fama y gloria.

La necesidad de autoestima suele ser desarrollada por personas en condiciones económicas cómodas, de modo Alguien que haya podido satisfacer plenamente sus necesidades más bajas. La necesidad de estima de los demás, la autoestima generalmente depende de la influencia del entorno, por lo que estas necesidades se satisfacen antes que las necesidades de autoestima.

García (1983). Maslow explica que las necesidades son básicas, tienen sentido cuando son satisfechas las anteriores. Esta necesidad se expresa cuando las personas

intentan superar la soledad y existe una conexión emocional entre ellas y ciertas personas. Siempre surgen en la vida cotidiana cuando las personas quieren casarse, formar una familia, unirse a una comunidad, unirse a una iglesia o unirse a un club social.

La pertenencia a un grupo más o menos nos ayuda a comprender lo que hacemos a diario, y las relaciones personales y sociales que mantienen estas relaciones resultan para Maslow. Animarnos para que podamos explicar nuestra experiencia de la siguiente manera: necesario. Por ejemplo, son afecto, afecto mutuo, afiliación o asociación con un grupo social en particular.

e. Necesidades de autorrealización

García (1983). Finalmente, en el nivel más alto, existen necesidades como la autoconciencia y el desarrollo de las necesidades internas, el desarrollo mental y moral, encontrar la misión de la vida y ayudar a los demás desinteresadamente.

Figura 1. Pirámide Necesidades Maslow (1943).



Ventajas y desventajas de la teoría motivacional de Maslow.

Arranz (2017). Afirmó que la pirámide de Maslow continúa siendo estudiada como un punto de referencia siempre que se discute su motivación e importancia. Pero también generó críticas y se cuestionó su relevancia.

Teoría motivacional de Maslow, ventajas:

- Es sencilla: el enfoque es fácil de entender y practicar para personas de todas las industrias.
- Es fácil de ver: el gráfico con las pirámides es muy descriptivo y memorable.
- Es enormemente aplicable a la ingenuidad: como vimos en la sección Arriba, es fácil estimar esta teoría a nuestra rutina diaria. Es muy interesante para personas de diferentes orígenes.
- Es innovadora: Maslow, al igual que los activistas, ofrece alternativas a un enfoque más mecanicista y reducido. Ha abierto la puerta a un enfoque flexible y holístico.

Teoría motivacional de Maslow, desventajas:

- Es ambigua: La medición central, como la respiración, es relativamente fácil de medir, pero conceptos como "autorrealización" son más abstractos. Se están realizando esfuerzos para hacer que la psicología sea más científica y basada en evidencias. Es consistente con las nociones en el campo, pero es vaga y difícil de probar.
- Maslow cree profundamente en la capacidad y voluntad humana que influyen dentro de la sociedad. Los psicólogos dijeron una vez: "Cuando las personas piensan que no son buenas, reaccionan de manera perversa con sus necesidades, como el estrés, la confianza, autoestima y el amor."

- Muchos ejemplos que no confirman: un ejemplo común es el de un artista en quiebra obsesionado con su obra. La historia está llena de personas que, por razones morales, ideológicas o de otro tipo, no han logrado satisfacer sus necesidades básicas. Sin embargo, es difícil encontrar una sola teoría sin excepciones.
- Muchas teorías que son complejas: que dan explicaciones de la motivación y están basadas en las necesidades humanas. Ejemplo, Alderfer (1972), McGregor (1969) que sugieren alternativas. Ambos están inspirados en la pirámide de Maslow y se usan comúnmente en el lugar de trabajo.

Empresas, organizaciones y la Pirámide de Maslow

Las organizaciones públicas y privadas requieren que sepan motivar a sus empleados, personas que trabajan. Un ejemplo, se administra una cadena de hoteles, debe administrar sus servicios de acuerdo con las necesidades y expectativas de las personas.

Empresas conocidas como Google se aseguran de que sus empleados lo tengan todo. Estas empresas de éxito son conocidas por sus condiciones favorables y su increíble desempeño. La razón principal es que, si estamos felices y dispuestos a hacer un buen trabajo, seremos más productivos.

- **Marketing y la Pirámide de Maslow**

Comprender las necesidades del consumidor es clave conocer qué productos tienen éxito en el mercado y cómo transmitir sus características. Utilice herramientas como el diseño y la publicidad para motivar a las personas a crear estrategias efectivas.

- **Educación y la Pirámide de Maslow.**

La necesidad nos acompaña a lo largo de nuestra vida. Cualquiera que se dedique a este campo debe conocer las necesidades de la persona a la que busca

formar. Para presentar sus estímulos convincentes, necesitamos conocer las necesidades humanas tanto primarias como superiores.

Para nosotros, para querer aprender, debemos estar motivados para sentirnos bien.

Un modelo, una situación de guerra, la supervivencia es una prioridad y los esfuerzos para educarse a sí mismo se paralizan. Si no se satisfacen las necesidades básicas, el plan educativo fracasará.

- **Desarrollo personal y Pirámide de Maslow.**

La teoría de la motivación de Maslow aprueba comprendernos nosotros mismos.

Todos compartimos ampliamente las necesidades humanas y comprenderlas es fundamental para nuestro bienestar. Al examinar estos niveles, puede analizar su posición, investigar el problema y seguir adelante.

DECISIÓN DE SEGUROS DE VIDA EN EL PERÚ

Los seguros de vida permiten que los beneficiarios de los titulares aprecien unas cuantías económicas en casos de fallecimientos o invalidez de los asegurados. En tal sentido, ¿qué factor influye al contratarse unos seguros de vidas? La cobertura, las cantidades económicas y otras condiciones se precisan en el instante de las firmas de las pólizas.

Usualmente los seguros de vidas lo contratan la persona que aportan el ingreso más alto de la unidad familiar. consecuentemente, es más concurrente y habitual que los individuos con familias bajo responsabilidad, que cuentan con empréstitos acompañados o que estén abstraídas en otras situaciones convengan pólizas de estos tipos.

En el instante de convenir los seguros de vida quedan fijados quiénes serán los beneficiarios, remarcando, quiénes serán las personas que recibirán el efectivo de las

primas en circunstancia de que los asegurados fallezcan. los beneficiarios pueden modificar en el tiempo de vida de las pólizas y sus condiciones es endosable a causas de herencias. Además, se tiene que tener en cuenta qué factor influye al pactar unos seguros de vidas, al momento de constituir cierta cobertura.

Los términos que influye en el instante de pactar los seguros de vidas son varios. En ello, las situaciones personales, tales como, condiciones civiles, números de persona a su compromiso, los tipos de actividades que desempeñan en cuestión de que supongan unas situaciones de riesgos, etc. Además, deben considerar las situaciones económicas de los asegurados, que engloban su inversión, su deuda o préstamo que tengan establecidos.

Los seguros de vidas se contratan para proteger la seguridad de las familias y para avalar los pagos de hipotecas o deuda en casos de que ocurran los fallecimientos de los asegurados o unas situaciones de incapacidad absolutas y permanentes.

La Administración de las modalidades de seguro de vidas conducentes a los ahorros de las economías familiares a largos plazos es, sin dudas, unas alternativas pensadas para perfeccionar las pensiones de jubilaciones.

Finalmente, y, en conclusión, la cobertura importante del seguro de vidas son cubrir los fallecimientos, la invalidez y las dependencias de los asegurados, pero si pretendemos conocer qué factor influye al pactar los seguros de vidas, debemos estar al tanto que su propósito es anteponer a las pérdidas de sus integrantes familiares y, por consiguiente, del ingreso económico, con la consecuencia que eso conllevara en enfrentar las deudas, pago, préstamo, compromiso, etc.

Seguro, significa que una de las partes (compañía de seguros) está obligada a indemnizar por daños o pagar los beneficios acordados en el caso de un evento

planificado a través de una prima pagada por la otra parte (asegurada por la otra parte). Además de eso, existe la posibilidad de accidentes e incendios. El contrato de seguro es bilateral e irregular, en base a convenio. Se basa en un acuerdo, ya que se completa con el consentimiento de las partes y entra en vigor después de que se especifica el acuerdo. Es bilateral crear derechos y obligaciones mutuos entre la compañía de seguros y el asegurado, y de paso se refiere a la compensación de daños por eventos o eventos inciertos, y se desconoce si esto ocurrirá o no y si no, como ocurre con muertes: nadie sabe cuándo sucederá esto.

Clasificación se seguros.

Los seguros según el tipo de riesgo que cubren se clasifican:

- a. Seguros de vida.
- b. Seguro de asistencia médica.
- c. Seguro contra accidentes personales.
- d. Seguro de desempleo.
- e. Seguro de multirriesgo (micronegocios).
- f. Robo y asalto.
- g. Asistencia vehicular.
- h. Sepelio.
- i. Compra protegida.

Comercialización de seguros

Una póliza de seguro emitida por un contrato de seguro que define comprometemos a que los derechos y obligaciones de las partes (el asegurador y el asegurado) y el asegurador indemnicen al asegurado o sus beneficiarios según lo estipulado en el contrato. Una vez que haya terminado. El asegurado debe pagar regularmente una suma denominada "prima".

El seguro contrata la compañía de seguros a través de un distribuidor conocido como "corredor". El primero y el segundo se diferencia en que el segundo es independiente de la compañía de seguros.

En el Perú, los formatos de cobertura que en realidad se brindan con mayor frecuencia son:

- a. Seguro de vida individual a largo plazo.** Cuando muere el asegurado, abonaremos al beneficiario la cantidad asegurada en el ámbito nacional o internacional, salvo que la causa esté exenta de la póliza de seguro. Incluye compensación adicional por muerte accidental, discapacidad accidental, discapacidad completa. Su edad máxima de estadía: 95 años, y si el asegurado sigue vivo, se le devolverá el total asegurado.
- b. Sepelio de largo plazo:** Cubre gastos funerarios, muerte accidental, muerte accidental durante el transporte de terrenos públicos y dificultades familiares repentinas. La edad de admisión es de 18 a 60 años. Este período incluye toda la vida cubierta por el pago de la prima.
- c. Seguro de vida para extrabajadores:** Lo retira un extrabajador que se beneficia de la cobertura de seguro de vida de la Ley del Empleado. La indemnización se proporciona en caso de muerte natural o accidental, es una indemnización adicional en caso de muerte accidental, invalidez total y permanente. Este período incluye el período de pago de la prima.

Marco legal de los seguros de vida en el Perú.

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) es el organismo encargado de regular y supervisar el sistema de seguros, con el objetivo principal de proteger los intereses de los asegurados. Los objetivos, funciones y atribuciones de la

SBS están definidos en la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS, en la Ley 26702; y sus cambios. Para ejercer su autoridad, la SBS emite diversas regulaciones en el ámbito legal, finanzas y tecnología que conforman el marco legal del seguro de vida peruano. El resto de las normativas en seguros son: 15.02.1902, Código de Comercio, Ley de Protección y Protección al Consumidor, Ley 29571.

El mercado de seguros de vida del Perú y sus Características económicas

Los seguros de vida es un activo confiable porque una vez comprado y usado, es difícil determinar si esto realmente coincide con lo que se ofrece.

La diferencia especial en el producto, no se detecta automáticamente que la calidad suministrada se degrada o que lleva mucho tiempo verificarla. Según los hábitos de compra, el seguro pertenece a "bienes indeseables", es decir, a un conjunto de bienes que los consumidores no conocen o no conocen, pero que generalmente no tienen intención de comprar. Esta categoría se divide en artículos nuevos no comprados y artículos no comprados regulares, respectivamente. Estos corresponden a productos vencidos que no se solicitan pero que tarde o temprano desaparecen.

Aseguradora RIMAC Seguros.

RIMAC Seguros es líder del mercado asegurador peruano es miembro de Breca, un grupo empresarial peruano con presencia global y una trayectoria de más de 100 años, fundado por la familia Brescia Cafferata. Hoy en día, cuenta con más de 4000 colaboradores a nivel nacional.

Es sólida con apoyo económico, son reconocidos por las dos agencias calificadoras de riesgo internacionales más importantes, Moody's Investors Services y Fitch Ratings. Riesgo general y negocio de vida.

Así mismo, reciben calificaciones de las dos agencias que califican el riesgo en el Perú, Equilibrium y Apoyo & Asociados.

Cuentan con una amplia gama de servicios, productos a la dimensión de las necesidades de los compradores, con un servicio en calidad y un excelente respaldo financiero. Como resultado, tiene la mayor participación del mercado de seguros en los últimos años. RIMAC Seguros mantiene su compromiso con la transparencia informativa con el objetivo de lograr la confianza absoluta de todos los accionistas.

Importancia de Seguros de Vida. Seguros Rímac

El seguro de vida es fundamental para lograr todas sus metas y sueños, y los sueños de sus seres queridos, para que puedan seguir manteniendo su estilo de vida.

Para elegir el seguro de vida ideal para usted, decida un presupuesto. Luego, averigüe si su seguro cubre ahorros a largo plazo y protección contra muerte e invalidez.

Tipos de productos de seguros vida. Rímac Seguros

Rímac tiene varios tipos de seguros de vida, que incluyen devolución, inversión general, seguro de accidentes temporales, viaje y sepelio familiar, entre otros. La clasificación de estas categorías de productos se describe en detalle a continuación:

Seguros con retorno

- a. Vida capital.** Es un seguro de vida a plazo con factores clave y ahorro a largo plazo con una tasa de garantía del 3,5%, que te da los fondos para cubrir todos tus gastos previstos. Puede optar por quedarse 10, 15, 20 o 25 años.
- b. Vida leal.** Es un seguro sin comienzo de permanencia que avala la protección y herencia de tu familia, te permite suscitar un fondo pagando primas muy convenientes.

- c. Vida con devolución.** Es un seguro de vida que te brinda cobertura por deceso hasta S/. 100,000. Además, si al final del período del seguro no sufres ningún accidente, se hace la devolución de todo lo que has aportado si eliges el Plan con devolución al 100% por una división de 12 años. Así mismo, cuenta con planes a 5 y 7 años devolviéndote el 50% y 70% respectivamente, pudiendo elegir el plan que más se acomode a tus necesidades.
- d. Seguro Universitario.** Es un seguro que te permite acumular un fondo durante un plazo de tiempo, esto para sujetar la educación de tus hijos o para otros proyectos.

Seguros de vida universal con retorno

- a. Vida futuro protegido.** Es un seguro con límite de permanencia, cuenta con componentes de vida, ahorro y tres posibilidades de inversión. Respaldo y capital adicional de los que usted y su familia pueden beneficiarse, con dos planes: Plan de 35 años: Seguro de vida temporal de un límite de 35 años y plan hasta 65 años: Riesgo tangible que dura hasta 65 años de seguro. Fondos de inversión: El aumento de capital esperado es del 9.2%, el proyectado es solo del 6%, y 3.5% garantizado.

Accidentes seguros temporales

- a. Accidentes individuales.** Desde S/.35 mensuales te ofrecemos seguridad para ti y para tu familia en caso de muerte accidental o invalidez, puedes separar por dos modalidades de aseguramiento: Asegurado titular, asegurado titular más cónyuge.
- b. Vida accidentes. plan familiar.** Esta cobertura lo protege de eventos inesperados en su vida diaria y apoya a su familia con la cobertura de su elección. También puede asegurar a su cónyuge y hasta cuatro hijos bajo la misma póliza.
- c. Accidentes personales – trabajadores del hogar.** El Seguro de Accidentes para Trabajadores Domésticos de RIMAC Seguros cubre hasta dos empleados que trabajan

en su hogar. Planes para brindar asistencia en caso de muerte accidental, discapacidad completa y permanente debido a una lesión y protección en caso de un evento inesperado o emergencia. Asesoramiento médico a domicilio, pruebas clínicas, etc. Sobre todo, asistencia médica por teléfono, entre otros.

- d. Accidentes personales. Ciclistas.** El seguro de accidentes de bicicleta ofrece una opción de respaldo en caso de que ocurra algo mientras practicas tu deporte favorito. El producto ayuda a brindar protección en caso de accidentes, muerte accidental, invalidez total o permanente y eventos imprevistos o emergencias como transporte médico en ambulancia por accidente en bicicleta, enfermera a domicilio en caso de accidente, entre otras. Así como una variada gama de asistencias para mejorar tu rendimiento, como asesoría deportiva telefónica, chofer de seguimiento para carretera, entre otras.
- e. El seguro de accidentes para corredores (runners).** Esta cobertura ofrece una opción de respaldo en caso de que ocurra algo mientras practica su deporte favorito. Este producto cubre el soporte que brinda protección en caso de muerte accidental, discapacidad completa o permanente accidental y eventos o emergencias inesperadas. Por ejemplo, pedir a un médico en casa o en la sede del Instituto Deportivo de Accidentes que realice una prueba diagnóstica en caso de accidente. Sobre todo. También brindamos apoyo para mejorar el rendimiento, como asesoramiento deportivo telefónico. Sobre todo, un completo chequeo de salud preventivo anual.
- f. Accidentes con devolución.** Este es un seguro que le cubre en caso de muerte accidental. Además, si hay sobrevivencia dentro de la vigencia del período de la póliza, le daremos un porcentaje de su prima pagada de acuerdo a lo estipulado en el condicionado.

Seguros temporales

- a. Vida préstamo seguro**, este es un tipo de seguro de vida diseñado para permitir a los clientes con préstamos hipotecarios y propiedades registradas, comprar este seguro en un banco y recibir mejores beneficios que el seguro de Desgravamen.
- b. Vida temporal total**, este seguro de vida protege a su familia pagando primas muy razonables. Además, existe la opción de tenerlo por un período específico de 30 años.
- c. Seguro educación Rímac**. El seguro educativo de RIMAC proporciona una pensión mensual para cubrir la educación de su hijo en caso este ausente, lo que facilitará la seguridad del futuro de su hijo.

Recibe una indemnización en caso de muerte o discapacidad total y permanente después de la lesión o enfermedad, elija una subvención de S / 500, S / 1000 o S / 2000 elige asegurar su educación escolar como también la universitaria.

d. Seguro de sepelio familiar

El seguro sepelio familiar ofrece un seguro de indemnización en caso de fallecimiento del titular y cobertura ampliada para toda la familia (cónyuge, hijos, padres *) en caso de fuerza mayor o eventos de emergencia, como: Asistencia médica; (Médico a Domicilio; Traslado Médico en ambulancia, entre otros); Asistencia para el hogar (cerrajería, electricista, entre otros) ; Asistencia al menor (Servicios de movilidad Escolar, entre otros) y Asistencias al adulto mayor (Enfermera a domicilio, entre otros). También ofrecemos una compensación por entierro familiar de hasta S / 4500 por miembro de la familia. Incluye todos los servicios como papeleo, transporte, misa y lápidas, así como todos los servicios necesarios durante momentos difíciles como el duelo.

1.3. LA COBERTURA DE RIESGOS

1.3.1. RIESGO Y SEGURO

El riesgo nace de la misma incertidumbre ya que esta implica no tener certeza sobre los acontecimientos futuros, existe alguna probabilidad que estas entidades puedan verse afectadas por acontecimientos adversos que son previsibles y estos se denominan riesgo. Así por ejemplo existe riesgo de pérdida de patrimonio por robo o incendio, existe también riesgo a la vida o la integridad física de las personas, etc. Es decir, el riesgo es algo inevitable porque el futuro mismo es incierto.

Sin embargo, es bueno destacar que la compra de seguros no depende solamente de la existencia o no de una cultura aseguradora, sino también del nivel de ingresos familiares. En los países industrializados, el mercado de seguros es mucho más desarrollado que en los países en vías de desarrollo y esto está relativamente relacionado con las magnitudes del PBI y del ingreso per cápita, que en el primer caso son mucho más elevados.

1.3.2. ELEMENTOS BÁSICOS DEL SEGURO

- ✓ **La Póliza.** Es el documento que instrumenta un contrato de seguros. En él se establecen normas que regulan las relaciones contractuales entre el asegurador y el asegurado de los cuales es suscrito por ambas partes. Normalmente la póliza contiene 3 partes principales: “Condiciones Generales”; “Condiciones Particulares” y las “Condiciones Especiales”.
- ✓ **La Prima.** Es el pago realizado por el asegurado al momento de la emisión y firma de la póliza. normalmente la prima es anual y se paga por adelantado, aunque también se puede pagarse en cuotas, con sus respectivos intereses, por acuerdo entre ambas partes.

El asegurado no tiene derecho a devolución de la prima en caso no se produzca siniestro. Sin embargo, algunas empresas otorgan descuentos en las primas ante sucesivos contratos en caso no se utilice el seguro; el monto de la prima está en función a la duración del seguro.

- ✓ **La Indemnización.** Es el desembolso que efectúa el asegurador en caso de producirse un siniestro amparado por la póliza de seguro.

Para el caso de bienes y si en el contrato no se ha establecido alguna cláusula que establezca mecanismos de actualización de la suma asegurada y la prima, puede darse dos situaciones:

- Que al momento de realizarse la indemnización esta no permita que el asegurado pueda comprar el bien siniestrado, puesto que el bien fue asegurado por un valor menor y el seguro responde únicamente por dicho valor. Se trata de un caso de **Infraseguro**.

- Que al momento de realizarse la indemnización esta exceda el precio que tiene el bien siniestrado en el mercado, dado que este fue asegurado por un valor mayor y el seguro debe honrar el contrato. En esta situación estamos ante un caso de **sobreseguro**.

- ✓ **Vigencia del seguro.** Es el periodo durante el cual tiene efectividad el contrato de seguros y por lo general es de un año, excepto en el caso de seguros de ingeniería que duran todo el tiempo de la construcción y principalmente los seguros de vida cuyo horizonte es de largo plazo.

- ✓ **Franquicia.** Es un monto mínimo que el asegurado deberá cubrir en el caso el daño ocurrido no lo sobrepase, Supongamos que una asegura su automóvil fijándose una franquicia de US \$ 500. Si se produce un choque y el daño puede repararse por 150 dólares, entonces el seguro no interviene. Por el

contrario, si dicho percance implica un costo de reparación de 800 dólares, el seguro asume todo el costo y la franquicia en este caso no funciona.

1.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Autorrealización. La satisfacción de alcanzar y lograr una o más metas personales es parte del desarrollo y el potencial humanos. A través de la autorrealización, las personas maximizan su capacidad, aptitud o talento para hacer lo que quieren. (Orosco, 2013).

Estima. Es una consideración que una persona tiene por algo o alguien: amor, simpatía o apego que se deriva de las características o cualidad de esa persona o lo que aprecia. (Pérez, 2017).

Fisiológico. Se basa en estudio de la interacción entre los elementos básicos de los seres vivos y su entorno, también son considerados como necesidades físicas, existen necesidades en la fisiología humana, animal y vegetal. (Pérez, Gardey, 2009).

Motivación. Condicionado por la necesidad de satisfacer alguna necesidad individual a fin de reflejar nuestros intereses primordiales. Es una característica de la psicología humana. (Maslow, 1943).

Motivación Intrínseca. Es esencialmente una acción motivada, lo importante es que la actividad en sí, el fin en sí mismo, no es un medio para la consecución de otros fines. Las recompensas motivacionales necesarias son un sentido de habilidad y control, satisfacción personal y completar la tarea. O siéntete orgulloso de su trabajo. (Schunk, 1997).

Motivación. Extrínseca. Comprensión de tareas específicas por motivos externos, tareas como medio para alcanzar metas: graduación, reconocimiento de buenas notas, aprobación del docente. (Schunk, 1997).

Necesidad. Es un elemento humano básico que influye en su comportamiento porque sienten que les falta algo para sobrevivir. (Thompson, 2004).

Niveles socioeconómicos. Esto se debe a que un individuo o grupo ocupa un lugar más alto que otro y, por lo general, se mide por ingresos individuales y/ o grupales y otros factores, educación y ocupación. (Kamm, 2009).

Reconocimiento. Es una interrelación entre individuos, y cada sujeto considera que el otro sujeto es igual. El reconocimiento es garantía de individualidad, ya que uno solo requiere la condición de que haya personas iguales y el otro reconoce esta condición. (Orozco, 2013).

Seguridad. Afección en la que se controlan los peligros y las condiciones que pueden causar daños físicos, psicológicos o a la propiedad para proteger el bienestar y salud de las personas y comunidades. Es fuente esencial en vida cotidiana que crea las condiciones para que las personas y las comunidades realicen sus aspiraciones. (Pérez, Gardey, 2009).

Seguro de vida. Es una protección contra las pérdidas económicas del asegurado en caso de muerte prematura. Los beneficiarios designados reciben montos de seguro y pueden enfrentar futuras implicaciones financieras. (Kamm, 2009).

Siniestro. Esto ocasiona una pérdida de hasta una determinada cantidad cubierta por la póliza de seguro y la cantidad de capital garantizado en respuesta a un reclamo que el asegurador está obligado a pagar al asegurado o sus beneficiarios en todo o en parte. Es un evento para pagar. (Kamm, 2009).

Protección social. Conjunto de políticas e intervenciones públicas que permiten a los ciudadanos y sus familias gestionar los riesgos sociales y ayudar a quienes se encuentran en condiciones de pobreza extrema. (Kamm, 2009).

Vulnerabilidad. La capacidad de un individuo de predecir, resistir, sobrevivir, recuperarse de los efectos que amenaza; comprende de factores, combinan el grado de riesgo para la vida y los medios de vida. La concepción de alguien. (Kamm, 2009).

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Hipótesis General

La jerarquía de necesidades se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

2.2 Hipótesis Específicas

- a) Las necesidades fisiológicas se relacionan significativamente con la determinación de adquisición de seguro de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- b) Las necesidades de seguridad se relacionan significativamente con la determinación de adquisición de seguro de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- c) Las necesidades sociales se relacionan significativamente con la determinación de adquisición de seguro de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- d) Las necesidades de autoestima se relacionan significativamente con la determinación de adquisición de seguro de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- e) Las necesidades de autorrealización se relacionan significativamente con la determinación de adquisición de seguro de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

2.3 Matriz De Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	RESPUESTA
P.General ¿Qué correlación hay entre la jerarquía de necesidades y la decisión compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?	O.General Demostrar la correlación que hay entre la jerarquía de necesidades y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.	La jerarquía de necesidades se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.	Variable asociada: La jerarquía de necesidades	Jerarquía de necesidades de Maslow	Necesidad fisiologica	¿Usted sufre de enfermedades propias de su cuerpo u organismo para que haya adquirido un seguro de vida?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
					La necesidad de seguridad	¿Usted teme dejar desprotegidos a sus seres queridos el día que falle en sus vidas?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
La necesidad social	¿Usted se siente bien, es reconocido, es aceptado y se siente valioso por un grupo familiar y social en el medio en que vive?				1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre		
La necesidad de autoestima	¿Usted siente que es reconocido, correspondido, siente afecto de su grupo familiar y social en el medio en que vive?				1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre		
La necesidad de autorrealización	¿Usted siente que ha crecido espiritual, moral y personalmente frente a la sociedad en el que vive?				1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre		
P.Específico 1: ¿Qué correlación hay entre las necesidades fisiológicas y decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?	O.Específico 1: Demostrar la correlación de las necesidades fisiológicas y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.		Variable asociada: La jerarquía de necesidades	Jerarquía de necesidades de Maslow	Situación personal y económica	¿Usted tiene planes de salvaguardar la estabilidad económica y personal de su familia hoy?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P.Específico 2 : ¿Cuál es la correlación que existe entre las necesidades de seguridad y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?	O.Específico 2 : Demostrar la correlación de las necesidades de seguridad y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.				Carga familiar	¿En su familia, sus hijos, esposa o padres tienen hoy alguna estabilidad económica en caso usted faltase?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P.Específico 3: ¿Qué correlación hay entre las necesidades sociales y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?	O.Específico 3 : Demostrar la correlación que hay de las necesidades sociales y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.				Enfermedades (herencia o padecimiento)	¿En su familia, incluido usted, sus hijos, esposa o padres padecen de alguna enfermedad ?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P.Específico 4: ¿Qué correlación hay entre las necesidades de autoestima y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?	O.Específico 4 : Demostrar la correlación que hay de las necesidades de autoestima y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.				Vicios contraídos	¿En su familia, incluido usted, sus hijos, esposa o padres tienen algún tipo de vicios ?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P.Específico 5: ¿Qué correlación hay entre las necesidades de autorrealización y decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?	O.Específico 5: Demostrar la correlación de las necesidades de autorrealización y la determinación de adquisición de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.				Variable de supervisión: La decisión de compra de seguros de vida	Coberturas principales	¿Usted eligió alguna cobertura de seguro de vida en beneficio de sus seres queridos, como: invalidez, fallecimiento, accidentes, etc.?

Figura 2. Matriz de Consistencia

2.4 Operacionalización de Variables

Tabla 1. Operacionalización de variables, dimensiones e indicadores

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA
Jerarquía de necesidades	Pirámides motivacionales establecidas por A. H. Maslow, en cuyas bases se encuentra la necesidad vinculada con la seguridad, para terminar en los niveles superiores con la necesidad psicológica de autorrealizaciones.	Jerarquía de necesidades de Maslow	Necesidad Fisiológica	Encuesta	Like
			Necesidad de seguridad		
			Necesidad Social		
			Necesidad de autoestima		
			Necesidad de autorrealización		
Decisión de compras	Los procesos de decisiones de compras comprenden las diferentes etapas por las que pasa un usuario desde las consideraciones de unas necesidades hasta las compras de productos o servicios.	Decisión de compra	Situación personal y económica	Encuesta	Likert
			Carga familiar		
			Enfermedades (herencia o padecimiento)		
			Vicios contraídos		
			Cobertura principales		

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación fue aplicada, se consideró los estudios y conocimientos previos de investigación en la carrera con el fin de establecer las razones del porque los empleados de la Universidad Nacional Agraria de la Selva ponen en práctica la jerarquía de necesidades de Maslow para decidir comprar seguros de vida.

El nivel de investigación fue relacional, porque el objetivo consistió en medir y evaluar con precisión el grado de relación entre las variables jerarquía de necesidades y la decisión de compra, sin pretender establecer relación causa- efecto.

3.2. Diseño de investigación

Método Inductivo: En este método se obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, de los cuales se puede distinguir en cuatro pasos importantes:

- La observación de los hechos para su registro.
- La clasificación y el estudio de estos hechos.
- La derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización.
- La contrastación.

Diseño

Se utilizó el tipo de diseño transversal correlacional, porque fue evaluado en un solo momento.

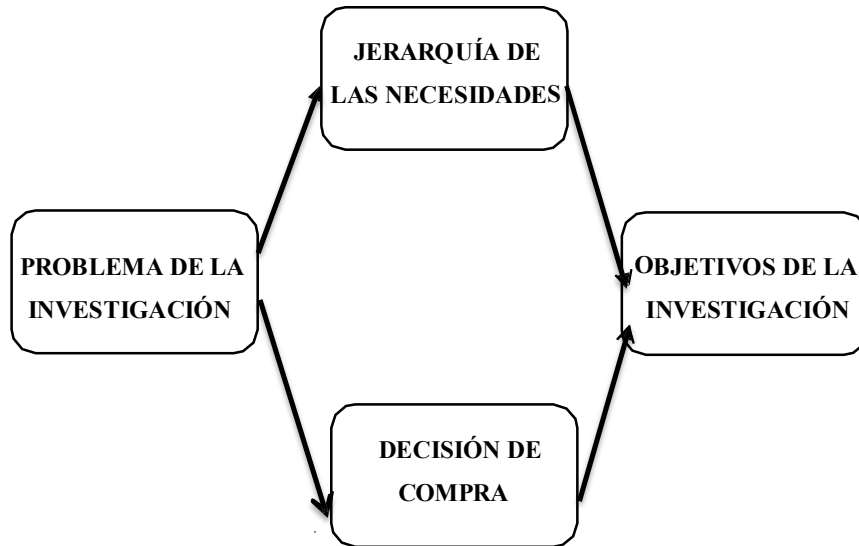


Figura 3. Esquema del diseño de investigación

3.3 Población y muestra

La población estuvo conformada por el número de trabajadores que adquirieron el seguro de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva de Tingo María y está es 68 clientes según información brindada por Seguros Rimac.

Muestra

La muestra fue igual a la población que son 68 trabajadores que adquirieron los seguros de vida.

Trabajadores Administrativos : 63

Trabajadores Docentes : 05

n = 68 Trabajadores

3.4. Técnicas de recolección de datos

Instrumentos

En la investigación el instrumento que se utilize fue:

La ficha de cuestionario: que se realizó en una muestra de 68 empleados de la Universidad Nacional Agraria de la Selva que adquirieron seguros de vida de Seguros Rimac en Tingo María.

Técnicas

Encuesta directa: La herramienta fue elaborada, diseñada, aplicada rigurosa y científicamente permitiendo ver cómo evoluciona la opinión pública y esas opiniones, qué pasará junto a la gente

Revisión bibliográfica. En la investigación, se obtuvo información teórica a través de la referencia de las variables relevantes.

3.5. Técnica estadística para el procesamiento de la información

Mediana. Es una decisión en conjunto de datos que mide la parte central de los datos. Único constituyente es el más pegado al medio o el más básico en la generalidad de números.

Moda. Medida en tendencia central diferente de la media, similar a la mediana porque no se calculó utilizando métodos aritméticos tradicionales. Este es el valor más común en un conjunto de datos.

Además, en la investigación se utilizó tabla de frecuencias para conocer los porcentajes de los ítems y realizar generalizaciones a los resultados de la muestra y la estadística inferencial no paramétrica del coeficiente de correlación Rho Spearman se determinó la relación de la variable asociada con variable de supervisión y las dimensiones citadas.

Procedimientos.

El desarrollo de la encuesta se llevó a cabo mediante un cuestionario de cuatro pasos que se describe a continuación.

- En la primera fase, el equipo se construye de acuerdo con el propósito de la encuesta, el tamaño y el índice de las variables estudiadas.
- En la segunda fase, se realizó una encuesta final a la muestra de los trabajadores de la Universidad Nacional Agraria de la Selva que contrataron un seguro de vida.
- El tercer paso fue analizar primero los datos usando números de frecuencia y luego usar las estadísticas de inferencia para determinar las relaciones entre las variables consideradas.
- Se completó el cuarto y último paso, la redacción del informe final de tesis.

Fiabilidad y validez del instrumento

Se realizó el análisis de confiabilidad con el instrumento estadístico alfa de Cronbach y el índice de consistencia interna. Para la evaluación se tomó una muestra piloto del 20% ($n = 14$) del total de la muestra calculada para la investigación ($N = 68$). Los ítems evaluados por variable fueron medidos en una escala ordinal de 5 categorías de las cuales son:

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre
------------	----------------------	--------------------	-------------------	--------------

Tabla 2. Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach

VARIABLES	Alfa de Cronbach	Elementos (ítems)	n
Jerarquía de necesidades de Maslow	0.880	5	14
Decisión de compra	0.904	5	14

Fuente: encuesta prueba piloto, enero 2019.

El resultado de la prueba indicó que el instrumento es fiable para su aplicación en el estudio. Debido a que los valores superaron al valor mínimo (0,80) se acepta en la investigación en ciencias sociales ($0,880 > 0,80$; $0,904 > 0,80$).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

4.1.1. Análisis descriptivo del indicador necesidad fisiológica

Tabla 3. Indicador necesidad fisiológica

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	NUNCA	25	36,8	36,8	36,8
	POCAS VECES	15	22,1	22,1	58,8
	A VECES	18	26,5	26,5	85,3
	CASI SIEMPRE	8	11,8	11,8	97,1
	SIEMPRE	2	2,9	2,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: Combinado con un análisis descriptivo de las necesidades fisiológicas, determinamos que la tasa más baja fue 2 de 68 encuestados que es equivalente al 2,94 %. Por otro lado, el mayor porcentaje fue del 36,8%, del cual 25 de los 68 encuestados no respondieron.

4.1.2. Análisis descriptivo del indicador necesidad de seguridad

Tabla 4. Indicador necesidad de seguridad

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	NUNCA	1	1,5	1,5	1,5
	POCAS VECES	8	11,8	11,8	13,2
	A VECES	13	19,1	19,1	32,4
	CASI SIEMPRE	20	29,4	29,4	61,8
	SIEMPRE	26	38,2	38,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: Para un análisis descriptivo de los indicadores de necesidades de seguridad, el porcentaje más bajo identificado en 1 de cada 68 encuestados nunca respondió, un 1,5%. En cambio, la tasa más alta fue de 26 de 68 entrevistados, siempre igual al 38,2% cada uno.

4.1.3. Análisis descriptivo del indicador necesidad social

Tabla 5. Indicador necesidad social

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	POCAS VECES	2	2,9	2,9	2,9
	A VECES	11	16,2	16,2	19,1
	CASI SIEMPRE	27	39,7	39,7	58,8
	SIEMPRE	28	41,2	41,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: Para un análisis descriptivo de los indicadores de necesidades sociales, se determinó que la tasa más baja tenía varios de 2 de 68 encuestados es el equivalente 2,9%. La mayor proporción es de 28 de 68 encuestados, que sigue siendo el 41,2%.

4.1.4. Análisis descriptivo del indicador necesidad de autoestima

Tabla 6. Indicador necesidad de autoestima

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	NUNCA	1	1,5	1,5	1,5
	A VECES	7	10,3	10,3	11,8
	CASI SIEMPRE	28	41,2	41,2	52,9
	SIEMPRE	32	47,1	47,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: En cuanto al análisis descriptivo de las necesidades de los indicadores de autoestima, el porcentaje más bajo se identificó en 1 de cada 68 personas que nunca

respondieron, es decir, el 1,5%. En cambio, el porcentaje más alto fue 32 de 68 encuestados, todavía 47,1% cada uno.

4.1.5. Análisis descriptivo del indicador necesidad de autorrealización

Tabla 7. Indicador necesidad de autorrealización

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	POCAS VECES	3	4,4	4,4	4,4
	A VECES	13	19,1	19,1	23,5
	CASI SIEMPRE	29	42,6	42,6	66,2
	SIEMPRE	23	33,8	33,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: En cuanto al análisis descriptivo de la necesidad de indicadores de autorrealización, la tasa más baja se identificó con un 4,4 %, habiendo respondido varias veces 3 de 68 encuestados. Por otro lado, el porcentaje más alto es de 23 de 68 encuestados, lo que siempre equivale al 33,8% cada uno.

4.1.6. Análisis descriptivo del indicador situación personal y económica

Tabla 8. Indicador situación personal y económica

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	A VECES	6	8,8	8,8	8,8
	CASI SIEMPRE	22	32,4	32,4	41,2
	SIEMPRE	40	58,8	58,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: En cuanto al análisis descriptivo de los indicadores de bienestar personal y económico, se determinó que 6 de 68 encuestados piensan que puede llegar al 8,8%. En contraste, el porcentaje más alto fue 40 de 68 encuestados, todavía igual al 58,8% cada uno.

4.1.7. Análisis descriptivo del indicador carga familiar

Tabla 9. Indicador carga familiar

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	NUNCA	4	5,9	5,9	5,9
	POCAS VECES	11	16,2	16,2	22,1
	A VECES	14	20,6	20,6	42,6
	CASI SIEMPRE	24	35,3	35,3	77,9
	SIEMPRE	15	22,1	22,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: Para un análisis descriptivo del índice de carga familiar, se determinó que el porcentaje más bajo de 4 de cada 68 no responden fue del 5,9%. El porcentaje más alto fue de 24 de 68 encuestados, la mayoría de las veces el 35,3%.

4.1.8. Análisis descriptivo del indicador enfermedades

Tabla 10. Indicador enfermedades

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	NUNCA	9	13,2	13,2	13,2
	POCAS VECES	17	25,0	25,0	38,2
	A VECES	21	30,9	30,9	69,1
	CASI SIEMPRE	16	23,5	23,5	92,6
	SIEMPRE	5	7,4	7,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: Para el análisis descriptivo de los índices de enfermedad, el porcentaje más bajo se identificó en 5 de los 68 encuestados, nuevamente igual a 7,4 %. Por otro lado, el mayor porcentaje es de 21 de 68 encuestados, que pueden llegar al 30,9% cada uno.

4.1.9. Análisis descriptivo del indicador vicios contraídos

Tabla 11. Indicador vicios contraídos

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	NUNCA	29	42,6	42,6	42,6
	POCAS VECES	21	30,9	30,9	73,5
	A VECES	13	19,1	19,1	92,6
	CASI SIEMPRE	3	4,4	4,4	97,1
	SIEMPRE	2	2,9	2,9	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: Para un análisis descriptivo de los indicadores de incumplimientos contractuales, se determinó que el porcentaje más bajo de los 68 encuestados seguía siendo del 2,9%. La mayoría fue del 42,6%, en comparación con 29 de 68 que no respondieron.

4.1.10. Análisis descriptivo del indicador coberturas principales

Tabla 12. Indicador coberturas principales

		Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Válido	NUNCA	9	13,2	13,2	13,2
	POCAS VECES	17	25,0	25,0	38,2
	A VECES	13	19,1	19,1	57,4
	CASI SIEMPRE	17	25,0	25,0	82,4
	SIEMPRE	12	17,6	17,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

Interpretación: Combinado con un análisis descriptivo de las necesidades fisiológicas, 9 de los 68 encuestados tenían una tasa mínima del 13,2%. El porcentaje más alto es 17 de 68 encuestados, con un 25% cada uno respondiendo muy poco.

4.2. Contraste de hipótesis

4.2.1. Hipótesis general

La jerarquía de necesidades se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Prueba de hipótesis general

a) Planteamiento de hipótesis

H₁: Existe una relación significativa entre la jerarquía de la demanda y las decisiones de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

H₀: En la Universidad Nacional Agraria de la Selva, no hubo una relación significativa entre la jerarquía de la demanda y las decisiones de compra.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 13. Correlación entre la jerarquía de necesidades y la determinación de compra.

		Jerarquía de necesidades	Decisión de compra
Rho de Spearman	Jerarquía de necesidades	Coefficientes de correlación	*
			,309
		Sig. (bilaterals)	,010
		N	68
Decisión de compra	Jerarquía de necesidades	Coefficientes de correlación	,309
			1,000
		Sig. (bilaterals)	,010
		N	68

*. Las correlaciones son significativas en el nivel 0,05 (bilateral).

c) **Significancia bilateral (P-Valor):** La probabilidad cuyo valor indica que la correlación es significativa (P-Valor < 0.05)

d) **Coefficiente de correlación (r_s):** La prueba estadística en sus resultados muestra que hay correlación directa (positiva), y el grado de correlación calificado como bajo ($r_s = 0.309$).

e) **Decisión:** El P-Valor es menor que alfa (P-Valor < α) ($0.000 < 0.05$), se rechaza la hipótesis alterna (H1) se acepta la hipótesis nula (Ho), no hay relación entre la jerarquía de necesidades y la determinación de adquisición en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

4.2.2. Contraste hipótesis específica N° 1

a) Planteamiento de hipótesis

H₁: Hay significativa relación de las necesidades fisiológicas y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

H₀: No hay significativa relación de las necesidades fisiológicas y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 14. Correlación de las necesidades fisiológicas y la determinación de compra.

		Necesidad fisiológica	Decisión de compra	
Rho de Spearman	Necesidad fisiológica	Coefficientes de correlación	,382**	
		Sig. (bilaterals)	,001	
		N	68	
	Decisión de compra	Coefficientes de correlación	,382**	1,000
		Sig. (bilaterals)	,001	.
		N	68	68

** . Las correlaciones son significativas en el nivel 0,01 (bilateral).

c) **Significancia bilateral (P-Valor):** el valor de la probabilidad indica que la correlación es significativa (P-Valor < 0.05).

d) **Coefficiente de Correlación (r_s):** La prueba estadística dieron como resultado que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como bajo (r_s = 0.382).

e) **Decisión:** El P-Valor es menor que alfa ($P\text{-Valor} < \alpha$) ($0.000 < 0.05$), se rechaza la hipótesis nula (H_0) la hipótesis alternante se aceptó (H_1), hay relación significativa de las necesidades fisiológicas y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

4.2.3. Contraste hipótesis específica N° 2

a) Planteamiento de hipótesis

H_1 : Hay correlación significativa de las necesidades de seguridad y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

H_0 : No hay correlación significativa de las necesidades de seguridad y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 15. Correlación de las necesidades de seguridad y la determinación de adquisición.

			Necesidad de seguridad	Decisión de compra
Rho de Spearman	Necesidad de seguridad	Coefficientes de correlación	1,000	,147
		Sig. (bilaterals)	.	,232
		N	68	68
	Decisión de compra	Coefficiente de correlación	,147	1,000
		Sig. (bilateral)	,232	.
		N	68	68

c) **Significancia bilateral (P-Valor):** La probabilidad indica que la correlación es significativa ($P\text{-Valor} < 0.05$).

- d) Coeficiente de correlación (r_s): La prueba estadística indica en sus resultados que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como muy bajo ($r_s = 0.147$).
- e) **Decisión:** El P-Valor es menor que alfa (P-Valor < α) ($0.000 < 0.05$), se aceptó la hipótesis nula (H_0) se rechazó la hipótesis alternante (H_1), no hay una correlación significativa de las necesidades de seguridad y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

4.2.4. Contraste hipótesis específica N° 3

a) Planteamiento de hipótesis

H_1 : Existe relación significativa entre la necesidad social y decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

H_0 : No hay relación significativa entre la necesidad social y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 16. Correlación de la necesidad social y la determinación de adquisición

		Necesidad social	Decisión de compra
Rho de Spearman	Necesidad social	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 68
	Decisión de compra	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,076 ,540 68

- c) **Significancia bilateral (P-Valor):** La probabilidad indicó en su valor de correlación que es significativa (P-Valor < 0.05).
- d) **Coefficiente de correlación (r_s):** La prueba estadística en sus resultados señala que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como muy bajo ($r_s = 0.076$).
- e) **Decisión:** El P-Valor es menor que alfa (P-Valor < α) ($0.000 < 0.05$), se aceptó la hipótesis nula (H_0), se rechazó la hipótesis alternante (H_1), no hay correlación significativa de la necesidad social y la determinación de adquisición de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

4.2.5. Contraste hipótesis específica N° 4

- a) Planteamiento de hipótesis

H_1 : Hay correlación significativa de la necesidad de autoestima y la decisión de compra de Universidad Nacional Agraria de la Selva.

H_0 : No hay correlación significativa de la necesidad de autoestima y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

- b) **Cálculo del estadístico**

Tabla 17. Correlación de la necesidad de autoestima y la determinación de adquisición.

		Necesidad de autoestima	Decisión de compra
Rho de Spearman	Necesidad de autoestima	1,000	,154
	Coefficiente de correlación	.	,209
	Sig. (bilateral)	68	68
Decisión de compra			
	Coefficiente de correlación	,154	1,000
	Sig. (bilateral)	,209	.

- c) **Significancia bilateral (P-Valor):** La probabilidad indicó que la correlación es significativa ($P\text{-Valor} < 0.05$).
- d) **Coefficiente de correlación (r_s):** La prueba estadística en sus resultados indica que hay correlación directa (positiva), con grado de correlación calificado como muy bajo ($r_s = 0.154$).
- e) **Decisión:** El P-Valor es menor que alfa ($P\text{-Valor} < \alpha$) ($0.000 < 0.05$), se aceptó la hipótesis nula (H_0) se rechazó la hipótesis alternante (H_1), no hay una correlación significativa entre la necesidad de autoestima y la determinación de adquisición de Universidad Nacional Agraria de la Selva.

4.2.6. Contraste hipótesis específica N° 5

a) **Planteamiento de hipótesis**

H_1 : Hay correlación significativa de la necesidad de autorrealización y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

H_0 : No hay correlación significativa de la necesidad de autorrealización y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

b) **Cálculo del estadístico**

Tabla 18. Correlación de la necesidad de autorrealización y la determinación de adquisición.

Rho de Spearman	Necesidad de Auto realización		Necesidad de autorealización	Decisión de compra
		Coefficiente de correlación	1,000	-,060
		Sig. (bilateral)	.	,630

N	68	68	
Decisión de compra	Coefficiente de		
	correlación	-,060	1,000
	Sig. (bilateral)	,630	.
	N	68	68

- c) **Significancia bilateral (P-Valor):** La probabilidad en su valor indicó que la correlación es significativa (P-Valor < 0.05).
- d) **Coefficiente de correlación (r_s):** La prueba estadística en su resultado precisa que hay una correlación directa (negativa), con un grado de correlación calificado como malo ($r_s = -0.060$).
- e) **Decisión:** El P-Valor es menor que alfa (P-Valor < α) ($0.000 < 0.05$), se aceptó la hipótesis nula (H_0) se aceptó la hipótesis alternante (H_1), no existe correlación significativa de la necesidad de autorrealización y la decisión de compra en la Universidad Nacional Agraria de la Selva .

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo general aclarar la correlación de la jerarquía de deseos de Maslow y las decisiones de comprar un seguro de vida. Asimismo, el propósito específico fue medir la relación entre la decisión de contratar un seguro de vida y el tamaño (fisiológicas seguridades, sociales, autoestima, desarrollo).

Como resultado del estudio, hay correlación directa (positiva) del tamaño de la necesidad fisiológica y la compra entre la jerarquía de las variables de demanda y la decisión de compra, y la correlación entre el tamaño de la necesidad Seguridad y la determinación de adquisición, la seguridad y la determinación de adquisición son débiles. Sí ($r_s = 0.382$), hay correlación directa (positiva) con una correlación alta-baja ($r_s = 0.382$), ($r_s = 0.147$) y existe una correlación directa (positiva) entre la asociación de la dimensión de necesidades social y decisión de compra. Existe una correlación y hay correlación muy débil ($r_s = 0.076$), de la necesidad de una dimensión de autoestima y las decisiones.

Se estima que el grado de correlación es muy bajo ($r_s = 0.154$) y una correlación directa (positiva) entre la dimensión de las necesidades de autorrealización y las decisiones de compra actuales. y correlación directa (negativa). El grado de correlación se evaluó como malo ($r_s = 0.060$).

Con respecto a Ramírez (2013). *"Modelo de Toma de Decisiones del Consumidor de Seguros, 2013"* Universidad: Universidad Nacional de Colombia. El presente estudio perfecciona con los siguientes: La variable demográfica que muestran relaciones con las

tenencias de unos seguros son de niveles de estudios, los géneros, el ingreso y las condiciones civiles. De acuerdo al estudio realizado a partir de las informaciones de las indagaciones las del sexo femenino y los hombres y mujeres personas solteros cuentan con mayores preferencias por ejemplo al poseer unos seguros de automóviles que los varones y los individuos casados o separados. A virtud que crecen los niveles de estudios y el ingreso mensual, aumentan los porcentajes del encuestado que poseen seguros de automóviles y entre lo más recientes sean los modelos de vehículos que tienen mayores porcentajes de individuos que obtienen seguros. Las edades ni las marcas de los vehículos muestran relaciones con las tenencias de los seguros.

Con respecto a Silva (2014). *“Valor esperado del Cliente en el Mercado de Seguros Patrimoniales, 2014”* Universidad de Chile. El presente estudio culmina que las variables que mayores son sus condicionamientos en la no renovación, es pasar por un fatídico acontecimiento (experiencias traumáticas). consecuentemente, la variable que con mayor frecuencia impulsan son las de mayor antigüedad de los clientes, es contar con unas pólizas del rubro quemas o incendios. Las variables de primas directas van en una sola dirección, las evidencias aseguran que los clientes que refieren con un determinado producto personalizado (Prima Directa diferenciada) extienden a perseverar mayores tiempos en las compañías. En cláusulas de valores de los clientes se observan que para determinados grupos de edades de mayor los valores de los clientes aumentan, estos aumentos en los valores están explicados por unos aumentos en la estabilidad de mencionados interesados. Los géneros femeninos en la práctica la mayoría del modelo aumentan los valores esperados, sólo los modelos asociados al rubro incendios dejan a estas variables afuera de las ecuaciones.

Con respecto a Latif y Biekpe (2016). “Factores en el consumo de seguros de vida en África”, se orientaron al estudio la variable demográfica y financiera que influyen en las compras del seguro de vidas en (31) naciones del África, desde (1996) hasta el (2010).

La variable independiente que utilizaron para esta tesis fue los ingresos, inflacionarios del país, desarrollos financieros, poblaciones urbanas, educacional, esperanzas de vidas, calidad institucionales y gasto en seguridad sociales; mientras que la variable dependiente fue las penetraciones de seguros de vidas. En ella el resultado más importante se consiguió que mientras los ingresos del país aumentaban, los consumos del seguro de vidas también lo hacían, otros factores con relaciones positivas fueron los gastos en seguridad sociales, y que en ella se trabajaron con el (PBI) de los países y sus gastos sanitarios. Por otro lado, ciertas variables con influencias negativas en los consumos de seguro de vidas fue la educación, poblaciones urbanas e inflaciones. Los escritores apoyados en sus informes encomiendan continuar optimizando las estructuras demográficas, ya que con los componentes convenientes y se podrán alcanzar modernizando en política de seguro desarrollado por los regímenes y en las regulaciones de mercados de seguro para causar el gasto del mismo.

Con respecto a Driver et al. (2018). “Cultura de seguros en Australia: no conocer el valor del seguro personal”, mediante algunas vistas se logró dar explicaciones los desarrollos de los niveles de las culturas de seguro en Australia y cuáles fueron los elementos que afectaron en los procesos de decisiones de compras de los seguros de vida. En las encuestas se eligieron a (30) especialistas en planificación financiera de entidades y agencias bancarias e industrias de comercio, entre (25 y (50) años, adicionales a ellos se entrevistó además a (40) clientelas de seguro de vida. En el resultado se pueden observarse en su totalidad, que en Australia tenían bajos niveles de culturas de seguro; para los expertos en planificación financiera los usuarios de seguro no percibían todo tipo de valores agregados en su producto de seguro de vida y en muchos asuntos no le

proporcionaban valor a las decisiones de compras; en tal sentido los individuos requieren de impulsos o unas situaciones catastróficas para que recientemente asuman responsabilidad en su vida las posibilidades de lograr unos seguros de vidas.

Los expertos en el tema además revelaron que varios individuos al notar a sus cercanos conocidos o familias recobrar ligeramente de enfermedades o accidentes, conciben que pierdan la expectativa en convenir unos seguros.

Por otro lado, para diversos de los interesados, tener seguros de vida estaban como una inferior elección por encima de un seguro en general; contar con un inmueble, automóvil o algunos bienes materiales lo creían muy necesarios, ya que comprarse unos seguros de vidas eran especialmente vistos como unas inversiones y no unas prioridades. Mediante los diálogos se pudieron determinarse que el consumidor omitía varios de las cláusulas en sus contratos de seguros y sus conocimientos en las industrias aseguradoras era limitadas. Los literatos proponen que son necesarios unos intensivos programas y exhortaciones en enseñanza de seguros, para que así tomen conocimiento los valores e importancias que poseen los seguros de vida. Un avance en conocer los seguros implica; que serán, desarrollados mejores comportamientos de los consumidores del seguro ante los procesos de toma de decisiones finales.

Sampath et al. (2019). “Factores de consumo de seguros de vida en mercados emergentes en el sur de Asia”, fueron planteamientos en indagar el factor de consumos de seguro de vidas en la competencia del mercado emergente de Asia desde (1996), hasta (2017). Con el objeto de establecer las demandas del seguro de vidas en el periodo de los estudios, utilizaron dos aspectos: las densidades y los aciertos del seguro de vidas. En la investigación descubrieron que el factor demográfico auxilió a entender adecuadamente los comportamientos de consumos de los ciudadanos en general de los ocho países concernientes al sur de Asia. De la variable independiente, las que adquirieron mayores relaciones significativas estuvieron la educación, demandas de los seguros y desarrollos

financieros. Los ingresos, urbanizaciones, esperanzas de vidas, dependencias y gasto en seguridad sociales mostraron unos declives en las influencias de los consumos de seguro de vidas.

En esta investigación se señaló que el factor demográfico y económico asumen roles importantes en los comportamientos de los usuarios del seguro de vidas en el sur de Asia, también el factor financiero posee mejores relaciones en los procesos de toma de decisiones en el argumento del mercado emergente, más que en el mercado e industria de seguro ya establecidos.

Parra (2014). Que en su tesis “*Micro seguros y la economía familiar de los trabajadores de la Provincia de Trujillo, 2014*”. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Trujillo. Esta investigación está basada al artículo “Casos de éxito en Micro seguros: Perú: Seguros La Positiva, 2007”. La investigación tuvo como objetivo determina la incidencia de los Micro seguros en la economía familiar de los empleados en la Provincia de Trujillo, donde se tuvo en cuenta el rol del Micro seguros de protección social, analizar la gestión de la economía familiar de los empleados, analizar la gestión de riesgo de los trabajadores y por último ver la situación económica familiar que tienen los empleados de Trujillo con Micro seguros.

La muestra fue de 384 trabajadores de la provincia de Trujillo. En esta investigación se tomó en cuenta dos métodos, inductivo – deductivo y el método analítico – sintético, para la recopilación de información se utilizó la encuesta y el análisis documental, considerando como variable independiente “micro seguros”, con las dimensiones, la demanda del micro seguro, el micro seguro como complemento a los servicios del sistema financiero y el micro seguro como extensión a la protección social. La variable dependiente “economía familiar” de los empleados de Trujillo, las dimensiones fueron, la gestión economía familiar y la gestión de riesgo dentro del hogar.

La autora manifiesta que el Perú, su mayor parte de gastos en primer lugar se destinan en los alimentos y en segundo lugar al esparcimiento, la diferencia entre el ingreso y el gasto (ahorro) es menor de niveles socioeconómicos más bajos y crece a medida que se ascienden a los NSE más altos, el 87.5% de los encuestados no cuentan con micro seguros primero, por el desconocimiento de dichos productos, cobertura, tipos o precios, respecto a los tipos de micro seguros, donde en la investigación consideran; el seguro de vida, multirriesgo. Respecto a la economía familiar, el 54% de los encuestados no ahorra, esto a pesar de tener obligaciones financieras y no cumplir con ellas, sin embargo, un evento no tendría como asumirlos. Concluyendo en que, actualmente la demanda de los micro seguros en Trujillo es baja, predominando los micro seguros de vida, la correlación entre los micro seguros, servicios financieros complementarios, así indemnizar al asegurado en caso de siniestros. Por lo que coincidimos también la falta de promoción de seguros de vida, ya que un gran porcentaje desconoce los beneficios de contar con un seguro de vida gracias a la falta de cultura en este tema. Discrepando en las dimensiones estudiadas con Parra, por lo que nuestra investigación se enfocó en la jerarquía de las necesidades del trabajador como ser humano. Finalmente coincidimos en que protección familiar para casos inesperados es primordial en nuestras vidas; por lo que la economía familiar debe ser considerado como importante.

CONCLUSIONES

1. Existe relación entre la variable jerarquía de las necesidades y la decisión de compra, considerado como una correlación directa (positiva), grado de correlación calificado como bajo ($r_s = 0.309$).
2. Hay correlación de dimensión de necesidades fisiológicas y determinación de adquisición, considerado como una correlación directa (positiva), con grado de correlación calificado como bajo ($r_s = 0.382$).
3. Hay correlación de la dimensión necesidad de seguridad y determinación de adquisición, considerado correlación directa (positiva), grado de correlación calificado como muy bajo ($r_s = 0.147$).
4. Hay correlación de dimensión necesidades sociales y la decisión de compra, considerado con correlación directa (positiva), grado de correlación calificado como muy bajo ($r_s = 0.076$).
5. Existe relación entre la dimensión necesidades de autoestima y decisión de compra, considerado como correlación directa (positiva), grado de correlación calificado muy bajo ($r_s = 0.154$).
6. Hay correlación entre la dimensión necesidad de auto realización y decisión de compra, considerado correlación directa (negativa), grado de correlación calificado malo ($r_s = 0.060$).

RECOMENDACIONES

1. Proponer a los directivos de la aseguradora considerar mayor promoción de los beneficios enfocados a la jerarquía de las necesidades y concientizar una mejor decisión de compra en trabajadores públicos y privados.
2. Plantear a los directivos de la aseguradora a mejorar y consolidar las coberturas enfocadas a las necesidades fisiológicas de los trabajadores y asentar esa decisión de compra de los servicios ofrecidos.
3. Enfocar a los directivos de la aseguradora a replantear los beneficios ofrecidos enfocados a la necesidad de seguridad y comunicar al mercado objetivo para elevar esa decisión de compra.
4. Sugerir a los directivos de la aseguradora crear estrategias que comprometan y refuercen más los servicios enfocados a las necesidades sociales y ofrecerla con campañas de marketing que mejoren la decisión de compra.
5. Aconsejar a los directivos de la aseguradora en diseñar y reforzar los servicios ofrecidos a las necesidades de autoestima y trabajar campañas emocionales que afiancen la decisión de compra del mercado objetivo.
6. Los directivos de la aseguradora deben retirar de la línea de servicios los productos enfocados a la necesidad de auto realización, ya que no es considerado por el mercado objetivo en la decisión de compra.

REFERENCIAS

Textos:

- Araya, L., Pedreros, M. (2006). *Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009*. Revista de Ciencias Sociales, núm. 142, 2013, pág. 45-61. Universidad de San José – Costa Rica.
- Código de Protección y Defensa del Consumidor – Indecopi. Ley 29571.
- DiCaprio, S. (1989). *Teorías de la personalidad*. México D.F.: Editorial Mcgraw-Hill.
- Frick, B. (1973). *Psicología humanística*. Buenos Aires - Argentina: Editorial Guadalupe.
- García, J. (1983). *Pirámide de Maslow: La jerarquía de las necesidades humanas*. Universidad de Barcelona, España. Blog. *Psicología y mente*.
- Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. Ley N° 26702.
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*". *Psychological Review* 50. 1943: 370-396.
- Orozco, S. (2013). *El concepto de reconocimiento en Hegel: un principio de justicia social*. Universidad de Antioquia.
- Pérez, J. (2017). *Definiciones: Definición de estima* (<https://definicion.de/estima/>)
- Pérez, J., Gardey, A. (2009). *Definición .de: Definición de fisiología*. Recuperado de <https://definicion.de/fisiologia/>
- Rímac Seguros (2015). Portal web Rímac Seguros y Reaseguros. Recuperado de <https://www.rimac.com.pe/personas-vida>.
- Schunk, D. (1997). *Teorías de aprendizaje*. Ed. 2° Edición. Prentice Hall-Hispanoamericana, México.
- Thompson, I. (2004). *Fundamentos de Marketing*, 13va. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw-Hill Interamericana, 2004, Pág. 5.

Investigaciones:

- Cevallos, A. (2014). *Análisis de la evolución del mercado de seguros de Guayaquil y su incidencia en la economía periodo 2006-2012*. Trabajo de titulación. Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1446/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-5.pdf>.

Parra, C. (2014). *Micro seguros y la economía familiar de los trabajadores de la Provincia de Trujillo, 2014*. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de Trujillo. Facultad de ciencias económicas. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2814/parra_cynthia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Artículos on line:

Arranz, A. (15 de Septiembre del 2017). *Pirámide de Maslow: Qué es y sus aplicaciones prácticas*. Blog Salud, cerebro y neurociencia. Recuperado de <https://blog.cognifit.com/es/piramide-de-maslow/>.

Ciencias Sociales, núm. 142, 2013, pág. 45-61. Universidad de San José – Costa Rica. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15333870004>.

Quintero, J (2007). *Abraham Maslow y su teoría de la motivación humana*. Universidad Fermín Toro; Escuela de Doctorado; Seminario Teorías y paradigmas educativos; Venezuela; Recuperado el 28 de Junio del 2012 de <https://psicopedagogiaaprendizajeduc.wordpress.com/2012/06/29/abraham-maslow-y-su-teoria-de-la-motivacion-humana/>

Rímac Seguros (2015). Portal web Rímac Seguros y Reaseguros. Recuperado de <https://www.rimac.com.pe/personas-vida>.

Schunk, D. (1997). Teorías de aprendizaje. <https://expansion.mx/>

6 cosas que debes saber antes de contratar un seguro de vida. Este instrumento financiero protege a tu familia en caso de tu muerte o incapacidad. <https://www.apeseg.org.pe/> - mayo 23, 2016

Kamm R. - abc color (2009) BN-Américas Reporte de Seguros en Perú Por Ulric Rindebro - Jueves 19 de abril, 2018. www.abc.com.

Mapfre Seguros (2019) “factores-contratar-seguro-vida” <https://www.mapfre.es/seguros/particulares/vida-accidentes/faqs>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENCIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	RESPUESTA
P. General: ¿Cuál es la relación que existe entre la jerarquía de necesidades y la decisión compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. General: Demostrar la relación que existe entre la jerarquía de necesidades y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. General: La jerarquía de necesidades se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	Variable asociada: La jerarquía de necesidades	Jerarquía de necesidades de Maslow	Necesidad fisiológica	¿Usted sufre de enfermedades propias de su cuerpo u organismo para que haya adquirido un seguro de vida?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 1: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades fisiológicas y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 1: Demostrar la relación que existe entre las necesidades fisiológicas y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 1: Las necesidades fisiológicas se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Necesidad de seguridad	¿Usted teme dejar desprotegidos a sus seres queridos el día que falte en su vida?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 2: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades de seguridad y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 2: Demostrar la relación que existe entre las necesidades de seguridad y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 2: Las necesidades de seguridad se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Necesidad social	¿Usted se siente bien, es reconocido, es aceptado y se siente valioso por un grupo familiar y social en el medio en que vive?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 3: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades sociales y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 3: Demostrar la relación que existe entre las necesidades sociales y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 3: Las necesidades sociales se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Necesidad de autoestima	¿Usted siente que es reconocido, correspondido, siente afecto de su grupo familiar y social en el medio en que vive?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 4: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades de autoestima y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 4: Demostrar la relación que existe entre las necesidades de autoestima y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 4: Las necesidades de autoestima se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Necesidad de autorrelación	¿Usted siente que ha crecido espiritualmente, moral y personalmente frente a la sociedad en el que vive?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 5: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 5: Demostrar la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 5: Las necesidades de autorrealización se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	Variable de supervisión: La decisión de compra de seguros de vida	Decisión de compra	Situación personal y económica	¿Usted tiene planes de salvaguardar la estabilidad económica y personal de su familia hoy?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 6: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 6: Demostrar la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 6: Las necesidades de autorrealización se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Carga familiar	¿En su familia, sus hijos, esposas o padres tienen hoy alguna estabilidad económica en caso usted faltase?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 7: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 7: Demostrar la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 7: Las necesidades de autorrealización se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Enfermedades (herencia o padecimiento)	¿En su familia, incluido usted, sus hijos, esposas o padres padecen alguna enfermedad?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 8: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 8: Demostrar la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 8: Las necesidades de autorrealización se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Vicios contrarios	¿En su familia, incluido usted, sus hijos, esposas o padres tienen algún tipo de vicios?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
P. Específico 9: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019?	O. Específico 9: Demostrar la relación que existe entre las necesidades de autorrealización y la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.	H. Específica 9: Las necesidades de autorrealización se relaciona significativamente con la decisión de compra de seguros de vida en la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.			Coberturas principales	¿Usted eligió alguna cobertura de seguro de vida en beneficio de sus seres queridos, como: invalidez, fallecimiento, accidentes, etc.?	1. Nunca 2. Muy pocas veces 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre



ENCUESTA ANÓNIMA

INSTRUCCIONES:

Estimado colaborador, agradecemos su cooperación en responder este cuestionario cuyo objetivo es determinar si la jerarquía de necesidades de Maslow se relaciona con decisión de compra de seguros de vida de los trabajadores de la Universidad Nacional Agraria de la Selva 2019.

Por favor lea cuidadosamente cada una de las alternativas y elija la respuesta que crea conveniente y marque con un aspa (X). Su respuesta será tratada en forma confidencial y no será utilizada para ningún otro propósito distinto a la investigación.

1. ¿Usted sufre de enfermedades propias de su cuerpo u organismo para que haya adquirido un seguro de vida?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

2. ¿Usted teme dejar desprotegidos a sus seres queridos el día que falte en sus vidas?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

3. ¿Usted se siente bien, es reconocido, es aceptado y se siente valioso por un grupo familiar y social en el medio en que vive?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

4. ¿Usted siente que es reconocido, correspondido, siente afecto de su grupo familiar y social en el medio en que vive?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

5. ¿Usted siente que ha crecido espiritual, moral y personalmente frente a la sociedad en el que vive?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

6. ¿Usted tiene planes de salvaguardar la estabilidad económica y personal de su familia hoy?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

7. ¿En su familia, sus hijos, esposa o padres tienen hoy alguna estabilidad económica en caso usted faltase?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

8. ¿En su familia, incluido usted, sus hijos, esposa o padres padecen de alguna enfermedad?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

9. ¿En su familia, incluido usted, sus hijos, esposa o padres tienen algún tipo de vicios?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

10. ¿Usted eligió alguna cobertura de seguro de vida en beneficio de sus seres queridos, como: invalidez, fallecimiento, accidentes, etc.?

1 Nunca	2 Muy pocas veces	3 Algunas veces	4 Casi siempre	5 Siempre

GRACIAS...