



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros,
Piura 2021

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios - MBA**

AUTORA:

Albuquerque Ramos De Castro, Evelyn Analiz (ORCID: 0000-0001-9885-890X)

ASESOR:

Dr. Salazar, Elmer Bagner (ORCID: 0000-0002-8889-9676)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

PIURA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi familia, quienes son mi mayor motivación para crecer profesionalmente y me brindan el apoyo necesario, pues sin ellos me hubiera sido muy difícil lograrlo.

Agradecimiento

En primer lugar, me gustaría agradecer a los formadores de la UCV, los mismos que con sus conocimientos impartidos me han permitido arribar a esta etapa.

Todo este desarrollo ha sido laborioso y gracias por la actitud y manera de contagiar crecimiento profesional, ello ha conllevado a lograr mi meta y así el éxito de coronar la tesis para lograr el título de maestra.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III.METODOLOGÍA.....	14
3.1 Tipo y diseño de investigación	14
3.2 Variables y operacionalización	15
3.3 Población, muestra y muestreo.....	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5 Procedimientos	18
3.6 Métodos de análisis de datos.....	19
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS.....	20
V.DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES.....	36
VII. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS	45

Índice de tablas

Tabla 1 COVID 19.....	20
Tabla 2 Resultados por dimensiones correspondientes a la variable COVID 19 obtenidos de la muestra	21
Tabla 3 Nivel de ventas	23
Tabla 4 Resultados por dimensiones correspondientes a la variable Nivel de ventas obtenidos de la muestra de estudio	24
Tabla 5 Relación de la variable nivel de ventas y el impacto político.....	26
Tabla 6 Relación de la variable nivel de ventas y el impacto social.....	27
Tabla 7 Relación de la variable nivel de ventas y el impacto económico.....	28
Tabla 8 Relación de la variable nivel de ventas y la variable COVID 19.....	29

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Proceso de la venta:.....	12
Figura 2 Estrategias para vender	13
Figura 3 Esquema del diseño de investigación	14
Figura 4 COVID 19	21
Figura 5 Resultados por dimensiones correspondientes a la variable COVID 19 de la muestra de estudio	22
Figura 6 Nivel de ventas	23
Figura 7 Resultados por dimensiones correspondientes a la variable Nivel de ventas obtenidos de la muestra de estudio	25

Resumen

La presente investigación titulada “El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021”, presenta como objetivo general: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021. Para lo cual, se estableció un tipo de investigación aplicada con enfoque cuantitativo, cuyo diseño de investigación es no experimental de corte transversal y nivel de investigación descriptivo – correlacional. Asimismo, de acuerdo a los criterios de inclusión y exclusión se constituye un total de 22 trabajadores partícipes del estudio; cuya técnica de investigación es la encuesta, aplicando el instrumento del cuestionario. En este sentido, los resultados de acuerdo a la estimación de la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman, evidencia un nivel de significancia de $0.000 \leq 0.05$, por lo cual, se rechaza la hipótesis nula, estableciendo que existe una relación significativa entre el COVID-19 y el nivel de ventas de la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021, cuyo valor del coeficiente Rho de Spearman es igual a 0.716. Concluyendo, que el impacto desfavorable del COVID-19, conlleva a esperar impactos desfavorables sobre el nivel de ventas de la empresa Pacíficos Seguros, Piura 2021.

Palabras clave: COVID-19, ventas, impacto político, impacto social, impacto económico.

Abstract

The present investigation entitled "COVID 19 and the level of sales in the company Pacífico Seguros, Piura 2021", presents as a general objective: To determine the relationship between COVID 19 and the level of sales in the company Pacífico Seguros, Piura 2021. For which, a type of applied research with a quantitative approach was established, whose research design is non-experimental, cross-sectional and descriptive-correlational research level. Likewise, according to the inclusion and exclusion criteria, a total of 22 workers participated in the study; whose research technique is the survey, applying the questionnaire instrument. In this sense, the results according to the estimation of the Spearman Rho correlation coefficient test show a level of significance of $0.000 \leq 0.05$, therefore, the null hypothesis is rejected, establishing that there is a significant relationship between the COVID-19 and the level of sales of the company Pacífico Seguros, Piura 2021, whose value of the Spearman Rho coefficient is equal to 0.716. Concluding, that the unfavorable impact of COVID-19, leads to expect unfavorable impacts on the level of sales of the company Pacíficos Seguros, Piura 2021.

Keywords: COVID-19, sales, political impact, social impact, economic impact.

I. INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria mundial por el COVID 19 impacto negativamente en los diferentes aspectos de la sociedad, viéndose afectada la oferta y la demanda de muchos bienes y servicios (Gonzales, Armesto, Lagos, & Sanchez, 2020). Además, el volumen de primas emitidas por las aseguradoras se redujo, no siendo posible superar por la recesión económica en el 2021 (Montalbo, 2021), entonces, quedó preguntar ¿cómo afectó a las entidades aseguradoras? ¿qué aspectos en su sistema operativo y económico se vieron alterados? Un analista español respondió que el COVID-19 afectó a las empresas aseguradoras de variadas formas, que fueron desde poner en riesgo la continuidad de trabajadores y establecimientos hasta las prestaciones de servicios al cliente y circunstancias financieras (Deloitte, 2020).

Se afirmó que a raíz del COVID 19 en América Latina los clientes de las aseguradoras estuvieron afrontando el problema de haber perdido casi todos o la mayoría de sus ingresos, lo cual provocó perjuicios en las empresas aseguradoras (Maurette, 2020). De igual manera, se afirmó que este no es el primer virus que ha trascendido las fronteras, además, no será el último; la realidad financiera resultó de una serie de insolvencias agudizadas en el 2021, afectando a las pólizas de seguro, de allí que las aseguradoras adoptaron decisiones oportunas (Freire, 2021). Entonces, la crisis sanitaria afectó severamente la venta de póliza de seguros; las empresas de este sector afrontan una avalancha de solicitudes de indemnización, incrementó en los cobros de pólizas de vida, así como el uso intensivo de las pólizas de salud, entre otras (Carbonell, 2020).

En el Perú, también se presentó la realidad descrita, al respecto, se precisó que el país registró una de las tasas más bajas de colocación de seguros, pues con el aislamiento social obligatorio se afectó los canales de contratación; similar situación se presentó en el pago de primas, trayendo como resultado un incremento significativo de la morosidad. Entonces, las empresas aseguradoras debieron enfrentar grandes desafíos y aprovechar numerosas oportunidades (Bonilla, 2020). En el Perú, el sector asegurador posee una baja colocación no obstante que años antes de la pandemia estaba creciendo, luego de la crisis sanitaria esta área de la economía presentó vulnerabilidades y aspectos estresantes en los clientes

comerciales, los consumidores, las aseguradoras y también los trabajadores. Al respecto, una de las empresas aseguradoras en el año 2020 informó que el crecimiento medio del sector asegurador en Perú en el lapso de la última década fue significativo hasta antes de la crisis sanitaria por el COVID 19, sin embargo, luego de la emergencia sanitaria los indicadores bajaron (MAPFRE, 2020).

Entonces, es indudable que la esta crisis ha dejado huella en las aseguradoras, esencialmente por el impacto adverso en las inversiones del sector (Manzano, 2020). Sobre el tema, en el Perú existió incertidumbre respecto a la propagación del virus y la situación de la economía nacional que venía mellando el bienestar de los peruanos (IPE, 2020).

En resumen, la interrupción de la economía a todo nivel provocada por el COVID 19 acarreó efectos directos e indirectos impactando prácticamente en todos los aspectos de la economía, específicamente, en el sector cuya línea de trabajo es la venta de seguros. De acuerdo al análisis de la problemática, en la primera línea de efectos negativos estuvo la que tiene que ver con la cobertura de emergencias a las que se hallan obligadas las entidades aseguradoras; además, en segunda línea, se consideró la desaceleración y merma de los “ingresos por primas” que se advierte en la venta de seguros generales.

En lo referente a la problemática de las variables seleccionadas, en el ámbito de las aseguradoras en la ciudad de Piura, a la fecha, no existe investigaciones que alcancen la información necesaria y actualizada, existiendo un vacío en el conocimiento que hace falta atender con un estudio sistemático.

Ante ese estado de cosas, la investigadora tomó la decisión de estudiar metódicamente el estado de las variables para, finalmente, comprobar si entre ellas existe relación; además, la investigación proyectada dio respuesta a la pregunta principal: ¿Cuál es la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?; asimismo, a las preguntas específicas: ¿Cuál es la relación entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?; ¿Cuál es la relación entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?; ¿Cuál es la relación entre el

impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?

La investigación se realizó para cubrir un vacío de conocimiento, en tal razón, se justificó en razones: De orden *teórico*: Toda vez que hubo la posibilidad de agenciarse de información procedente de fuentes válidas concerniente a las variables seleccionadas, cuyos planteamientos fundamentaron el estudio. Asimismo, los resultados a obtener se constituyeron en aportes teóricos que pueden servir como antecedentes para posteriores estudios. También el estudio reportó *implicancias prácticas*: Los resultados finales serán compartidos en la empresa Pacífico Seguros con la finalidad de que se asuman acuerdos y decisiones de mejora según se requiera. En cuanto a su *conveniencia*: Se previó que la investigación resultará oportuna porque se necesitó contar con información actualizada sobre las variables. Concerniente a su *relevancia social*: Se trabajó en un sector donde participan personas en procesos económicos y sociales asociados a la venta de seguros. En cuanto a su *utilidad metodológica*: La investigación asumió las exigencias de la investigación científica; en el proceso investigativo se requirió técnicas e instrumentos para la recolecta de datos, además, dichos recursos constituirán antecedente para futuros estudios.

En esa perspectiva, el objetivo general: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021. Los objetivos específicos: Determinar la relación entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; Determinar la relación entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; Determinar la relación entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021. Asimismo, se formuló como hipótesis: H_i: Existe relación significativa entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021. Las hipótesis específicas indican: HE₁: Existe relación significativa entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; HE₂: Existe relación significativa entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; HE₃: Existe relación significativa entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Dentro del contexto internacional, resalta el estudio de Parrado (2021), *“Análisis del impacto financiero generado por el COVID 19 en las aseguradoras del sector bancario colombiano. Un estudio de caso”*; cuyo objetivo fue examinar la conmoción financiera generada por la emergencia sanitaria en las aseguradoras. Siguió una investigación con enfoque cualitativo y alcance descriptivo; obteniéndose resultados que comprobaron el efecto económico negativo que la emergencia sanitaria ha tenido en las ventas de seguros, afectando así los ingresos de las empresas del rubro. El estudio concluyó que las aseguradoras se vieron obligadas a delinear, reprogramar y regular distintas áreas y estrategias para asegurar la continuidad del negocio.

Burbano (2021) en su investigación *“Impacto del COVID - 19 en los costos de siniestros del sector asegurador en Ecuador: Un enfoque en los ramos de vida y salud”*; busco identificar los efectos de la pandemia en el sector de seguros. El estudio siguió una metodología con enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, basada en el análisis de documentos. Los resultados indicaron que el impacto del COVID 19 en el sector seguros fue negativo por el descenso en las ventas de seguros; concluyendo así, que se debió generar mayor seguridad y confianza entre aseguradora-asegurado respecto a los seguros que se oferta.

Por su parte, Mariño (2021) con su tesis *“Impacto de la COVID- 19 en las entidades aseguradoras”*; planteó como objetivo, entender que ha cambiado en las empresas aseguradoras con la aparición de la COVID-19. Realizó una investigación descriptiva. Dentro de sus resultados obtuvo que la pandemia tuvo un impacto económico negativo en estos negocios tanto a corto y mediano plazo, tanto en la reducción de la producción y la interrupción en la cadena de suministros y el mercado de valores. Concluyó que la pandemia tuvo efectos negativos en las personas, sociedad y las empresas aseguradoras tanto en el trabajo a distancia, las relaciones con los clientes y la seguridad informática, superar estos efectos demandara un sobre esfuerzo por todos los implicados.

Asimismo, Herrera et al. (2020) en su estudio *“Efectos causados a las aseguradoras por el cobro a través de las pólizas (SOAT), post-pandemia en*

Colombia”, pretendió determinar las causas negativas y positivas que han afectado a las aseguradoras con el tema del cobro de las primas posterior a la pandemia. El artículo presentó un enfoque pormenorizado, fue de revisión literaria. Los resultados determinaron que debido a la pandemia se redujo el uso de vehículos asegurados, y la siniestralidad que hubo fue catalogada como un problema de salud pública en Colombia, creándose así un sistema de salud, que permitió recaudar dinero de las primas de las pólizas (SOAT). Concluyó que, aunque los accidentes de tránsito se redujeron y esto benefició a las compañías de seguros, muchos de ellos han evadido el acceso a estos seguros por la reducción en el acceso económico y genera bajas ventas en la empresa.

En el ámbito nacional, Nano et al. (2021) desarrolló una investigación titulada “*Calidad en las Empresas del Sector Seguros del Perú*”; cuyo objetivo fue contrastar y examinar si existieron divergencias reveladoras en los nueve factores del TQM, entre las empresas aseguradoras que poseen un sistema de gestión de calidad y aquellas que no lo poseen. Empleó un estudio descriptivo comparativo con enfoque cuantitativo; encontrando así diferentes características entre el nivel de calidad y sus componentes en las empresas aseguradoras, según cuenten o no con un sistema de gestión de calidad. El estudio concluyó que hay contrastes a nivel de empresas con y sin SGC en las interrogantes concernientes al COVID 19.

En la misma línea Miranda (2021), en su estudio “*Mejora en la productividad y rentabilidad del canal de venta de vida en una empresa del rubro asegurador*”, pretendió implementar un esquema remunerativo que mejore la eficiencia en el canal vida. Empleó una investigación aplicada, con diseño mixto, basado en un análisis interno y externo de la aseguradora, cuyos datos fueron obtenidos de los informes y estados financieros de dicha empresa. Los resultados arrojaron que la empresa presento bajos niveles de productividad y rentabilidad en los últimos años, producto de un sistema remunerativo incapaz de regular las cobranzas de pólizas, así como, el elevado gasto en planilla y la existencia de asesores improductivos (Solo el 31% es productivo). Dada las causas anteriores, el estudio concluyó que la implementación de un nuevo

sistema remunerativo enfocado en las ventas sobre el stock, permitirá reducir en \$500000 el gasto de la aseguradora, aumentando así su rentabilidad.

Por su parte, Reyes (2020) en su investigación *“Empowerment y la productividad laboral en la empresa La Positiva Seguros - Chimbote 2020”*; planteó como objetivo, establecer la correlación entre las dos variables involucradas. Siguió una metodología cuantitativa, de alcance correlacional y diseño no experimental-transversal. Los resultados arrojaron un valor ($r=0.755$), que verificó que el Empowerment se relaciona significativamente con la productividad laboral; concluyendo así, con la confirmación de la hipótesis de investigación, es decir, que el empoderamiento impacta positivamente en la productividad de los trabajadores de Positiva Seguros.

Blas (2019) realizó la investigación *“Cultura organizacional y equipos de alto desempeño en ventas en Compañía de Seguros y Bancos – Trujillo 2019”*, cuyo objetivo se orientó a establecer el grado de asociación entre variables materia de estudio. El estudio fue descriptivo-correlacional, con una metodología cuantitativa. Los resultados indicaron que el coeficiente de correlación obtuvo valor de 0,752, asumiéndose que entre variables existe alta relación positiva, concluyendo así con la aceptación de la hipótesis formulada.

En el ámbito local, Piura, se localizó el estudio de Tafur (2021) *“Mejora del indicador FEC en la fuerza de ventas del canal Vida en Rímac Seguros”*; cuyo objetivo fue conocer qué acciones fueron determinantes para la adopción de comportamientos de gestión de cobranza en la fuerza de ventas del canal Vida. Para ello, el estudio fue descriptivo con enfoque cualitativo en su diseño de investigación-acción. Los resultados indican que falta motivar a los asesores para garantizar la efectividad de cobranza; concluyendo así, que mejorando este proceso se puede incrementar la venta de pólizas de seguros.

En la misma línea Calle et al. (2021), en su estudio *“Gestión de la responsabilidad social corporativa y su relación con la reputación de la empresa Pacífico Seguros, Piura 2020”*, buscó determinar la relación existente entre la responsabilidad social y la reputación de la empresa señalada. Siguió una metodología aplicada con diseño no experimental, transaccional, bajo un

análisis correlacional, aplicaron una encuesta a 293 clientes y 90 trabajadores de la aseguradora. Los resultados arrojaron un valor significativo, Rho de Spearman de 0.892 ($p < 0.05$) que reflejo la existencia de una relación entre las variables analizadas, así como un buen nivel de gestión de responsabilidad social y una buena reputación. El estudio concluye con la aceptación de la hipótesis alternativa, verificándose que la responsabilidad social de la empresa, ha impactado positivamente en la reputación de la empresa.

Ordoñez (2020) investigó los *“Factores determinantes de la demanda de seguros de salud privados en la ciudad de Piura 2018”*; planteando como objetivo, analizar los factores que determinan la compra de seguros particulares de salud. La investigación fue descriptiva explicativa con diseño no experimental. Los resultados indicaron que los primordiales factores que explican la probabilidad de seguros particulares hacen alusión a la eficacia del servicio de salud, el nivel educativo del jefe del hogar, así como, la edad. El estudio concluye que es una exigencia contemplar convenientemente dichos factores, no descuidando ninguno de ellos.

Por su parte, Valdivieso (2019) en su estudio *“Elaboración e implementación de un proceso de ventas y un proceso de cobros en el área de Seguros mortuorios de la empresa PQR”*; planteo como objetivo, identificar las causas y aportar salidas a la inexactitud y dificultades en los procedimientos contables relacionados con la venta de seguros mortuorios. Siguió una metodología con enfoque cualitativo, diseño no experimental-transversal. Los hallazgos indican que se encontró debilidades en los procesos de contabilidad; concluyendo así, que la implementación de nuevos procedimientos, el uso de un nuevo software, y la capacitación a los trabajadores posibilitó la cobranza de seguros y fortaleció la cultura organizacional.

Asimismo, Medina et al. (2018) en su estudio *“Análisis del sector seguros privados de salud y diagnóstico de la empresa Rímac Seguros”*; se orientó a examinar el sector de seguros seleccionados en el estudio, para lo cual, se siguió una investigación de alcance descriptivo, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Los resultados señalaron que el sector seguros es el menos penetrado en América del Sur pues registra “un índice de primas directas

de 1.7% del PBI”, en tanto que el promedio en esta región computa el 3.1%. Concluyó que, a fin de que la empresa aseguradora crezca en el rubro de venta de pólizas de seguros, se proyectó nuevos productos y/u optimar una propuesta de valor de sus actuales productos a fin de ganar a la competencia.

Respecto a las bases teóricas, se encuentra en primera instancia la primera variable referida al COVID 19, este vocablo, según el Ministerio de Sanidad de España (2020) los coronavirus son un conjunto afín de virus que causan infección en los seres humanos y animales, esencialmente, aves y mamíferos. Se le considera como “enfermedad zoonótica” que se manifiesta en circunstancia que la infección de un animal es contagiada a una persona en escenarios habituales.

La COVID-19 es la enfermedad infecciosa producida por el coronavirus que ha sido descubierto últimamente. Este reciente virus, así como la enfermedad estaban inexplorados antes de que explotara el comienzo en Wuhan (poblado de China) en diciembre de 2019 (Ministerio de Educación del Perú, 2020).

Según los estudiosos del tema, esta enfermedad se transmite de persona a persona mediante las gotitas que expulsa al hablar, toser o estornudar la persona que ya tiene la enfermedad. Dichas gotitas se pueden inhalar o quedan en las superficies de los objetos y ser palpadas por las manos, si la persona sana se toca la boca, la nariz o los ojos sin lavarse, el virus ingresa a su organismo produciéndose el contagio. Pérez et al. (2020) sostienen que las características clínicas de los casos de COVID-19, se consideraron signos y síntomas trascendentes: “fiebre, tos seca, disnea, fatiga y linfopenia”; la persona contagiada podía ser asintomática o mostrar un conjunto de signos y síntomas variados que van de leves a muy graves.

Para evaluar la variable COVID 19 se adaptaron las dimensiones trabajadas por Martín-Moreno (2021): *Impacto político*: Dimensión referida a los efectos de la pandemia por el COVID 19 en la política nacional implementada por el gobierno actual, en ella se considerarán como indicadores para evaluar la dimensión a: políticas públicas en respuesta a la pandemia donde se

analizará los lineamientos políticos para atender la pandemia, la gobernanza y las decisiones adoptadas por el poder ejecutivo para afrontar el impacto del COVID 19; asimismo, el indicador denominado nivel de confianza de la población, que hace mención a la respuesta dada por la población respecto a la gestión de la salud, es decir, la atención al sistema de salud pública y los servicios de atención hospitalaria.

Impacto social: Tiene que ver con los efectos de la pandemia en la población, en su capacidad organizativa en respuesta a la pandemia; en esta dimensión se considerarán como indicadores a: Efecto en la calidad de vida, asociada a la percepción de una persona de sus condiciones de vida en relación a su bienestar físico, psicológico, material y social; asimismo, el indicador Cultura de prevención poblacional, referido a la cultura propia que posee cada persona, al sistema de valores en relación a cómo prevenir la incidencia del COVID 19 y de qué manera mitigar los efectos negativos de la pandemia y reducir los riesgos.

Impacto económico: Esta dimensión hace referencia a las consecuencias derivadas de la pandemia en la vida económica del país y de la población en particular; será evaluada tomando en cuenta los indicadores siguientes: Efectos en la estabilidad económica, es decir, el impacto negativo en la economía, además, si la nación tiene posibilidades para superar la recesión, falta de empleo y otras limitaciones económicas; el otro indicador es Efectos en el empleo y mercado laboral, relacionado al impacto del COVID 19 en la generación de trabajo para la población económicamente activa, igualmente en la oferta y demanda laboral.

Respecto a los argumentos teóricos que sustentan la variable COVID 19, resalta la *teoría de la gestión de riesgos*, que según Segarra et al. (2021), señala la existencia de datos no sistematizados totalmente, por lo que, el seguro constituye parte esencial de la sostenibilidad que favorece pagar la pérdida económica por la contingencia de un accidente, desastre o siniestro. En el contexto del COVID 19, las ventas de pólizas de seguros contienen riesgos asociados a personas e instituciones que no tienen un seguro.

Asimismo, se utiliza la *teoría de la jerarquía de necesidades* de Abraham Maslow, que distingue cinco categorías de necesidades propias de la existencia humana, ordenados jerárquicamente en forma ascendente y en función de la importancia que tienen para su vida y habilidad motivacional. Esta teoría asume básicamente la necesidad de seguridad que tiene la persona, asociada a sus emociones de perder su trabajo, temor a la afectación de su salud, seguridad de contar con una vivienda, problemas de alimentación, vestido, entre otras necesidades (Navarro, 2019).

Por otro lado, Pérez et al. (2020) señalan que los coronavirus son una familia de virus extensa logran ocasionar enfermedades ya sea en animales como en seres humanos. En las personas, diversos coronavirus producen infecciones respiratorias que van desde un simple resfrío habitual hasta padecimientos más peligrosos “como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS)” (p. 1). Los coronavirus constituyen una amplia familia de virus frecuentes en los animales que ocasionan enfermedades ya sea en los animales, así como en las personas, quienes, en ocasiones, al infectarse con tales virus consiguen transmitirse a otras personas (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020).

Como segunda variable se encuentra el Nivel de ventas, por lo que es pertinente conceptualizarla a partir de la idea que los seguros son herramientas financieras que permiten reducir la incertidumbre financiera respecto al futuro, puesto que rubricando un contrato (póliza) con una empresa aseguradora mediante el cual la persona se compromete a amortizar una cantidad de dinero (prima) establecida, esto para garantizar un pago posterior en caso eventual que suceda algún acontecimiento por el cual la persona se asegura. Entonces, se considera que la póliza de seguro constituye el conjunto de documentaciones donde se puntualizan las condiciones del contrato de seguro (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS], 2018).

Iván Thompson (2020) sostiene que la venta es el medio de acceso al mercado ya que la mayoría de las empresas son quienes la practican, ya que la finalidad es vender lo que las empresas producen y no lo que mercado necesita.

Es por ello que actualmente, es considerada una forma no adecuada para acceder al mercado.

Según Philip Kotler (2001), en la venta no es recomendable dejar que los consumidores y los negocios se manejen por si solos, ya que al hacerlo no se lograrán el nivel de ventas esperado, es necesario realizar estrategias de ventas y promociones. Para Navarro (2012) consiste en una entrega de productos y servicios previo pago, ya que el área encargada de realizar las comercializaciones es el de ventas y el conducto donde se ofrecen los bienes o servicios se conoce como fuerza de ventas.

Entrega de diversos productos a cambio de un interés monetario, siendo el departamento de ventas el encargado de comercializar los bienes o servicios ofrecidos por la empresa, mediante un conducto regular denominado fuerza de ventas (Olarte et al., 2020).

Para evaluar la variable nivel de ventas, se asumirán como dimensiones las establecidas por Navarro (2012): *La dimensión Venta a Distancia*, se lleva a cabo cuando no existe ningún contacto con el comprador y el vendedor y se utiliza los medios de transacción para realizar los pagos correspondientes.

La dimensión *Venta Personal*, está enfocada a los canales de venta que se producen de forma interna o externa de la empresa y sobre todo cuando se genera contacto directo con la persona que vende y con la que realiza la compra (Navarro, 2012)

Finalmente, la dimensión *Fuerza de Ventas*, toma en cuenta tres aspectos fundamentales como son las personas, las estrategias de venta y los productos que ofrece la empresa, los cuales se centran en alcanzar la satisfacción del cliente, pero también implica la mejora de las ventas y el apalancamiento de los ingresos (Navarro, 2012).

Por otra parte, dentro de las teorías que fundamentan la variable nivel de ventas, destaca la *teoría de la maximización de las ventas*, donde se plantea que dado el punto en que la empresa ha alcanzado el nivel aceptable de beneficios, su objetivo se aleja del aumento de beneficios y se enfoca en los ingresos procedentes de las ventas. Es decir, una vez que el producto ha llegado

a ser rentable, la empresa debe enfocarse en vender más no en vender más caro (Rodríguez, 2021).

Del mismo modo, el proceso para realizar una venta se muestra en la Figura 1, donde participa la empresa, los productos, los canales y formas de venta y finalmente se encuentran las utilidades.

Figura 1

Proceso de la venta:

Punto de partida	Punto central	Punto medio	Punto final
La Fábrica	» Los Productos	» Una labor agresiva de ventas y promoción	» Las utilidades que se generan mediante el volumen de ventas

Se tiene de conocimiento que la venta agresiva suele darse en bienes no buscados como son el seguro de vida y fosas en los cementerios. También la practican las empresas sin fines de lucro incluso las universidades cuando se dan las inscripciones y los partidos políticos. Pero es mal vista por el público, ya que la consideran una venta bajo presión que puede hasta dañar la imagen de la institución, razón por la cual no es recomendable aplicarla (Philip Kotler y Prentice Hall, 2012).

Según Schnarch (2020) existen 2 tipos de venta: La Venta Pasiva, surge cuando el consumidor inicia el proceso de la compra, sin embargo, este proceso no se cataloga como venta, pues el cliente lo adquiere porque lo necesita, mas no porque la empresa necesite venderlo, conllevando a una nula lealtad o fidelización por parte de los clientes. Otro tipo de venta es la Activa, ocurre cuando el cliente forma parte importante del proceso y canalización de los recursos y enfoques, resaltando un verdadero proceso de venta, pues el vendedor busca concretar positivamente la venta. Asimismo, existen empresas reacias a aceptar un mundo cambiante y adaptar sus productos a las nuevas tendencias del mercado, surgiendo así las siguientes tipologías: Venta repetitiva, surge cuando el cliente ya conoce el producto y basado en su experiencia decide volver a tomarlo. Y la venta de negociación, que se concreta cuando el cliente necesita que lo asesoren para demostrar que se cubre las necesidades.

Fundamentado en lo anterior, Sánchez (2015) plantea la existencia de siete estrategias para vender más.

Figura 2

Estrategias para vender



Nota: Extraído de Sánchez (2015)

Un aspecto importante es que la venta de seguros se origina en la necesidad de protección ante una probable eventualidad ulterior e insegura o llamado también riesgo. Tal eventualidad exige a las personas y a la colectividad a contratar un seguro a fin de indemnizar las probables consecuencias perjudiciales (Pelayo Seguros, 2020).

Finalmente, fue conveniente hacer algunas precisiones sobre el impacto del COVID 19 en la venta de seguros; sobre el tema, Deloitte (2021) indica que la pandemia logró obstaculizar el servicio al cliente en las empresas aseguradoras. Probablemente los agentes, corredores y asesores financieros afrontaron diversos desafíos logísticos y de gestión de riesgos, fundamentalmente porque muchos debieron trabajar desde casa, imposibilitando las reuniones presenciales con los clientes o potenciales clientes; de otra parte, los tiempos de inseguridad y tensión financiera, el sector de los seguros en particular necesitó mantener sus conexiones y estar bien posicionados a fin de brindar servicios. Otro aspecto digno de considerar es que, en el Perú existe una limitada cultura de seguros (Flores y Herrera, 2018).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La presente investigación fue aplicada con alcance correlacional, pues se orientó a determinar el grado de relación o índice de asociación existente entre dos o más variables (Arias, 2021). Particularmente, el estudio buscó establecer en qué medida el COVID 19 se relaciona con el nivel de ventas de pólizas de seguros en las empresas aseguradoras de Piura.

Diseño de investigación

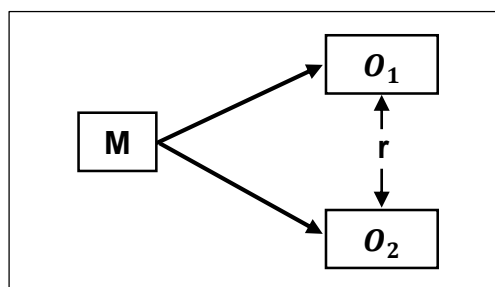
En investigación, el diseño hace referencia al bosquejo o esbozo en el cual el investigador delinea el proceso a proseguir para ejecutar un estudio, además, de indicar la estrategia que el investigador adopta con el propósito de responder a la pregunta de investigación, es decir, al problema formulado (Pagadala, 2017).

El presente estudio utilizó un diseño no experimental, pues las variables no fueron objeto de ningún estímulo, ni el investigador ejerció un control experimental sobre ellas, acopiándose solamente la información de las variables en su estado natural para determinar el grado de correlación existente. Además, el diseño tuvo carácter transaccional, dado que los datos se adquirieron en un espacio de tiempo distinguido como único (Bairagi & Munot, 2019).

El esquema que corresponde al diseño elegido es el siguiente:

Figura 3

Esquema del diseño de investigación



Nota: Extraído de Bairagi et al. (2019)

Dónde:

M = Muestra (trabajadores de las entidades aseguradoras)

O₁ = Evaluación de la incidencia del COVID 19

O₂ = Evaluación del nivel de ventas

r = Correlación estadística entre variables

3.2 Variables y operacionalización

La investigación involucró las siguientes variables:

Variable 1: COVID 19

Definición conceptual:

Pérez et al. (2020), señala que el coronavirus pertenece a una familia extensa de virus que ocasionan enfermedades en los seres humanos y animales, relacionadas a infecciones respiratorias que van desde un simple resfrío hasta padecimientos peligrosos, como el MERS (Síndrome respiratorio de Oriente Medio) y SRAS (Síndrome respiratorio agudo severo).

Definición operacional:

Enfermedad respiratoria que afecta a la población y sus diferentes actividades, siendo evaluado desde la apreciación de los trabajadores de empresas aseguradoras de Piura, a través de un cuestionario, en base a sus tres dimensiones.

Dimensiones:

Impacto político; impacto social e impacto económico

Indicadores:

Políticas públicas en respuesta a la pandemia, nivel de confianza de la población, efecto en la calidad de vida, cultura de prevención poblacional, efectos en la estabilidad económica y efectos en el empleo y mercado laboral.

Escala de medición:

Escala ordinal: Favorable, poco favorable y desfavorable

Variable 2: Nivel de ventas**Definición conceptual:**

Entrega de diversos productos a cambio de un interés monetario, siendo el departamento de ventas el encargado de comercializar los bienes o servicios ofrecidos por la empresa, mediante un conducto regular denominado fuerza de ventas (Olarte, Sierra, & García, 2020).

Definición operacional:

Grado de negocio que logran las empresas aseguradoras de la ciudad de Piura, específicamente Pacífico Seguros, medido a través de un cuestionario, considerando sus tres dimensiones.

Dimensiones:

Venta a distancia, venta personal y fuerza de venta

Indicadores:

Venta por teléfono, venta por televisión, ventas por correspondencia, ventas electrónicas, venta interna, venta externa, comportamiento estratégico, actitud, motivación.

Escala de medición:

Escala ordinal: Favorable, poco favorable y desfavorable.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

Arispe et al. (2020) define a la población como el conjunto de personas, objetos o fenómenos que comparten características similares y sobre las cuales se basa el análisis de un proyecto de investigación, por lo que, su correcta determinación involucra la existencia de dos criterios de selección (Criterios de

inclusión y exclusión). En base a ello, la investigación consideró una población conformada por todos los trabajadores de la empresa Pacífico Seguros de la ciudad de Piura, es decir 30 trabajadores.

Criterios de inclusión: Se consideraron aquellos colaboradores que voluntariamente decidieron participar en el estudio.

Criterios de exclusión: Se excluyeron aquellos trabajadores que no decidieron formar parte del estudio. En total fueron 8 quienes no participaron del estudio de investigación.

Muestra

Subconjunto de unidades o elementos pertenecientes a una población, y sobre las cuales se recoge información para inferir y generalizar propiedades de todo el grupo, cuyo análisis es menos costoso en términos de dinero y tiempo (Machado & Davim, 2020). En el presente estudio, la muestra estuvo conformada por 22 colaboradores, esto porque se consideraron los criterios de selección.

Muestreo

Según Gallardos (2017), el muestreo se constituye como una herramienta de investigación, que busca determinar correctamente la muestra de un estudio para inferir características generales de la población. La presente investigación utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, pues se utilizó parte de la población siguiendo los criterios de selección establecidos por el investigador.

Unidad de análisis

Conformado por cada uno de los trabajadores de la empresa Pacífico Seguros.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Acharyya et al. (2020) define a las técnicas e instrumentos como herramientas de investigación orientadas a la acumulación y el registro de datos, acorde a ciertos criterios. En el presente estudio se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta, conceptualizada como una serie de preguntas redactadas para aplicarse a un grupo de individuos, con el objetivo de captar información, datos y en general detectar la opinión pública respecto a un tema (Arispe, y otros, 2020). La investigación aplicó una encuesta para recoger información de las dos variables analizadas, determinando en base a ello, la correlación existente entre las variables.

Dado ello, se empleó como instrumento el cuestionario, entendido como el conjunto de reactivos relacionados con las variables, sus dimensiones e indicadores, organizados en preguntas coherentes que buscan recolectar información (García, 2016). El estudio comprendió un cuestionario con preguntas acompañadas de respuestas cerradas.

3.5 Procedimientos

La presente investigación se enmarco en el método científico, realizándose el siguiente procedimiento:

- a. Registro y definición del problema: Se aplicó la observación directa de la realidad existente en la entidad de estudio involucrada.
- b. Elaboración de la planificación: Se definieron los aspectos básicos del plan de investigación.
- c. Coordinación con las entidades aseguradoras: Se consiguió la autorización para la recolección de los datos requeridos.
- d. Validación del contenido de los cuestionarios: Determinándose un índice de confiabilidad mediante la prueba Alfa de Cronbach, cuyo valor fue 0.863.
- e. Determinación de los atributos de los instrumentos: Aplicándose a los sujetos incluidos, procediéndose posteriormente al tratamiento correspondiente de los datos.

3.6 Métodos de análisis de datos

Los datos obtenidos serán objeto de tabulación en el programa estadístico SPSS en el cual se digitarán y procesarán los datos para su correspondiente análisis y contrastación con los objetivos propuestos, los resultados se obtendrán mediante la estadística descriptiva y se presentarán en tablas y figuras de distribución de frecuencias, además, se aplicará la estadística inferencial a fin de dar respuesta de aceptación o rechazo de la hipótesis planteada, previa la verificación de la distribución de los datos mediante la prueba de normalidad, que permitirá definir la prueba estadística para evaluar la correlación entre variables.

3.7 Aspectos éticos

Según (Hernández et al.,2014) se refiere que los aspectos éticos se describen de esta manera:

- a) Responsabilidad: es el manejo eficiente de los recursos en la realización en la realización de nuestras actividades.
- b) Honestidad: entendemos que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular y que al actuar se realice con la debida transparencia.
- c) Confidencialidad: se mantendrá en constante reserva la identificación de los colaboradores que brindan y precisan información objetiva de la entidad y en caso de conflicto de intereses abstenerse de opinar de los asuntos.

IV. RESULTADOS

Descripción de resultados generales correspondientes a la variable COVID 19 y la variable nivel de ventas.

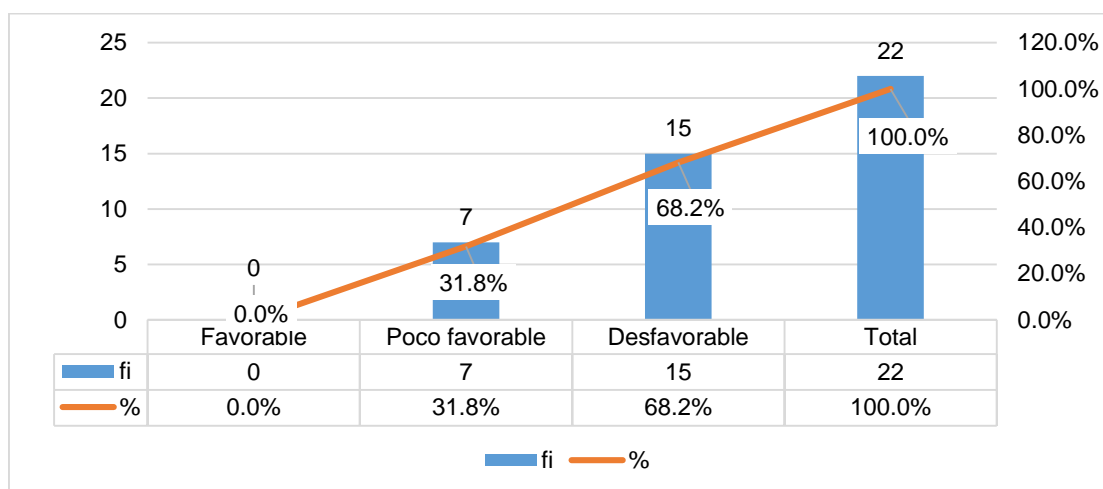
Tabla 1
COVID 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco favorable	7	31,8	31,8	31,8
	Desfavorable	15	68,2	68,2	100,0
	Favorable	0	0,0	0,0	0,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

De acuerdo a la tabla 1 y figura 4, se observa que, del total de encuestados, el 31.8% respondió que el impacto del COVID 19, en la población, ha sido poco favorable; mientras que, el impacto del COVID 19, en la población, ha sido desfavorable. Esto se debe a que, el impacto del COVID 19, se visualizó en mayor medida en el impacto económico, afectando las cuentas fiscales, la rentabilidad, y el mercado laboral; asimismo, el impacto en el aspecto social se expresa un impacto fuerte sobre las condiciones de vida (educación, salud, agua, alimentación), mientras que, se logró desarrollar una mejor cultura de prevención en la sociedad; finalmente, el impacto del COVID 19 en el ámbito político, también fue negativo, resquebrajando la confianza en los políticos e instituciones gubernamentales, impactando desfavorablemente en las políticas públicas a corto y largo plazo.

Figura 4
COVID 19



Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario.

Tabla 2

Resultados por dimensiones correspondientes a la variable COVID 19 obtenidos de la muestra

Nivel	Impacto político		Impacto social		Impacto económico	
	fi	%	fi	%	fi	%
Favorable	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Poco favorable	15	68.2%	11	50.0%	3	13.6%
Desfavorable	7	31.8%	11	50.0%	19	86.4%
Total	22	100.0%	22	100.0%	22	100.0%

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

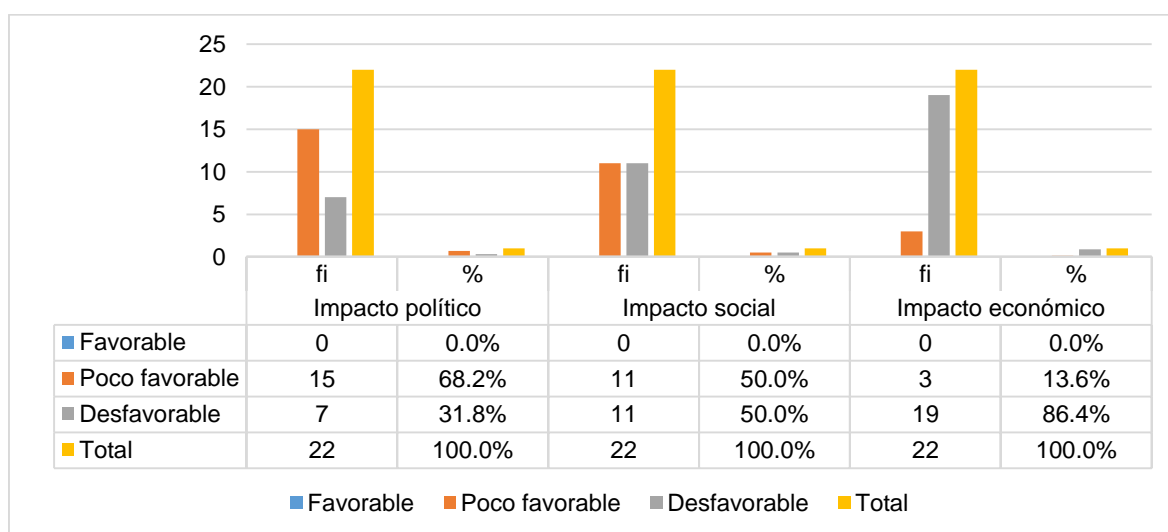
De acuerdo a la tabla 2 y figura 5, se puede observar que, del total de encuestados, el 31.8% respondió que el impacto político a causa del COVID 19, en la sociedad peruana, ha sido desfavorable; mientras que, el 68.2% del total de encuestados respondió que el impacto político a causa del Covid-19 ha sido poco favorable. Expresando que las políticas ejercidas por el gobierno en el manejo del COVID 19 y dentro del sector de seguros no fueron las más óptimas, resquebrajando aún más la confianza que se mantenía en la masa política y las instituciones gubernamentales, impactando negativamente en los planes de política a largo plazo.

En el impacto social, el 50% respondió que el COVID 19 ha sido desfavorable sobre el ámbito social; mientras que, el 50% respondió que el impacto social a causa del COVID 19 ha sido poco favorable. Esto responde a que de acuerdo a los encuestados consideran que el nivel de educación y el acceso a agua potable y alimentación fue negativo, así como, la presencia de un deterioro de la salud y el bienestar general sobre la población; mientras que, se considera que el gobierno promovió el desarrollo de cultura de prevención en la población.

Por otro lado, se puede observar que el 13.6% considera que el impacto del COVID 19 en el ámbito económico fue poco favorable; mientras que, el 86.4% respondió que el impacto del COVID 19 fue desfavorable en el ámbito económico. Para lo cual, se expresa que el impacto del COVID 19, afecto negativamente sobre la estabilidad económica, esto comprende el efecto negativo sobre las cuentas fiscales del gobierno y la rentabilidad percibida de las instituciones financieras. Asimismo, de acuerdo a los encuestados, expresan que el impacto en el mercado de trabajo fue importante, reduciéndose la cantidad de trabajadores en el sector de empresas aseguradoras, reduciendo sueldos y cambiando las características del mercado respecto al perfil que se buscaba en el contexto del COVID 19.

Figura 5

Resultados por dimensiones correspondientes a la variable COVID 19 de la muestra de estudio



Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario.

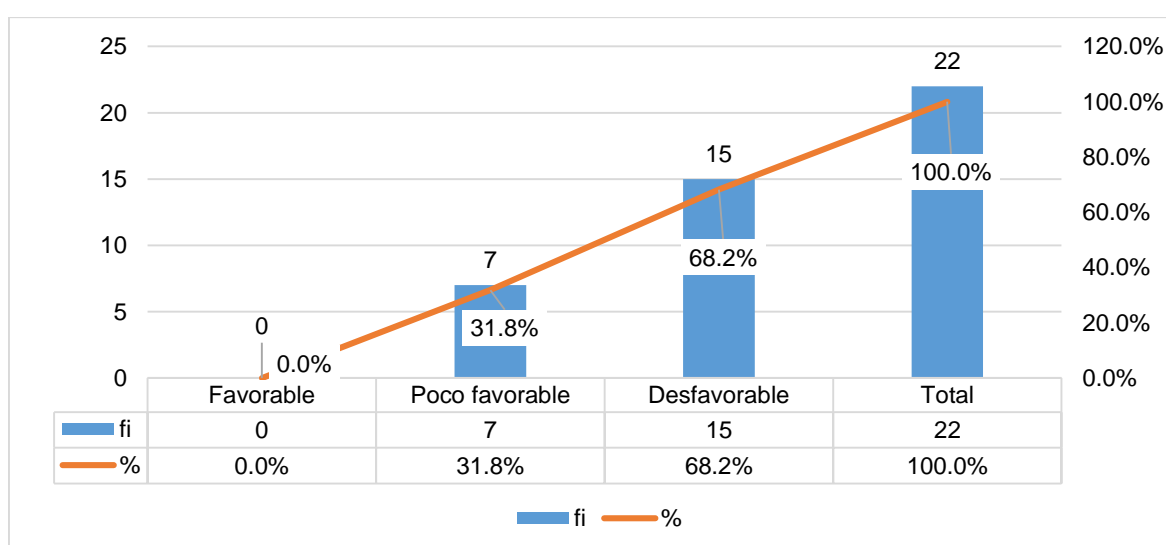
Tabla 3
Nivel de ventas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco favorable	7	31,8	31,8
	Desfavorable	15	68,2	100,0
	Favorable	0	0,0	0,0
	Total	22	100,0	100,0

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

De acuerdo a la tabla 3 y figura 6, se observa que el 31.8% del total de encuestados respondió que el impacto del COVID 19 en el nivel de ventas fue poco favorable; mientras que, el 68.2% respondió que el impacto del COVID 19 en el nivel de ventas fue desfavorable. Esto responde a que las ventas a distancia comenzaron a prevalecer por encima de las ventas personales, estas últimas a causa del COVID 19 conllevo a que se reduzcan, mientras que, el nivel de ventas a distancia se incrementó, dado que los canales telefónicos y electrónicos (a través de las ventas en la página web de la empresa) se incrementaron a causa del COVID 19, siendo los canales más seguros dado el contexto salubre.

Figura 6
Nivel de ventas



Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario.

Tabla 4

Resultados por dimensiones correspondientes a la variable Nivel de ventas obtenidos de la muestra de estudio

Nivel	Venta a distancia		Venta personal		Fuerza de ventas	
	fi	%	fi	%	fi	%
Favorable	9	40.9%	0	0.0%	1	4.5%
Poco favorable	9	40.9%	3	13.6%	4	18.2%
Desfavorable	4	18.2%	19	86.4%	17	77.3%
Total	22	100.0%	22	100.0%	22	100.0%

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

De acuerdo a la tabla 4 y figura 7, se expresa que el 40.9% del total de encuestados respondió que el impacto en el nivel de ventas a distancia fue favorable; mientras que, el 40.9% del total de encuestados respondió que el nivel de ventas a distancia fue poco favorable; y el 18.2% considera que el COVID 19 impacto de manera desfavorable sobre el nivel de ventas a distancia. Esto se debe, principalmente, a que el nivel de ventas a través del canal telefónico y la página web de la empresa, son los que prevalecieron en el contexto del COVID 19, teniendo un mayor repunte en sus niveles de venta mediante estos canales.

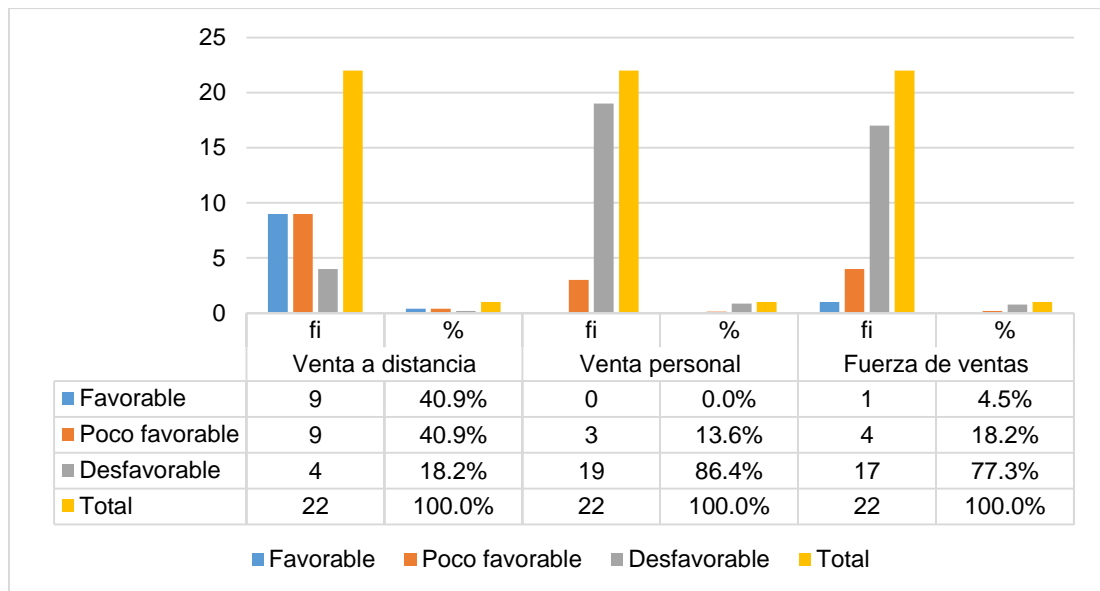
También se observa que el 13.6% respondió que el COVID 19 impacto de manera poco favorable sobre el nivel de ventas personales; mientras que, el 86.4% del total de encuestados respondió que el COVID 19 tuvo un impacto desfavorable sobre el nivel de ventas personales. Expresando que el nivel de ventas cara a cara (dentro del establecimiento de la empresa), en ferias o exhibiciones, a domicilio (a través de los corredores) y en los agentes, se ha visto afectado negativamente a causa del COVID 19, afectando negativamente el proceso de venta de seguros.

Asimismo, el 4.5% del total de encuestados respondió que el impacto del COVID 19 ha sido favorable en la fuerza de ventas; mientras que, el 18.2% respondió que el impacto del COVID 19 ha sido poco favorable; y el 77.3% respondió que el impacto del COVID 19 ha sido desfavorable en la fuerza de ventas de la empresa. Esto se expresa, dado que, los encuestados responden

que las operaciones realizadas se han visto afectada negativamente a causa del COVID 19; asimismo, la actitud y la motivación de los trabajadores se ha visto resquebrajada a causa del COVID 19.

Figura 7

Resultados por dimensiones correspondientes a la variable Nivel de ventas obtenidos de la muestra de estudio



Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario.

Descripción de resultados del grado de correlación entre la variable COVID19 y la variable nivel de ventas.

Objetivo específico 1. Determinar la relación entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.

Tabla 5

Relación de la variable nivel de ventas y el impacto político

			V2. Nivel de ventas	D1V1.Impacto político
Rho de Spearman	V2. Nivel de ventas	Coeficiente de correlación	1,000	,495*
		Sig. (bilateral)	.	,019
		N	22	22
D1V1.Impacto político	D1V1.Impacto político	Coeficiente de correlación	,495*	1,000
		Sig. (bilateral)	,019	.
		N	22	22

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

La tabla 5 refleja que existe una relación directa entre la variable nivel de ventas y la dimensión impacto político de la variable COVID 19 debido a que el rho Spearman arrojó 0,495. Lo cual implica que ante un impacto desfavorable del COVID 19 en el ámbito social se visualizará un nivel de ventas desfavorable. Asimismo, las variables fueron significativas al 5% ($p\text{-valor}=0,019 < 0,05$), demostrando que existe suficiente evidencia estadística para ACEPTAR la hipótesis específica 1, en otras palabras, existe una relación significativa entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacíficos Seguros, Piura 2021.

Objetivo específico 2. Determinar la relación entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.

Tabla 6

Relación de la variable nivel de ventas y el impacto social.

			V2. Nivel de ventas	D2V1. Impacto social
	V2. Nivel de ventas	Coefficiente de correlación	1,000	0,648**
		Sig. (bilateral)	.	0,001
Rho de Spearman		N	22	22
	D2V1. Impacto social	Coefficiente de correlación	0,648**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,001	.
		N	22	22

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

La tabla 6 refleja un coeficiente de correlación de 0,648, lo que indica que existe una relación alta y directa entre la dimensión impacto social del COVID 19 y la variable nivel de ventas. Asimismo, se observa un nivel de significancia de $0.001 < 0.05$, lo que permite aceptar la hipótesis alterna o de estudio que considera que existe una relación significativa entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; es decir, que ante un impacto desfavorable del COVID 19 en el ámbito social, se espera un nivel de ventas desfavorable y viceversa.

Objetivo específico 3. Determinar la relación entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.

Tabla 7

Relación de la variable nivel de ventas y el impacto económico.

			V2. Nivel de ventas	D3V1. Impacto económico
Rho de Spearman	V2. Nivel de ventas	Coeficiente de correlación	1,000	,521*
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	22	22
D3V1. Impacto económico	D3V1. Impacto económico	Coeficiente de correlación	,521*	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	22	22

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

La tabla 7 muestra que existe una relación positiva entre la variable nivel de ventas y la dimensión impacto económico de la variable COVID 19 ($\rho=0,521$), lo que significa que si el Covid-19 impacta positivamente en la economía el nivel de ventas mejorará, o si la pandemia afecta desfavorablemente en el ámbito económico, por consiguiente, el nivel de ventas también se perjudicará. Del mismo modo, las variables fueron significativas, esto implicó que el p-valor (0,013) fue menor al 5% de significancia estadística, lo cual permitió ACEPTAR la hipótesis específica 3. Es decir, existe una relación significativa entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.

Objetivo General. Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de venta en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.

Tabla 8

Relación de la variable nivel de ventas y la variable COVID 19.

		V2. Nivel de		
			ventas	V1. COVID-19
Rho de Spearman	V2. Nivel de ventas	Coeficiente de correlación	1,000	0,716**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	22	22
	V1. COVID-19	Coeficiente de correlación	0,716**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	22	22

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Datos recopilados de la aplicación del cuestionario. SPSS Versión 26.

La tabla 8 muestra un coeficiente de correlación de 0.716, lo que indica que existe una relación alta y directa entre la variable COVID 19 y la variable nivel de ventas. Del mismo modo se obtiene un nivel de significancia de 0.00, lo que permite aceptar la hipótesis principal que considera que existe una relación significativa entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; en otras palabras, al presentarse un impacto desfavorable del COVID 19 en el país, se espera un nivel de ventas de seguros desfavorable

V. DISCUSIÓN

En el siguiente apartado se discutirán los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento teniendo en cuenta los objetivos planteados, los mismos que se plasman en los siguientes párrafos.

El primer objetivo específico consistió en determinar la relación entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021, los resultados indicaron que la relación fue positiva y significativa entre las variables mencionadas, lo que implicó que ante un efecto desfavorable del COVID 19 en el ámbito político, las ventas también se ven afectadas, ya que éstas caen considerablemente. Lo anterior se explica porque el caos político que se genera en un país termina afectando a las empresas, pues conlleva a la incertidumbre y como consecuencia las personas dejan de invertir o comprar determinados productos como los seguros, si bien es cierto son importantes, pero existen otras necesidades que se encuentran en primera línea y optan por priorizarlas.

Estos resultados tienen mucha similitud con lo propuesto por Manzano (2020), al indicar que la crisis actual (pandemia) ha dejado huella en las aseguradoras, esencialmente por el impacto adverso en las inversiones del sector, ya que produjeron que las ventas descendieran. Del mismo modo, los resultados encontrados por Burbano (2021) guardaron relación con los obtenidos en la presente investigación, el autor encontró que el COVID 19 impactó negativamente el sector de los seguros en Ecuador, producto de las políticas impuestas por el gobierno para hacer frente a la pandemia, generando incertidumbre en los inversores, y al mismo tiempo reflejándose en una caída abrupta en las ventas y con ella enormes pérdidas en las aseguradoras.

La literatura sostiene que el COVID 19 ha tenido fuertes impactos no solo en el ámbito económico, social, también lo ha hecho en el ámbito político. Respecto a este último, Martín-Moreno (2021) indicó que los indicadores bajo el contexto de la pandemia tuvieron que ver básicamente con las políticas que el estado peruano impuso para resguardar la salud de la población, otro aspecto

que sumó fue la gobernanza del actual presidente y la confianza generada en los peruanos y peruanas basada en el sistema de salud y atención hospitalaria.

En consecuencia, se puede inferir que la COVID 19 y las nuevas variantes están impactando desfavorablemente en el ámbito político, y por consiguiente en el nivel de las ventas de las pólizas de seguros, ya que hasta el momento no se ha combatido por completo la pandemia, por lo que la incertidumbre aún persiste.

Con respecto al segundo objetivo específico, que fue determinar la relación entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura, 2021; los resultados mostraron un coeficiente de correlación de 0.648, con una significancia menor al 5% ($p=0.000$), lo que permitió aceptar la hipótesis específica 2, demostrando que existe una relación significativa entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; es decir, que ante un impacto desfavorable del COVID 19 en el ámbito social, se espera un nivel de ventas desfavorable. Por otro lado, el análisis descriptivo, determinó que el Covid-19 ha tenido un impacto desfavorable en el país y que se ha presentado un nivel de ventas de pólizas de seguros desfavorable, según la percepción del 68.2% de los encuestados.

Los resultados concuerdan con el estudio de Mariño (2021), quien encontró que la pandemia perjudicó los aspectos sociales y psicológicos de la población, puesto que, pasaron de la presencialidad a realizar trabajos desde sus hogares. Esta nueva modalidad de servicio de ventas, disminuyó el contacto físico con el cliente; lo que llevó a que las personas pierdan su trabajo, afectando sus ingresos y calidad de vida. Por otra parte, Flores y Herrera (2018), afirman que el impacto social fue mayor, debido a la falta de cultura preventiva de la población, lo que agrava los efectos de la pandemia

El impacto social del COVID 19, se relaciona los efectos de la pandemia en la población, en su capacidad organizativa en respuesta a la pandemia. Esto engloba la percepción de una persona de sus condiciones de vida en relación a su bienestar físico, psicológico, material y social. Asimismo, incluye la cultura de prevención poblacional, referido a la cultura propia que posee cada persona, al

sistema de valores en relación a cómo prevenir la incidencia del COVID 19 y de qué manera mitigar los efectos negativos de la pandemia y reducir los riesgos.

En ese aspecto, la teoría de la jerarquía de necesidades propuesta por Abraham Maslow guarda relación con el impacto social que ha generado el contexto de la COVID 19 y el nivel de ventas de la aseguradora Pacífico, cuando sostiene que en este tipo de acontecimientos, lo que prevalece es la seguridad de la ciudadanía, ya que existen necesidades que si o si deben priorizarse como por ejemplo la continuación de seguir laborando o las emociones generadas de perder el trabajo, la salud propia y de nuestros familiares, de tener una vivienda, los problemas que se generan por el tema de alimentación, el vestido, etc. (Navarro, 2019).

Dicho de otro modo, esta teoría se caracteriza por priorizar las necesidades básicas de las personas y el estado en su función de velar por el bienestar de su población, estableció políticas y/o estrategias para hacer frente a esta pandemia, las cuales se vieron reflejadas en el sistema de salud, ayuda psicológica, etc. dejando en última instancia a las empresas, razón por la cual la mayoría se vio perjudicada en su nivel de ventas. Esto por las fuertes medidas que el estado peruano decretó y porque las personas dejaron de comprar productos o servicios por salvaguardar la salud y alimentación de sus seres queridos o porque se endeudaron e incluso se quedaron sin trabajo.

Asimismo, el tercer objetivo específico se basó en determinar la relación entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021. Los resultados mostraron que la relación entre el impacto económico y el nivel de ventas fue directa y significativa, es decir que, si el impacto económico generado por el contexto de la COVID 19 fue negativo, el nivel de ventas en la empresa Pacíficos Seguros también se ve afectada de forma desfavorable. En otras palabras, la llegada de la COVID 19 es y sigue siendo un reto para el país, dado que ha generado inestabilidad económica, pues las consecuencias han sido abruptas, tal es así que muchas empresas tuvieron que cerrar, otras incluso cambiar la modalidad de trabajo y en ese proceso, muchas personas perdieron sus trabajos.

Lo anterior se contrastan con los resultados obtenidos por Parrado (2021) donde encontró que las ventas de las aseguradoras colombianas durante la emergencia sanitaria por el COVID 19 se vieron afectadas no solo en el ámbito económico, también lo hicieron en el aspecto financiero. Dicho de otro modo, las ventas de los seguros en el contexto de la pandemia cayeron, lo que le generó enormes pérdidas para las empresas del sector, incluso se vieron en la necesidad de realizar reprogramaciones y aplicar diversas estrategias con el propósito de que el negocio siga en el mercado.

A lo anterior se suma el estudio de Mariño (2021), donde encontró que las aseguradoras desde el punto de vista económico se vieron enormemente afectadas por la pandemia, estos efectos se visualizaron en el corto y mediano plazo; interrumpiendo no solo la cadena de suministros, también fue el mercado de valores. Asimismo, la pandemia también perjudicó la economía de las personas y la socialización de las mismas, pues pasaron de la presencialidad a realizar trabajos desde sus hogares, donde no hubo contacto físico con el cliente; de hecho, las relaciones se realizaron mediante el uso de la tecnología.

Cabe destacar que los seguros vienen hacer herramientas de tipo financieras que ayudan a reducir la incertidumbre en el futuro y las personas adquieren el seguro que les convenga o se asemeje a sus necesidades. Estas compras las realizan siempre y cuando la situación económica sea estable o no exista pandemia como la que estamos atravesando (SBS, 2018). Es por ello que las empresas aseguradoras, entre ellas Pacífico Seguros en Piura se vio afectada porque sus ventas han disminuido respecto de los años anteriores donde no había pandemia y donde la economía se encontraba estable.

Del mismo modo, el objetivo general consistió en determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; los resultados mostraron que, un coeficiente de correlación de Spearman 0.716 con un nivel de significancia menor al 5% ($p=0.00$), lo que permitió aceptar la hipótesis general del estudio, que considera que existe una relación significativa entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; en otras palabras, al presentarse un impacto desfavorable del COVID 19 en el país, se espera un nivel de ventas desfavorable

Estos resultados concuerdan con Carbonel (2020), quien encuentra que la crisis sanitaria afecta severamente la venta de póliza de seguros y que en general, las empresas de este sector afrontan una avalancha de solicitudes de indemnización, incremento en los cobros de pólizas de vida, así como el uso intensivo de las pólizas de salud, entre otras. En la misma línea, Burbano (2021) encontró que el COVID 19 impactó negativamente el sector de los seguros en Ecuador, lo que conllevó que las ventas descendieran abruptamente, trayendo como consecuencia pérdidas para las aseguradoras.

La revisión de literatura, muestran los efectos negativos de la pandemia sobre la venta de los seguros. En ese sentido Towers (2020) afirma que a raíz del COVID 19 en América Latina los clientes de las aseguradoras están afrontando el problema de haber perdido casi todos o la mayoría de sus ingresos, provocando perjuicios en las empresas aseguradoras. En el ámbito nacional, MAPFRE (2020), indica que el sector asegurador peruano posee una baja colocación y una baja de los indicadores de crecimiento. Asimismo, luego de la crisis sanitaria, este sector presenta vulnerabilidades y aspectos estresantes en los clientes comerciales, los consumidores, las aseguradoras y también los trabajadores.

El Instituto Peruano de Economía (2020) también indica que en el Perú existe incertidumbre respecto a la propagación del virus y la situación de la economía nacional que viene afectando el bienestar de los peruanos. En resumen, la interrupción de la economía a todo nivel provocada por el COVID 19 ha acarreado efectos directos e indirectos impactando prácticamente en todos los aspectos de la economía, específicamente, en el sector cuya línea de trabajo es la venta de seguros. De acuerdo al análisis de la problemática, en la primera línea de efectos negativos está la que tiene que ver con la cobertura de emergencias a las que se hallan obligadas las entidades aseguradoras; además, en segunda línea, se considera la desaceleración y merma de los “ingresos por primas” que se advierte en la venta de seguros generales.

Al respecto Philip Kotler (2001) considera que para tener más ventas no es recomendable dejar solos a los consumidores y negocios, ya que no se logrará los resultados esperados, lo que se debe hacer es estimular las compras

mediante estrategias de ventas y promociones. Medina et al. (2018) señaló que efectivamente en América Latina sobre todo en el Sur, el sector seguros no logra crecer como se espera y este es el caso de Rímac Seguros, por ello es necesario realizar propuestas para optimizar el valor actual de los productos que ofrece. En tiempos de pandemia, como el COVID 19, Pacífico Seguros también debe proyectar nuevos productos o estrategias que le permitan aumentar sus ventas.

En esa línea se encuentra la teoría de la maximización de las ventas donde sostiene que cuando la entidad ha logrado que el producto se posicione y sobre todo genere rentabilidad, la empresa debe establecer estrategias para aprovechar en vender más, pero sería un error si eleva su costo (Rodríguez, 2021). Entonces, la idea se encuentra en que la empresa debe vender más, siempre y cuando mantenga el coste del producto.

Por su parte, los resultados encontrados guardan relación con la teoría de la gestión de riesgos, al sostener que ante situaciones de incertidumbre como la que se está viviendo por la pandemia del COVID 19, las ventas de pólizas tienden a disminuir porque las personas e instituciones no priorizan la compra de los seguros. Pues existen otras necesidades básicas por las cuales no deben descuidarse, claro está que para las empresas aseguradoras el riesgo se eleva ya que terminan obteniendo pérdidas (Segarra et al. 2021).

VI. CONCLUSIONES

Después de procesar e interpretar los resultados obtenidos se ha concluido:

1. Se logró determinar que, si existe una relación positiva entre el impacto político y el nivel de ventas con un rho de Spearman de 0,495 y significativa al 5%, permitiendo aceptar la hipótesis específica 1, la misma que indica que si existe una relación significativa entre el impacto político de la empresa y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.
2. Se logró determinar que existe una relación significativa entre el impacto social y el nivel de ventas de la empresa Pacífico Seguros, Piura, 2021, obteniendo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,648 y un nivel de significancia menor al 5%. Esto indica que ante un impacto desfavorable del Covid en el ámbito social, se espera un nivel de ventas de seguros desfavorable.
3. Se logró determinar que, si existe una relación directa entre el impacto económico y el nivel de ventas, puesto que el coeficiente del Rho de Spearman fue de 0,521, además fue significativa, demostrando que se comprueba la hipótesis de investigación que determina que, si existe una relación significativa entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.
4. Existe una relación significativa entre el COVID-19 y el nivel de ventas de la empresa Pacífico Seguros, Piura, 2021, obteniendo un coeficiente de correlación de Spearman de 0.716 y un nivel de significancia menor al 5%. Esto indica que ante un impacto desfavorable del Covid, se espera un nivel de ventas de seguros desfavorable. La evidencia estadística permitió aceptar la hipótesis general.

VII. RECOMENDACIONES

A partir del análisis de los resultados, realizaremos las siguientes recomendaciones:

1. Que la empresa Pacífico Seguros debe reforzar las estrategias de ventas tomando en cuenta las políticas que implementa el estado peruano sobre la Covid-19, con la finalidad de que la aseguradora no siga perjudicando su nivel de ventas.
2. Ante la situación desfavorable generada por la pandemia en el ámbito social, la empresa Pacíficos Seguros, debe modificar los términos de contrato de las pólizas de seguros y crear una oferta que contribuya en la mejora de la calidad de vida de la población a primas accesibles, considerando la disminución de los ingresos salariales.
3. La empresa Pacífico Seguros debe analizar minuciosamente la gestión de sus ventas en todos los canales que utiliza y estar en alerta ante las medidas que impone el estado peruano concerniente al ámbito económico, para que las analice y según eso proceda a tomar las mejores decisiones.
4. La empresa Pacífico Seguros, debe elaborar un plan de marketing que implique un análisis externo de los siniestros y riesgos que se pueden presentar en el actual contexto, con el fin de plantear las estrategias adecuadas para incrementar el nivel de ventas de seguros y evitar la ruptura de los contratos ya existentes.

REFERENCIAS

- American Academy of Actuaries. (2020). *Effects of COVID-19 on the Life Insurance Industry*. <https://www.actuary.org/sites/default/files/2020-11/COVID-19-Combined.pdf>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de investigación*. 6ta. Edición. Venezuela: Editorial Episteme.
- Babuna, P., et al. (2020). *The Impact of COVID-19 on the Insurance Industry*. Article. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020, 17, 5766; doi:10.3390/ijerph17165766 www.mdpi.com/journal/ijerph
- Banco de Crédito del Perú. (2017). *¿Por qué es importante tener un seguro?* <https://www.viabcp.com/blog-bcp/mis-productos/por-que-es-importante-tener-un-seguro>
- Battersby, M. (2020). *Has COVID-19 awakened the public's need for life insurance?* Article. <https://www.rgare.com/knowledge-center/media/covid-19/has-covid-19-awakened-the-public-s-need-for-life-insurance>
- Blas, M. M. (2019). *Cultura Organizacional y Equipos de Alto Desempeño en Ventas en Compañía de Seguros y Bancos – Trujillo 2019*. Tesis
- Bonilla, A. (2020). *El impacto de la COVID-19 en el sector de seguros*. Artículo. <https://er.com.pe/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-sector-de-seguros/>
- Burbano, N. (2021). *Impacto del COVID - 19 en los costos de siniestros del sector asegurador en Ecuador: Un enfoque en los ramos de vida y salud*. Artículo de investigación. *X-Pedientes Económicos*, Vol. 5 (12), Mayo–Agosto 2021, pp. 58-64. https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/142/62
- Cabo, J. (2020). *Elementos reales y formales del contrato de seguro: riesgo, prima, póliza*. <https://www.gestion-sanitaria.com/3-elementos-reales-formales-contrato-seguro-riesgo-prima-poliza.html>
- Carbonel, J. (2020). *Amenazas y oportunidades del mercado asegurador ante el COVID-19*. <https://axiscorporate.com/es/article/amenazas-y-oportunidades-del-mercado-asegurador-ante-el-covid-19/>

- Deloitte. (2021). *Posibles consecuencias del COVID-19 para el sector de los seguros*. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/financial-services/articles/consecuencias-covid-19-sector-seguros.html>
- Deloitte. (2020). *Impacto de la COVID-19 en el sector asegurador*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/servicios-financieros/deloitte-es-fsi-impacto-covid-sector-seguros.pdf>
- Ecer, F. & Pamucar, D. (2021). *MARCOS technique under intuitionistic fuzzy environment for determining the COVID-19 pandemic performance of insurance companies in terms of healthcare services*. Article. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1568494621001228>
- Farrell, M. (2020). *How is coronavirus affecting the insurance industry?* Article. <https://www.economicsobservatory.com/how-coronavirus-affecting-insurance-industry>
- Flores, Y. C. y Herrera, M. A. (2018). *Incidencia de la inclusión financiera en los microseguros comercializados por las instituciones financieras en Arequipa Metropolitana, 2018*. [Tesis de grado. Universidad Nacional de San Agustín – Arequipa] <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/8360/BSflbayc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Freire, E. (2021). *Los 5 riesgos que el seguro ve para el 2021*. <https://www.lavanguardia.com/seguros/20210102/6161632/5-riesgos-seguro-ve-2021.html>
- González, F., Armesto, J. F., Sánchez, P. y Lago, S. (2020). *Impacto económico del COVID-19 en una economía regional: El caso del confinamiento para Galicia*. https://mpa.ub.uni-muenchen.de/100002/1/MPRA_paper_100002.pdf
- Haque, A. (2021). *The impact of covid-19 on the insurance industry of Bangladesh*. Article. *Indian Journal of Finance and Banking* Vol. 6, No. 1; 2021. <https://www.cribfb.com/journal/index.php/ijfb>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación científica*. 6ta. Ed. México: DF. MacGraw-Hill Interamericana Editores.
- Herrera, A., Parra, E., & Seguanes, C. (2020). Efectos causados a las aseguradoras por el cobro a través de las pólizas (SOAT), post-pandemia en Colombia. *Revista CIES*, 12(2), 151-169.

- https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/70062048/9._Efectos_causados_a_las_aseguradoras_por_el_cobro_a_traves_de_las_polizas_SOAT_pos_pandemia_en_Colombia.pdf?1632236770=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEfectos_causados_a_las_aseguradoras
- Holliday, S. (2020). *COVID-19 and the Insurance Industry*. International Finance Corporation. <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/eaebcd1f-5b9f-467e-b6cf-b4d616842375/202006-Women-Insurance-COVID19+B.pdf?MOD=AJPERES>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mc Graw Hill Educación. https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Instituto Peruano de Economía. (2020). *Informe del impacto del coronavirus en la economía peruana*. <https://www.ipe.org.pe/portal/informe-ipe-impacto-del-coronavirus-en-la-economia-peruana/>
- Kirti, D. & Yang, M. (2020). *Impact of COVID-19 on Insurers, IMF COVID-19 Special Series*. Article. [Downloads/en-special-series-on-covid-19-impact-of-covid-19-on-insurers.pdf](https://www.imf.org/Downloads/en-special-series-on-covid-19-impact-of-covid-19-on-insurers.pdf) <https://www.imf.org>
- Kizielewicz, J. (2020). *COVID-19 Consequences and Travel Insurance Policy in Leading Cruise Shipping Corporations*. Article. *European Research Studies Journal* Volume XXIII, Issue 4, 2020 pp. 600-611. <https://www.proquest.com/openview/adc12345cafbe0c9e319a1902bdcc71b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=60370>
- Levantesi, S. & Piscopo, G. (2020). *Insurance Role for Handling the COVID-19 impact on Business and Society*. Article. *Journal of Applied Management and Investments*, Vol. 9 No. 4, pp. 183-191. http://www.jami.org.ua/Papers/JAMI_9_4_2020_183-191.pdf
- Manzano, D. (2020). *Coronavirus y su impacto en el sector seguros*. https://elpais.com/economia/2020/03/26/finanzas_a_las_9/1585249931_890865.html
- MAPFRE. (2020). *El sector asegurador peruano creció en la última década a una tasa promedio del 10,5%*. Informe. <https://noticias.mapfre.com/crecimiento-sector-peru-informe-latam-2019/>

- Martín-Moreno, J. M. (2021). *Reflexiones sobre cómo evaluar y mejorar la respuesta a la pandemia de COVID 19*. Artículo. Revista Gaseta Sanitaria. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0213911120302545?token>
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6887/1/UPS-QT05471.pdf>
- Mariño, E. (2021). *Impacto de la COVID-19 en las entidades aseguradoras*. [Tesis de maestría, Universidad de Barcelona]. Obtenido de [http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/181031/1/TFM-DEAF-286_Mari%
c3%b1o.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/181031/1/TFM-DEAF-286_Mari%c3%b1o.pdf)
- Medina, K. G. y Chávez, J. C. (2018). *Análisis del sector seguros privados de salud y diagnóstico de la empresa Rímac Seguros*. [Tesis de maestría. Universidad de Piura]. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4814/MDE_1812.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Ministerio de Salud del Perú. (2020). *Orientaciones pedagógicas en el marco del COVID-19 y dengue*. http://www.dreim.gob.pe/descargas/Cartilla%20de%20orientaciones.pdf?_t=1584726066
- Ministerio de Sanidad de España. (2020). Crisis del COVID-19: sobre la escritura de “coronavirus”. <https://www.rae.es/noticia/crisis-del-covid-19-sobre-la-escritura-de-coronavirus>
- Montalbo, J. (2021). *Posibles consecuencias del COVID-19 para el sector de los seguros*. Artículo. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/financial-services/articles/consecuencias-covid-19-sector-seguros.html>
- Nano, J. J. y Vicente, F. L. (2021). *Calidad en las Empresas del Sector Seguros del Perú*. [Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima]. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/178974?show=full>
- Navarro Mejía Mariana Elizabeth (2012). *Técnicas de Ventas*. http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf
- OECD. (2020). *Insurance sector responses to COVID-19 by governments, supervisors and industry*. <https://www.oecd.org/finance/Insurance-sector-responses-to-COVID-19-by-governments-supervisors-and-industry.pdf>

- Ordoñez, J. A. (2020). *Factores determinantes de la demanda de seguros de salud privados en la ciudad de Piura 2018*. [Tesis de grado. Universidad Nacional de Piura] <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2273/ECO-ORD-RUI-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organización Internacional del Trabajo – OIT. (2020). *Frente a la pandemia: garantizar la seguridad y salud en el trabajo*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---safework/documents/publication/wcms_742732.pdf
- Parrado, K. T. (2021). *Análisis del impacto financiero generado por el Covid 19 en las aseguradoras del sector bancario colombiano. Un estudio de caso*. [Tesis de posgrado. Universidad UNIMINUTO – Bogotá – Colombia]. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/12773/5/TE.GF_ParradoPenagosKarynTatiana_2021.pdf
- Pérez, M. R., Gómez, J. J. y Dieguez, R. A. (2020). *Características clínico-epidemiológicas de la COVID-19*. Artículo. Rev haban cienc méd [Internet]. 2020; 19(2): e_3254. <http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/3254/2505>
- Pulawska, K. (2021). *Financial Stability of European Insurance Companies during the COVID-19 Pandemic*. Article. <https://www.mdpi.com/1911-8074/14/6/266>
- Reyes, T. (2020). *Empowerment y la productividad laboral en la empresa La Positiva Seguros- Chimbote 2020*. [Tesis de maestría. Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/51132?locale-attribute=es>
- Roy, J. (2020). *COVID-19: Impact on the Indian insurance industry - PwC India*. <https://www.pwc.in/assets/pdfs/services/crisis-management/covid-19/covid-19-impact-on-the-indian-insurance-industry.pdf>
- Saldanha, K. (2020). *Three ways COVID-19 is changing insurance*. Article. <https://www.accenture.com/us-en/insights/insurance/three-ways-covid-19-changing-insurance>
- Segarra, J. P. y Murillo, D. Y. (2021). *Desarrollo y gestión de riesgos del Sector Asegurador en el Ecuador*. Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA Año

- VI. Vol VI. N°12. Julio – Diciembre. 2021. Dialnet-DesarrolloYGestionDeRiesgosDelSectorAseguradorEnEl-8011443.pdf
- Seguros Pelayo. (2020). *Partes de una póliza de seguro de vida*.
<https://www.pelayo.com/teloaseguro/partes-poliza-seguro-vida/>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP – SBS. (2018). *ABC de los Seguros*.
<https://www.sbs.gob.pe/usuarios/seguros/contratacion-de-seguros/poliza-de-seguro>
- Tafur, C. L. (2021). *Mejora del indicador FEC en la fuerza de ventas del canal Vida en Rimac Seguros*. [Tesis de grado. Universidad de Piura].
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5187/TSP_AE-L_047.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Towers, W. (2020). *Análisis del mercado de seguros de América Latina – 2020*.
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/analisis-del-mercado-de-seguros-de-america-latina-2020-v1.pdf
- Valdivieso, B. A. (20). *Elaboración e implementación de un proceso de ventas y un proceso de cobros en el área de Seguros mortuorios de la empresa PQR*. [Tesis de grado. Universidad de Piura]
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4318/TSP_CyA_052.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Zahariev, A. (2020). *The brokerage insurance companies under covid-19 framework (the bulgarian experience)*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3688949
- Salazar Becerra Rosa María. (2015, julio 13). *Principios y teorías básicas de ventas. Ensayo*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/principios-y-teorias-basicas-de-ventas-ensayo/>
- Ivan Thompson (2020, noviembre). *Conceptos de Venta*.
<https://www.promonegocios.net/venta/concepto-de-venta.html>
- Philip Kotler (2001, febrero). *Dirección de Mercadotecnia. Libro*
<https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>
- Jakelyn, P. (2018). *Marketing mix y ventas en la empresa G&R inversiones plásticas del Perú S.A.C. en el distrito de San Juan de Lurigancho, 2017*. [Tesis de licenciado. Universidad César Vallejo. Lima – Perú].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20748/Paker_UJV.pdf?sequence=1

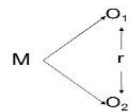
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf

ANEXOS

Anexo. Matriz de operacionalización de variables

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
V. 1.: COVID 19	Los coronavirus como una familia de virus extensa logran ocasionar enfermedades tanto en animales como en seres humanos. En las personas, diversos coronavirus producen infecciones respiratorias que van desde un simple resfrío habitual hasta padecimientos más peligrosos (Pérez, et al., 2020, p. 1)	Se midió el impacto político, el impacto social y el impacto económico mediante el cuestionario.	Impacto político	Políticas públicas en respuesta a la pandemia Nivel de confianza de la población	Escala ordinal
			Impacto social	Efecto en la calidad de vida Cultura de prevención poblacional	Categorías:
			Impacto económico	Efectos en la estabilidad económica Efectos en el empleo y mercado laboral	Favorable Poco favorable Desfavorable
V. 2: NIVEL DE VENTAS	Entrega de diversos productos a cambio de un interés monetario, siendo el departamento de ventas el encargado de comercializar los bienes o servicios ofrecidos por la empresa, mediante un conducto regular denominado fuerza de ventas (Olarte et al., 2020).	Se midió la venta a distancia, venta personal y fuerza de venta mediante el cuestionario	Venta a distancia	Venta por teléfono Venta por televisión Venta por correspondencia Ventas electrónicas	Escala ordinal
			Venta personal	Venta interna Venta externa	Categorías: Favorable
			Fuerza de venta	Comportamiento estratégico Actitud Motivación	Poco favorable Desfavorable

Anexo. Matriz de consistencia

Preguntas de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología de la Investigación	
<p>Pregunta general ¿Cuál es la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?</p>	<p>Objetivo General: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021</p>	<p>Hi: Existe relación significativa entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.</p>	<p>V. 1.:COVID 19</p>	<p>Impacto político</p>	<p>Políticas públicas en respuesta a la pandemia Nivel de confianza de la población Efecto en la calidad de vida Cultura de prevención poblacional</p>	<p>Tipo de Investigación: Aplicada y el alcance correlacional con enfoque cuantitativo. Según Hernández, et al. (2014); se pretende determinar la relación entre las dos variables en estudio</p>	
				<p>Impacto social</p>	<p>Efectos en la estabilidad económica Efectos en el empleo y mercado laboral</p>		<p>Diseño de investigación: Se usará diseño no experimental transversal. (Hernández, et al., 2014). Su esquema:</p> 
				<p>Impacto económico</p>	<p>Ventas por teléfono Ventas por televisión Ventas por correspondencia Ventas electrónicas</p>		
				<p>Venta a distancia</p>	<p>Venta interna Venta externa</p>		
<p>Preguntas específicas: ¿Cuál es la relación entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?</p>	<p>Objetivos Específicos: Determinar la relación entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021</p>	<p>Hipótesis específicas: HE₁: Existe relación significativa entre el impacto político y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021</p>	<p>V.2.: NIVEL DE VENTAS</p>	<p>Venta personal</p>	<p>Comportamiento estratégico Actitud Motivación</p>	<p>Población y muestra Población: Estará integrada por 30 colaboradores Muestra: La integrarán también los 30 colaboradores Técnicas e instrumentos: Técnicas: La encuesta Instrumentos: Cuestionarios</p>	
<p>¿Cuál es la relación entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021</p>	<p>HE₂: Existe relación significativa entre el impacto social y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021</p>		<p>Fuerza de venta</p>			
<p>¿Cuál es la relación entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021.</p>	<p>HE₃: Existe relación significativa entre el impacto económico y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021</p>					

Anexo. Instrumentos

Cuestionario para evaluar el COVID 19 en la empresa pacífico seguros

Apreciado (a) trabajador (a): Se está realizando una investigación que permita determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; se le agradece responder con sinceridad y objetividad pues el cuestionario tiene carácter de anónimo.

INSTRUCCIONES:

Lea cada uno de los enunciados, luego marque con una (X) la respuesta que se ajuste más a su opinión, considerando la escala de **Valoración**:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

ÍTEMS	1	2	3	4	5
1. Considero que las políticas públicas ejercidas por el gobierno fueron las más óptimas en el manejo de la Covid-19.					
2. El covid-19 ha impactado negativamente en los planes a largo plazo de la política pública.					
3. Considero que las políticas públicas ejecutadas para aliviar el sector de seguros no fueron las más óptimas.					
4. El Covid-19 ha resquebrajado el nivel de confianza que se mantenía en las instituciones gubernamentales y la masa política.					
5. El nivel de educación en todos sus niveles ha sido impactado de manera negativa a causa del Covid-19.					
6. El Covid-19 ha generado un deterioro de la salud y bienestar general en la población.					
7. El impacto del Covid-19 es negativo sobre el acceso a agua potable y alimentación.					
8. Considero que se contaba con una adecuada cultura preventiva para contrarrestar el efecto del Covid-19.					
9. Los planes preventivos puestos en práctica, en el contexto de Covid-19, fueron óptimamente eficientes.					
10. En el contexto de Covid-19, el gobierno promovió el desarrollo de cultura de prevención en la población.					
11. El Covid-19 ha impactado negativamente la estabilidad económica del país.					

12. El Covid-19 impacto fuertemente sobre las cuentas fiscales del estado.					
13. La rentabilidad de las instituciones financieras se vio afectado negativamente ante el Covid-19.					
14. El número de trabajadores de las empresas aseguradoras han disminuido a causa del Covid-19.					
15. Las características de la demanda de profesionales en el sector seguros han cambiado a causa del Covid-19.					
16. La pandemia ha obligado a muchas empresas a bajar los sueldos de sus empleados.					

Producción propia

Cuestionario sobre el nivel de ventas

Apreciado (a) trabajador (a): Se está realizando una investigación que permita determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacífico Seguros, Piura 2021; se le agradece responder con sinceridad y objetividad ya que el cuestionario tiene carácter de anónimo.

INSTRUCCIONES:

Lea cada uno de los enunciados, luego marque con una (X) la respuesta que se ajuste más a su opinión, considerando la escala de **Valoración**:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

ÍTEMS	1	2	3	4	5
1. El contexto de Covid-19 ha afectado negativamente el nivel de ventas efectuadas por el canal telefónico.					
2. Considero que la captación de ventas producto de la publicidad televisiva se ha reducido a causa del Covid-19.					
3. Considero que la captación de ventas producto de la publicidad en catálogos, revistas y periódicos, se ha reducido a causa del Covid-19.					
4. El nivel de ventas efectuadas en la página web de pacíficos seguros se ha visto reducido a causa del Covid-19.					
5. El nivel de ventas cara a cara, dentro del establecimiento, ha sido afectado negativamente a consecuencia del Covid-19.					
6. Considero que el Covid-19 ha afectado negativamente al proceso de venta, dentro de los establecimientos.					
7. El nivel de ventas producto de la captación de clientes en ferias y exhibiciones, se ha reducido como consecuencia del Covid-19.					
8. A consecuencia del Covid-19, se ha visto reducido el nivel de ventas a domicilio de la empresa pacíficos seguros.					
9. El nivel de ventas en agentes fue afectado negativamente a consecuencia del Covid-19.					
10. Considero que las operaciones realizadas por los trabajadores se han visto perjudicado a causa de Covid-19.					
11. Considero que la actitud de los trabajadores se ha resquebrajado a causa del Covid-19.					

12.Considero que la motivación dentro del centro laboral se ha visto mermada a causa del Covid-19.					
--	--	--	--	--	--

Producción propia

Anexo. Escalas de las variables

- Escala: Variable – Covid-19

- Escala general:

NIVEL	Rango
Favorable	[16 – 36]
Poco favorable	[37 – 58]
Desfavorable	[59 – 80]

- Escala específica:

Nivel	Dimensiones		
	Impacto político	Impacto social	Impacto económico
Favorable	[04 – 09]	[06 – 13]	[06 – 13]
Poco favorable	[10 – 15]	[14 – 21]	[14 – 21]
Desfavorable	[16 – 20]	[22 – 30]	[22 – 30]

- Escala: Variable – Nivel de ventas

- Escala general:

NIVEL	Rango
Favorable	[12 – 27]
Poco favorable	[28 – 43]
Desfavorable	[44 – 60]

- Escala específica:

Nivel	Dimensiones		
	Venta a distancia	Venta personal	Fuerza de ventas
Favorable	[04 – 09]	[05 – 11]	[03 – 06]
Poco favorable	[10 – 15]	[12 – 18]	[07 – 10]
Desfavorable	[16 – 20]	[19 – 25]	[11 – 15]

Anexo. Confiabilidad del instrumento

A continuación, se presentan los criterios del alfa de Cronbach:

N°	Coficiente	Relación
1	0.00 a +/-0.20	Despreciable
2	0.20 a 0.40	Bajo o ligera
3	0.40 a 0.60	Moderada
4	0.60 a 0.80	Marcada
5	0.80 a 1.00	Muy alta

Nota: Hernández et al. (2014)

Nivel de confiabilidad del instrumento:

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
<u>,863</u>	<u>28</u>

Interpretación: De acuerdo con el análisis se obtuvo un resultado en el alfa de Cronbach de 0.863, estableciendo que el nivel de confiabilidad del instrumento es muy alto.

MATRIZ DE VALIDACIÓN
TÍTULO DE LA TESIS: "El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Pura 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OFICIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
				Tratamiento de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Tratamiento en desacuerdo	RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN	RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS	RELACION ENTRE EL INDICADOR Y LA DIMENSIÓN	RELACION ENTRE EL ITEMS Y LA OPCION DE RESPUESTA	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
V: NIVEL DE VENTAS	<p>Venta a Distancia Hecho referencia al método en el cual no existe contacto directo entre comprador y vendedor por consecuencia se podrá utilizar una diversidad de canales de transacción con la finalidad de que se pueda dar la venta. Navarro (2012)(p. 59)</p> <p>Venta Personal Se refiere al canal donde existe contacto directo entre el vendedor y comprador donde intervienen diferentes canales que hacen posible la venta dentro o fuera de la empresa. Navarro (2012)(p. 96)</p> <p>Fuerza de Ventas Toma en cuenta tres aspectos fundamentales como son las personas, las estrategias de venta y los productos que ofrece la empresa, los cuales se centran en alcanzar la satisfacción del cliente, pero también implica la mejora de las ventas y el apalancamiento de los ingresos. Navarro (2012)(p. 35)</p>	<p>Venta por teléfono</p> <p>Venta por televisión</p> <p>Venta por correspondencia</p> <p>Ventas electrónicas</p> <p>Venta interna</p> <p>Venta externa</p> <p>Compromiso estratégico</p> <p>Actitud</p> <p>Motivación</p>	<p>1. El contexto de Covid-19 ha afectado negativamente el nivel de ventas efectuadas por el canal telefónico.</p> <p>2. Considero que la captación de ventas producido de la publicidad televisiva se ha reducido a causa del Covid-19.</p> <p>3. Considero que la captación de ventas producido de la publicidad en catálogos, revistas y periódicos, se ha reducido a causa del Covid-19.</p> <p>4. El nivel de ventas efectuadas en la página web de Pacificos seguros se ha visto reducido a causa de Covid-19.</p> <p>5. El nivel de ventas cara a cara, dentro del establecimiento, ha sido afectado negativamente a consecuencia del Covid-19.</p> <p>6. Considero que el Covid-19 ha afectado negativamente al proceso de venta, dentro de los establecimientos.</p> <p>7. El nivel de ventas producido de la captación de clientes en ferias y exhibiciones, se ha reducido como consecuencia del Covid-19.</p> <p>8. A consecuencia del Covid-19, se ha visto reducido el nivel de ventas a domicilio de la empresa Pacificos seguros.</p> <p>9. El nivel de ventas en agencias fue afectado negativamente a consecuencia del Covid-19.</p> <p>10. Considero que las operaciones realizadas por los trabajadores se han visto perjudicadas a causa de Covid-19.</p> <p>11. Considero que la actitud de los trabajadores se ha resquebrajado a causa del Covid-19.</p> <p>12. Considero que la motivación dentro del centro laboral se ha visto mermada a causa del Covid-19</p>	X				X	X	X		


FIRMA DEL EVALUADOR
 DNE 80224866
 JULIS ANGEL OSORIO AGUIRRE

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Cuestionario sobre el nivel de ventas"

OBJETIVO: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021.

DIRIGIDO A: Los colaboradores de la empresa Pacifico Seguros de Piura

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: LUIS ANGEL CASTRO AGUIRRE

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

VALORACIÓN:

Favorable (X)	Poco favorable	Desfavorable
---------------	----------------	--------------


FIRMA DEL EVALUADOR
80227866
Luis Angel Castro Aguirre

Anexo 4: MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: "El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA						CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIÓN
				Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		OBSERVACION RECOMENDACIONES	
									SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Para Pérez, et al. (2020) los coronavirus son una familia de virus extensa que logran ocasionar enfermedades en animales y en seres humanos. En las personas, diversos coronavirus producen infecciones respiratorias que van desde un simple resfriado habitual hasta padecimientos más peligrosos como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS) (p. 1).	Impacto político Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la organización política del país	<ul style="list-style-type: none"> Políticas públicas en respuesta a la pandemia Nivel de confianza de la población 	<ol style="list-style-type: none"> Considero que las políticas públicas ejercidas por el gobierno fueron las más óptimas en el manejo de la COVID-19. El covid-19 ha impactado negativamente en los planes a largo plazo de la política pública. Considero que las políticas públicas ejecutadas para aliviar el sector de seguros no fueron las más óptimas. El Covid-19 ha resquebrajado el nivel de confianza que se mantiene en las instituciones gubernamentales y la masa política. 	X								X				
V: COVID 19	Impacto social Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la población.	<ul style="list-style-type: none"> Efecto en la calidad de vida. 	<ol style="list-style-type: none"> El nivel de educación en todos sus niveles ha sido impactado de manera negativa a causa del Covid-19. El Covid-19 ha generado un deterioro de la salud y bienestar general en la población. El impacto del Covid-19 es negativo sobre el acceso a agua potable y alimentación. Considero que se contaba con una adecuada cultura preventiva para contrarrestar el efecto del Covid-19. Los planes preventivos puestos en práctica, en el contexto de Covid-19, fueron óptimamente eficientes. 													
Impacto económico Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> Efectos en la estabilidad económica Efectos en el empleo y mercado laboral 	<ol style="list-style-type: none"> En el contexto de Covid-19, el gobierno promovió el desarrollo de cultura de prevención en la población. El Covid-19 ha impactado negativamente la estabilidad económica del país. El Covid-19 impacto fuertemente sobre las cuentas fiscales del estado. La rentabilidad de las instituciones financieras se vio afectado negativamente ante el Covid-19. El número de trabajadores de las empresas aseguradoras han disminuido a causa del Covid-19. Las características de la demanda de profesionales en el sector seguros han cambiado a causa del Covid-19. La pandemia ha obligado a muchas empresas a bajar los sueldos de sus empleados. 	X									X				

FRMAD DEL EVALUADOR

JUAN ANGEL CASANO AGUIAR
2021 2022-2066

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Cuestionario para evaluar la incidencia del COVID 19"

OBJETIVO: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021.

DIRIGIDO A: Los colaboradores de la empresa Pacifico Seguros de Piura.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: LUIS ANGEL CASTRO AGUIRRE

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

VALORACIÓN:

<input type="checkbox"/>	Favorable (X)	<input type="checkbox"/>	Poco favorable	<input type="checkbox"/>	Desfavorable
--------------------------	---------------	--------------------------	----------------	--------------------------	--------------

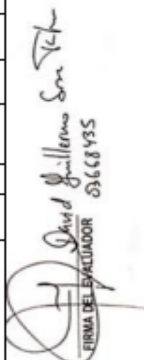

FIRMA DEL EVALUADOR

Luis Angel Castro Aguirre
DNI 80227866

Anexo 4: MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: "El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMES	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEMES		RELACION ENTRE EL ÍTEMES Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Para Pérez, et al. (2020) los coronavirus son una familia de virus extensa que logran ocasionar enfermedades en animales y en seres humanos. En las personas, diversos coronavirus producen como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS)	Impacto político Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la organización política del país	<ul style="list-style-type: none"> Políticas públicas en respuesta a la pandemia Nivel de confianza de la población 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considero que las políticas públicas ejercidas por el gobierno fueron las más óptimas en el manejo de la COVID-19. 2. El covid-19 ha impactado negativamente en los planes a largo plazo de la política pública. 3. Considero que las políticas públicas ejecutadas para aliviar el sector de seguros no fueron las más óptimas. 4. El Covid-19 ha resquebrajado el nivel de confianza que se mantenía en las instituciones gubernamentales y la masa política. 5. El nivel de educación en todos sus niveles ha sido impactado de manera negativa a causa del Covid-19. 6. El Covid-19 ha generado un deterioro de la salud y bienestar general en la población. 7. El impacto del Covid-19 es negativo sobre el acceso a agua potable y alimentación. 8. Considero que se contaba con una adecuada cultura preventiva para contrarrestar el efecto del Covid-19. 9. Los planes preventivos puestos en práctica, en el contexto de Covid-19, fueron óptimamente eficientes. 10. En el contexto de Covid-19, el gobierno promovió el desarrollo de cultura de prevención en la población. 11. El Covid-19 ha impactado negativamente la estabilidad económica del país. 12. El Covid-19 impacto fuertemente sobre las cuentas fiscales del estado. 13. La rentabilidad de las instituciones financieras se vio afectado negativamente ante el Covid-19. 14. El número de trabajadores de las empresas aseguradoras han disminuido a causa del Covid-19. 15. Las características de la demanda de profesionales en el sector seguros han cambiado a causa del Covid-19. 16. La pandemia ha obligado a muchas empresas a bajar los sueldos de sus empleados. 	X				X		X		X		
				Impacto económico Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> Efectos en la estabilidad económica Efectos en el empleo y mercado laboral 									



 FIRMA DEL EVALUADOR 20220325

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Cuestionario para evaluar la incidencia del COVID 19"

OBJETIVO: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021.

DIRIGIDO A: Los colaboradores de la empresa Pacifico Seguros de Piura.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: DAVID GUILLERMO SOSA TAFUR

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

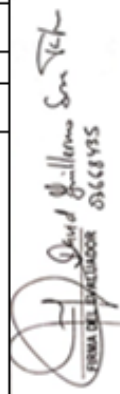
VALORACIÓN:

<input type="checkbox"/> Favorable (X)	<input type="checkbox"/> Poco favorable	<input type="checkbox"/> Desfavorable
--	---	---------------------------------------


FIRMA DEL EVALUADOR 03668435

MATRIZ DE VALIDACIÓN
TÍTULO DE LA TESIS: "El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES			
				Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y LA OPCION DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI		NO	SI	NO
<p>V: NIVEL DE VENTAS</p> <p>Para Navarro (2012) es la entrega de diversos productos o servicios a cambio de un interés monetario bienes o servicios que ofrece la empresa por un conducto regular el cual se le denomina la fuerza de ventas (p. 55)</p>	<p>Venta a Distancia Hace referencia al método en el cual no existe contacto directo entre comprador y vendedor, por consecuencia se podrá utilizar una correspondencia diversidad de canales de transacción con la finalidad de que se pueda dar la venta Navarro (2012) (p. 59)</p>	<p>Venta por teléfono Venta por televisión Venta por correspondencia Ventas electrónicas</p>	<p>1. El contexto de Covid-19 ha afectado negativamente el nivel de ventas efectuadas por el canal telefónico. 2. Considero que la captación de ventas producto de la publicidad televisiva se ha reducido a causa del Covid-19. 3. Considero que la captación de ventas producto de la publicidad en catálogos, revistas y periódicos, se ha reducido a causa del Covid-19. 4. El nivel de ventas efectuadas en la página web de pacifico seguros se ha visto reducido a causa del Covid-19.</p>	<p>De acuerdo</p> <p>De acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Totalmente en desacuerdo</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>			
	<p>Venta Personal Se refiere al canal donde existe contacto directo entre el vendedor y comprador donde intervienen diferentes canales que hacen posible la venta dentro o fuera de la empresa. Navarro (2012) (p. 56)</p>	<p>Venta interna</p>	<p>5. El nivel de ventas cara a cara, dentro del establecimiento, ha sido afectado negativamente a consecuencia del Covid-19. 6. Considero que el Covid-19 ha afectado negativamente al proceso de venta, dentro de los establecimientos.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>			
		<p>Venta externa</p>	<p>7. El nivel de ventas producto de la captación de clientes en ferias y exhibiciones, se ha reducido como consecuencia del Covid-19. 8. A consecuencia del Covid-19, se ha visto reducido el nivel de ventas a domicilio de la empresa pacifico seguros. 9. El nivel de ventas en agentes fue afectado negativamente a consecuencia del Covid-19.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>			
	<p>Fuerza de Ventas Toma en cuenta tres aspectos fundamentales como son las personas, las estrategias de venta y los productos que ofrece la empresa, los cuales se centran en alcanzar la satisfacción del cliente, pero también implica la mejora de las ventas y el apalancamiento de los ingresos. Navarro (2012)</p>	<p>Comportamiento estratégico Actitud Motivación</p>	<p>10. Considero que las operaciones realizadas por los trabajadores se han visto perjudicadas a causa de Covid-19. 11. Considero que la actitud de los trabajadores se ha resquebrajado a causa del Covid-19. 12. Considero que la motivación dentro del centro laboral se ha visto mermada a causa del Covid-19</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>			


 FIRMA DEL APLICADOR 0566855

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Cuestionario sobre el nivel de ventas"

OBJETIVO: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021.

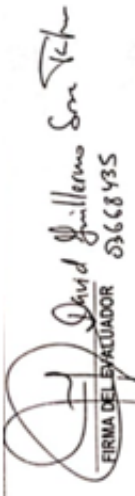
DIRIGIDO A: Los colaboradores de la empresa Pacifico Seguros de Piura

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: DAVID GUILLERMO SOSA TAFUR

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

VALORACIÓN:

Favorable (X)	Poco favorable	Desfavorable
---------------	----------------	--------------


FIRMA DEL EVALUADOR 03668935

Anexo 4: MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: "El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMES	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN					OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES							
				Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni de desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACION ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA						
									SI	NO	SI	NO	SI		NO	SI	NO	SI	NO		
Para Pérez, et al. (2020) los coronavirus son una familia de virus extensa que logran causar enfermedades en animales y en seres humanos. En las personas, diversos coronavirus producen como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS).	Impacto político Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la organización política del país	Políticas públicas en respuesta a la pandemia	<ul style="list-style-type: none"> 1. Considero que las políticas públicas ejercidas por el gobierno fueron las más óptimas en el manejo de la COVID19. 2. El covid-19 ha impactado negativamente en los planes a largo plazo de la política pública. 3. Considero que las políticas públicas ejecutadas para aliviar el sector de seguros no fueron las más óptimas. 4. El Covid-19 ha resquebrajado el nivel de confianza que se mantenía en las instituciones gubernamentales y la masa política. 	X					X		X										
				Impacto social Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la población.	<ul style="list-style-type: none"> • Efecto en la calidad de vida. 	X						X		X							
						<ul style="list-style-type: none"> • Cultura de prevención poblacional 	X						X		X						
							<ul style="list-style-type: none"> • Efectos en la estabilidad económica 	X						X		X					
	<ul style="list-style-type: none"> • Efectos en el empleo y mercado laboral 	X										X		X							
		Impacto económico Se refiere a la incidencia del COVID 19 en la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> 11. El Covid-19 ha impactado negativamente la estabilidad económica del país. 12. El Covid-19 impacto fuertemente sobre las cuentas fiscales del estado. 13. La rentabilidad de las instituciones financieras se vio afectado negativamente ante el Covid-19. 14. El número de trabajadores de las empresas aseguradoras han disminuido a causa del Covid-19. 15. Las características de la demanda de profesionales en el sector seguros han cambiado a causa del Covid-19. 16. La pandemia ha obligado a muchas empresas a bajar los sueldos de sus empleados. 	X								X		X							
				X								X		X							
				X							X		X								
	X									X		X									

Firma
 FIRMA DEL EVALUADOR
 Feliana Jont Arroyo Soriano
 DNI 40735943

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Cuestionario para evaluar la incidencia del COVID 19"

OBJETIVO: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021.


DIRIGIDO A: Los colaboradores de la empresa Pacifico Seguros de Piura.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: LILIANA JANET BRUNO SERNAQUE

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

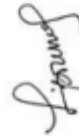
VALORACIÓN:

<input checked="" type="checkbox"/>	Favorable (X)	<input type="checkbox"/>	Poco favorable	<input type="checkbox"/>	Desfavorable
-------------------------------------	---------------	--------------------------	----------------	--------------------------	--------------


FIRMA DEL EVALUADOR
Liliana Janet Bruno Sernaque
DNI 40735943.

MATRIZ DE VALIDACIÓN
TÍTULO DE LA TESIS: "El COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMES	OPCIÓN DE RESPUESTA				CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No de acuerdo	En desacuerdo	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<p>V: NIVEL DE VENTAS</p> <p>Para Navarro (2012) es la entrega de diversos productos o servicios a cambio de un interés monetario. Navarro (2012) p.351</p> <p>teniendo en cuenta que el departamento de ventas es el que tiene como función principal comercializar los bienes o servicios que ofrece la empresa por un conducto regular el cual se denomina fuerza de ventas.</p>	<p>Venta a Distancia</p> <p>Hecho referencia al método en el cual no existe contacto directo entre comprador y vendedor, por consecuencia se podrá utilizar una diversidad de canales de transacción con la finalidad de que se pueda dar la venta. Navarro (2012) p.59</p> <p>Venta Personal</p> <p>Se refiere al canal donde existe contacto directo entre el vendedor y comprador donde intervienen diferentes canales que hacen posible la venta dentro o fuera de la empresa. Navarro (2012) p.59</p>	<p>Venta por teléfono</p> <p>Venta por televisión</p> <p>Venta por correspondencia</p> <p>Ventas electrónicas</p> <p>Venta interna</p> <p>Venta externa</p>	<p>1. El contexto de Covid-19 ha afectado negativamente el nivel de ventas efectuadas por el canal telefónico.</p> <p>2. Considero que la captación de ventas producto de la publicidad televisiva se ha reducido a causa del Covid-19.</p> <p>3. Considero que la captación de ventas producto de la publicidad en catálogos, revistas y periódicos, se ha reducido a causa del Covid-19.</p> <p>4. El nivel de ventas efectuadas en la página web de pacificos seguros se ha visto reducido a causa del Covid-19.</p> <p>5. El nivel de ventas cara a cara, dentro del establecimiento, ha sido afectado negativamente a consecuencia del Covid-19.</p> <p>6. Considero que el Covid-19 ha afectado negativamente al proceso de ventas, dentro de los establecimientos.</p> <p>7. El nivel de ventas producto de la captación de clientes en ferias y exhibiciones, se ha reducido como consecuencia del Covid-19.</p> <p>8. A consecuencia del Covid-19, se ha visto reducido el nivel de ventas a domicilio de la empresa pacificos seguros.</p> <p>9. El nivel de ventas en agentes fue afectado negativamente a consecuencia del Covid-19.</p>	<p>De acuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>No de acuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>de acuerdo</p>	<p>X</p> <p></p> <p></p> <p></p> <p>X</p> <p></p> <p></p> <p></p> <p>X</p> <p></p> <p></p> <p></p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>				
	<p>Fuerza de Ventas</p> <p>Toma en cuenta tres aspectos fundamentales como son las personas, las estrategias de venta y los productos que ofrece la empresa, los cuales se centran en alcanzar la satisfacción del cliente, pero también implica la mejora de las ventas y el apalancamiento de los ingresos. Navarro (2012)</p>	<p>Comportamiento estratégico</p> <p>Actitud</p> <p>Motivación</p>	<p>10. Considero que las operaciones realizadas por los trabajadores se han visto perjudicado a causa de Covid-19.</p> <p>11. Considero que la actitud de los trabajadores se ha resquebrajado a causa del Covid-19.</p> <p>12. Considero que la motivación dentro del centro laboral se ha visto mermada a causa del Covid-19</p>	<p>X</p> <p></p> <p></p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>				


 FIRMA DEL EVALUADOR
 Feliana Janet Bravo Soriano
 DNI 40735943

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Cuestionario sobre el nivel de ventas"

OBJETIVO: Determinar la relación entre el COVID 19 y el nivel de ventas en la empresa Pacifico Seguros, Piura 2021.

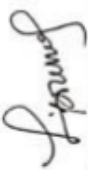
DIRIGIDO A: Los colaboradores de la empresa Pacifico Seguros de Piura

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: LILIANA JANET BRUNO SERNAQUE

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO

VALORACIÓN:

<input type="checkbox"/> Favorable (X)	<input type="checkbox"/> Poco favorable	<input type="checkbox"/> Desfavorable
--	---	---------------------------------------


FIRMA DEL EVALUADOR
Liliana Janet Bruno Sernaque
DNI 40735943