



CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**EVOLUCIÓN DEL MERCADO ASEGURADOR POST PANDEMIA EN LA CIUDAD
DE TEGUCIGALPA.**

SUSTENTADOR POR:

CÉSAR MIGUEL ROMERO MURILLO

FRANKLIN DAVID ZÚNIGA PALACIOS

LUIS ARMANDO HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

JULIO 2022

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICA CEUTEC

DINA ELIZABETH VENTURA DIAZ

DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA

JEFE ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CAROL IVONNE TURCIOS MARTINEZ

TEGUCIGALPA M.D.C., HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

**EVOLUCIÓN DEL MERCADO ASEGURADOR POST PANDEMIA EN LA CIUDAD
DE TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITO
EXIGIDO PARA OPTAR AL TITULO DE:**

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ASESOR:

ROLANDO ARTURO CACERES MORENO

TERNA EXAMINADORA:

NORMA NELLY RODRIGUEZ

SILVANA TORRES

ANA ROMERO

TEGUCIGALPA M.D.C., HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

DEDICATORIA

Dedico principalmente este proyecto al altísimo quien nos brindó de conocimiento y sabiduría para poder llevar a cabo cada proceso de la investigación. A mi madre María Ercilia murillo por ser un ejemplo de lucha y perseverancia ella contribuyo a que fuese constante en mi desempeño, a mi padre Julio César Romero quien, aunque no veo desde hace 20 años, siempre estuvo apoyándome a distancia y pendiente de cada necesidad que suscitaba , a mis colegas con quienes en equipo realizamos dicha investigación quienes con su gran experiencia en el ámbito financiero, facilitaron el desarrollo del proyecto, a la Lic. Claudia Jeannete Núñez con quien tuve la dicha de cursar varias asignaciones y compartió de su amplio conocimiento conmigo y finalmente a una persona muy fundamental quien contribuyo a que haya llegado hasta esta etapa la cual es mi amiga Nadia Elizabeth Valle quien me inspiro a seguir mi camino y lograr mis metas.

CÉSAR MIGUEL ROMERO MURILLO

La culminación de este proyecto y esta etapa universitaria de mi vida, la dedico primeramente a Dios nuestro Padre, quien me acompañó en cada paso, me dio la fortaleza, constancia y la convicción de poder alcanzar otro logro para mi vida. Asimismo, dedico este esfuerzo a mis padres Eleazar Zúniga y Evangelina Palacios, quienes con mucho amor me dieron la motivación de no rendirme y seguir adelante para alcanzar mis sueños; A mi familia, mi esposa Sonia Rodríguez e hijos Andrés y Sofía, siendo ellos mi más grande motor de motivación y quienes para ver alcanzar este logro en mi vida, han dedicado tiempo para que pudiese culminar esta etapa.

FRANKLIN DAVID ZÚNIGA PALACIOS

Dedico en primer lugar este proyecto a Dios, por guiarme en todo momento, por darme las fuerzas necesarias para poder seguir adelante. A mis padres, mi esposa, hermanos, tías y a mis amigos que son parte fundamental en mi vida. A cada una de las personas que me han alentado y estuvieron a mi lado apoyándome para poder cumplir esta anhelada meta.

LUIS ARMANDO HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por la oportunidad de elaborar esta investigación, a mi familia por ser parte de mi motivación, a mis colegas y amistades quienes fui conociendo conforme iba avanzando en mi plan académico y finalmente a mi equipo de trabajo franklin Zuniga y Luis Hernández con quienes aprendí mucho sobre el ámbito asegurador y quienes se mantuvieron firmes conforme avanzamos en cada entregable, formamos un gran equipo y gustosamente volvería a trabajar con ellos

CÉSAR MIGUEL ROMERO MURILLO

En primer lugar, agradezco a Dios, quien nos mantuvo firmes y constantes para llevar a cabo este proyecto y nos permitió culminar con éxito esta nueva etapa en nuestras vidas. A nuestro asesor de proyecto, el Licenciado Rolando Cáceres, quien nos dirigió y apoyó durante todo el proceso de desarrollo de nuestro proyecto de graduación, ofreciendo sus amplios conocimientos y sobre todo motivándonos a esforzarnos para la óptima ejecución y presentación del presente documento. A cada uno de los docentes, que a lo largo de estos años nos brindaron sus conocimientos que nos formaron académicamente y que sirvieron para desarrollar nuestro proyecto con criterio y profesionalismo

FRANKLIN DAVID ZÚNIGA PALACIOS

Agradezco principalmente a Dios, a mis padres, esposa, hermanos y a todas aquellas personas que estuvieron dispuestas a apoyar en la investigación de nuestro proyecto. A la Universidad CEUTEC, a su cuerpo docente, particularmente al Licenciado Rolando Cáceres, Asesor del presente trabajo de investigación y a la Licenciada Carol Turcios Jefe académico de la carrera de Administración de Empresas quien ha estado con nosotros brindado su apoyo y con su fina atención, empatía y ayudándonos a lo largo de nuestra carrera. A mis compañeras por el apoyo brindado durante esta investigación mostrando responsabilidad, interés y sobre todo compartir con su calidez humana grandes momentos y experiencias.

LUIS ARMANDO HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

RESUMEN EJECUTIVO

El objeto del presente estudio, hace referencia al tema de investigación que aborda la Evolución del Sistema Asegurador Post-Pandemia en la ciudad de Tegucigalpa, para lo cual, se consideraron elementos y factores de carácter interno y externo para este sector; y cuál ha sido el impacto que este rubro ha tenido para la sociedad, como uno de los más importantes sectores que impulsan el desarrollo económico y fomentan la prevención y protección personal y de inversiones patrimoniales ante eventos imprevistos.

Ante el planteamiento enunciado, consideramos sumamente importante enfocar nuestro estudio en los aspectos que surgieron y modificaron el accionar en el sistema asegurador, ante el surgimiento de uno de los eventos más catastróficos que han afectado no solo a nuestra sociedad, sino, que han tenido un impacto mundial.

La pandemia Covid-19, trajo al sector asegurador, una serie de transformaciones, de las cuales surge una evolución; inicialmente y al registrarse como un evento sin precedentes y que no se contemplaba en los contratos de seguros y reaseguros, más sin embargo, como un acto de responsabilidad social empresarial, todo el sector consensuó la atención a la población en general, modificando su modalidad de operaciones organizativas y operativas, para poder brindar las atenciones ante las necesidades que surgían a causa de dicha pandemia.

La metodología para el logro de resultados fue mediante un proceso de consultas y entrevistas a nuestro objeto de estudio (Aseguradoras), aplicando un cuestionario con diferentes preguntas directamente relacionadas con el tema de investigación, para posteriormente graficar y resumir los datos para ofrecer un análisis exhaustivo del producto obtenido.

De los resultados obtenidos, surgieron puntos de sustento para nuestra investigación, así como recomendaciones para el sector, que servirán para fomentar la estabilidad financiera, establecer una cultura de prevención social, promover el crecimiento económico y mitigar futuros riesgos.

ABSTRACT

The object of this study refers to the research topic that addresses the Evolution of the Post-Pandemic Insurance System, for which internal and external elements and factors for this sector were considered, and what has been the impact that this item it has had for society, as one of the most important sectors that drive economic development and promote prevention and personal protection and asset investments in the face of unforeseen events.

Given the stated approach, we consider it extremely important to focus our study on the aspects that arose and modified the actions in the insurance system, given the emergence of one of the most catastrophic events that have affected not only our society, but also have had a global impact.

The Covid-19 pandemic brought a series of transformations to the insurance sector, from which an evolution emerged; Initially and when registering as an unprecedented event that was not contemplated in insurance and reinsurance contracts, more however, as an act of corporate social responsibility, the entire sector agreed to attend to the population in general, modifying its mode of organizational and operational operations, in order to provide attention to the needs that arose due to said pandemic.

The methodology for achieving results was through a process of consultations and interviews with our object of study (Insurers), applying a questionnaire with different questions directly related to the research topic, to later graph and summarize the data to offer an exhaustive analysis. of the product obtained.

From the results obtained, points of support emerged for our research, as well as recommendations for the sector, which will serve to promote financial stability, establish a culture of social prevention, promote economic growth and mitigate future risks.

INDICE

I.INTRODUCCION	1
II.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2.1 Antecedentes	4
2.2 Planteamiento del problema de investigación	5
2.2.1 Enunciado del problema	5
2.2.2 Formulación del problema	8
2.3 Preguntas de investigación.....	8
2.5 Justificación de la investigación.....	10
2.6 Delimitación de la investigación.....	11
III. OBJETIVOS	11
3.1 Objetivo General.....	11
3.2 Objetivos Específicos	11
IV. MARCO TEORICO	12
4.1 Análisis de la situación actual.....	12
4.1.1 Macroentorno	12
4.1.1.1 Factores Políticos	14
4.1.1.2 Factores Económicos	17
4.1.1.3 Factores Socioculturales.....	19
4.1.1.4 Factores Tecnológicos.....	20
4.1.1.5 Factores Legales.....	22
4.1.1.6 Factores Ambientales:.....	25
4.1.2 Microentorno	25
4.1.2.1 Rivalidad entre los competidores	27
4.1.2.2 Poder de Negociación con los proveedores.....	28
4.1.2.3 Poder de negociación con los clientes.....	29
4.1.2.4 Entrada de nuevos competidores	30
4.1.2.5 Amenaza de productos Sustitutos	31
4.2 Teorías de sustento	32
4.2.1 Adaptarse o morir: Darwin y la evolución del mercado	33
4.2.2 Teoría Del Crecimiento Impulsado Por La Demanda Real.....	35

4.3	Conceptualización	38
4.3.1	Regulaciones	38
4.3.2	Tipos de Pólizas	39
4.3.3	Riesgos	40
4.3.4	Asegurados	41
4.3.5	Primas de seguros	42
V.	METODOLOGIA DE PROCESOS	44
5.1	tabla de congruencia metodológica	44
5.1.1	Tabla de operacionalizacion de variables	45
5.2	Enfoque y Métodos	48
5.2.1	Enfoque	48
5.3	Alcance de la investigación	48
5.4	Diseño de la Investigación	49
5.4.1	Población y muestra	50
5.4.1.1	Población	50
5.4.1.2	Tipo de Muestra	52
5.4.1.3	Muestra	53
5.5	UNIDAD DE ANÁLISIS Y RESPUESTAS	54
5.6	Técnicas e instrumentos aplicados	55
5.6.1	cuestionario	55
5.6.2	Entrevista	55
5.7	Fuentes de información	56
5.7.1	Fuentes de información primeriaria	56
5.7.2	Fuentes de información secundaria	56
5.8	Cronología de trabajo	58
VI.	RESULTADOS Y ANALISIS	60
6.1	Encuesta	60
6.1.1	Datos Demográficos	60
6.1.2	Regulaciones	63
6.1.3	Tipos de Pólizas	67
6.1.4	Riesgos	73
6.1.5	Primas de Seguros	77
6.2	ENTREVISTA	86

6.2.1 Entrevista realizada al Lic. Gerardo Rivera, Gerente General de Seguros del País y al Lic. Milton Fonseca, Gerente de fianzas de FICOHSA seguros (Vía Zoom) -----	86
VII CONCLUSIONES -----	89
VIII RECOMENDACIONES -----	91
IX FUENTES BIBLIOGRÁFICAS -----	100
X ANEXOS	1
10.1 ANEXO 1: CUESTIONARIO -----	1
10.2 ANEXO 1: CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA -----	7
10.3 EVIDENCIAS DE ENTREVISTAS -----	8

INDICE DE FIGURAS

Figura 4.1 Análisis de PESTEL.....	12
Figura 4.2 Diagrama de las 5 fuerzas de Porter.....	26
Figura 5.1 Diagrama vertical de las etapas del proceso de investigación.....	49
Figura 5.2 Pasos del proceso de Muestreo.....	50
Figura 5.3 Nomenclatura de nombre de compañías de seguros.....	51
Figura 5.4 Clasificación de la técnica de muestreo.....	52

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 6. 1 Antigüedad de la compañía en el mercado nacional.....	60
Grafico 6. 2 Origen del capital de la compañía.....	61
Grafico 6. 3 Principales seguros de la compañía.....	62
Grafico 6. 4 Cambios en las regulaciones del mercado asegurador.....	63
Grafico 6. 5 Áreas de la compañía con mayor impacto debido a la pandemia.....	64
Grafico 6. 6 Regulaciones del mercado asegurador para beneficio de los asegurados y beneficiarios.....	65
Grafico 6. 7 Cambios en el entorno competitivo del mercado asegurador.....	66
Grafico 6. 8 Cambios en los diversos tipos de póliza.....	67
Grafico 6. 9 Elementos de impacto en los tipos de póliza.....	68
Grafico 6. 10 Tipos de seguro que han registrado crecimiento a consecuencia de la pandemia.....	70
Grafico 6. 11 Información de nuevos tipos de póliza.....	71
Grafico 6. 12 Nuevos tipos de seguros a raíz de la pandemia.....	72
Grafico 6. 13 Información en cambios en las coberturas de riesgos.....	73
Grafico 6. 14 Elementos que impactaron cambios en los riesgos.....	74
Grafico 6. 15 Riesgos siniestral para la compañía.....	75
Grafico 6. 16 Regulaciones del mercado asegurador para beneficio de los asegurados y beneficiarios.....	76
Grafico 6. 17 Información de modificaciones en las primas de seguros.....	77
Grafico 6. 18 Tipos de seguros donde han modificado las primas.....	78
Grafico 6. 19 Elementos que generan mayor impacto las primas de seguros.....	79
Grafico 6. 20 Información del grado de impacto en las primas de seguro a consecuencia de la pandemia.....	80
Grafico 6. 21 Información de los cambios registrados en la cartera de asegurados.....	81
Grafico 6. 22 Impacto de la empresa de acuerdo a los cambios en la cartera de asegurados.....	82
Grafico 6. 23 Seguros con mayor demanda por parte de los asegurados a raíz de la pandemia.....	83
Grafico 6. 24 Elementos que generan cambios en la cartera de clientes.....	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 4.1 Componentes que integran el análisis PESTEL	13
Tabla 4.2 Indicadores Macroeconómicos	17
Tabla 4.3 Tratados Internacionales Ratificados por Honduras.....	24
Tabla 5.1 Congruencia Metodológica	44
Tabla 5.2 Operacionalización de variables	45
Tabla 5.3 Detalle de la Muestra.....	53
Tabla 5.4 Formula de la Muestra.....	54
Tabla 5.5 Proceso de Consultas.....	57
Tabla 5.6 Cronología de Trabajo.....	58
Tabla 6.1 Resultado de la pregunta 1- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	60
Tabla 6.2 Resultado de la pregunta 2- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	61
Tabla 6.3 Resultado de la pregunta 3 Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	62
Tabla 6.4 Resultado de la pregunta 4- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	63
Tabla 6.5 Resultado de la pregunta 5- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	64
Tabla 6.6 Resultado de la pregunta 6- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia.....	65
Tabla 6.7 Resultado de la pregunta 7- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	66
Tabla 6.8 Resultado de la pregunta 8- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	67
Tabla 6.9 Resultado de la pregunta 9- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	68
Tabla 6.10 Resultado de la pregunta 10- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	70
Tabla 6.11 Resultado de la pregunta 11- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia.....	71
Tabla 6.12 Resultado de la pregunta 12- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	72
Tabla 6.13 Resultado de la pregunta 13- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	73
Tabla 6.14 Resultado de la pregunta 14- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	74
Tabla 6.15 Resultado de la pregunta 15- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	75
Tabla 6.16 Resultado de la pregunta 16- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	76
Tabla 6.17 Resultado de la pregunta 17- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	77

Tabla 6.18 Resultado de la pregunta 18- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	78
Tabla 6.19 Resultado de la pregunta 19- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	79
Tabla 6.20 Resultado de la pregunta 20- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	80
Tabla 6.21 Resultado de la pregunta 21- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	81
Tabla 6.22 Resultado de la pregunta 22- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	82
Tabla 6.23 Resultado de la pregunta 23- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	83
Tabla 6.24 Resultado de la pregunta 24- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia	84

GLOSARIO

ASEGURADO: Es la persona física o jurídica que en sí misma o en sus bienes está expuesta al riesgo. Es titular del interés objeto del seguro y que, en defecto del tomador, asume los derechos y las obligaciones derivadas del contrato.

ASEGURADORA: Persona jurídica quien asume los riesgos que le traslada la persona asegurada y que está obligado a indemnizar o a cumplir la prestación prometida.

BENEFICIARIO: Persona física o jurídica en cuyo favor se ha establecido lícitamente la indemnización o prestación a la que se obliga el asegurador.

CATÁSTROFE: Evento imprevisto y de gravedad que causa pérdidas de gran magnitud.

COBERTURAS: Compromiso aceptado por un asegurador en virtud del cual se hace cargo, hasta el límite de la suma asegurada, de las consecuencias económicas que se deriven de un siniestro.

EXCLUSIONES DE RIESGOS: Son aquellos conceptos o riesgos que expresamente la aseguradora no da por cubiertos en una póliza. En este caso el contrato de seguros no surtirá efecto cuando concurren respecto a ellos determinadas circunstancias o condiciones preestablecidas.

EXPOSICIÓN DE RIESGO: Decisión, que generalmente corresponde a la entidad aseguradora, en virtud de la cual no quedan incluidas en las garantías de la póliza determinados riesgos o, quedando incluidos éstos, las garantías del contrato no surtirán efecto cuando concurren respecto a ellos determinadas circunstancias o condiciones preestablecidas.

INDEMNIZACIÓN: Es la cantidad que está obligada a pagar la aseguradora a consecuencia de un siniestro, después de restarle el deducible y coaseguro, si los hubiera. La indemnización puede ser pagada en especie, en dinero, reponiendo el bien dañado o reparándolo.

INTERÉS ASEGURABLE: Es el interés económico que la persona asegurada debe tener en la conservación del bien objeto del seguro o de la integridad patrimonial de la persona asegurada.

INTERMEDIARIO DE SEGUROS: Son los agentes de seguros, las sociedades agencias de seguros, las sociedades corredoras de seguros y los corredores de seguros. Entre las actividades que efectúan están la promoción, oferta y en general, los actos dirigidos a la celebración de un contrato de seguros, su renovación o modificación y la ejecución de los trámites de reclamos, cuando para ésta última actividad la entidad aseguradora brinde la autorización correspondiente.

OCURRENCIA: Suceso o acaecimiento casual.

PATRIMONIO: Conjunto de bienes y derechos que le pertenecen a una persona o empresa menos las obligaciones contraídas.

PLAZO DE GRACIA: Período de tiempo durante el cual, aun cuando no haya sido pagado el recibo de prima correspondiente, surten efectos las garantías y coberturas previstas en la póliza en caso de siniestro.

PÓLIZA: Es la evidencia escrita y válida entre el asegurado y la aseguradora. Forman parte de la misma la solicitud de seguro firmada por el tomador o la persona asegurada, la propuesta de seguro aceptada por el tomador o la persona asegurada. También formarán parte otras solicitudes o propuestas que se presenten luego de emitido el seguro y las adendas que modifiquen el contrato.

PRIMA: Es el importe que determina la aseguradora, como contraprestación o pago, por la protección que otorga en los términos del contrato de seguros ó póliza.

RAMO: Conjunto de modalidades de seguro relativas a riesgos de características o naturaleza semejantes. Hay varios ramos: automóvil, marítimos, aviación, vehículos ferroviarios, mercancías transportadas, incendio y líneas aliadas, responsabilidad civil, crédito, caución, etc.

RECLAMACIÓN: Es el aviso o comunicación que hace el asegurado a la aseguradora, informándole que ha tenido un siniestro.

RENOVACIÓN: Suscripción automática del siguiente año de seguro mediante el pago de la prima correspondiente aceptando las condiciones otorgadas durante el último año, salvo pacto expreso en contrario.

RESCISIÓN: Acción de dejar sin efecto un contrato válidamente celebrado, de forma legítima.

RESERVAS: Es la cantidad determinada por la aseguradora, que considera necesaria para hacerle frente a las indemnizaciones que se le presentaran en un período determinado de tiempo. En otras palabras, la cantidad que tiene la compañía estimada para el pago de los siniestros y que calcula mediante las matemáticas y el cálculo actuarial.

RIESGO: Se define como la posibilidad de que ocurra un evento cuyo resultado es distinto al esperado por el individuo y que puede o no causar una pérdida económica, dentro de un tiempo estipulado. Es un hecho eventual, generalmente futuro (porque pueden existir retroactivos), del cual puede derivar un daño (seguro de daños) o que puede afectar la vida humana o la integridad física (seguro de personas).

RIESGO ASEGURABLE: Aquel que, por su naturaleza, es susceptible de ser asegurado; es decir, cumple los caracteres esenciales del riesgo.

RIESGOS NO ASEGURABLES: Son aquellos en los cuales el asegurador no cubre la responsabilidad del asegurado por circunstancias, hechos o sucesos expresamente establecidos en las condiciones generales.

SEGURO: Instrumento de previsión personal, mediante la transferencia de las consecuencias económicas que sean susceptibles de producirse con ocasión del acaecimiento de un evento que, de suceder, puede originar un daño en las personas o en las cosas. Actividad de servicios financieros por la que alguien se obliga mediante el cobro de una prima y para el caso que se

produzca un evento determinado, a indemnizar a otro el daño producido. Es también una técnica de transferencia del riesgo.

SINIESTRALIDAD: Normalmente, se emplea el término para referirse al porcentaje de siniestralidad, que equivale a la proporción entre el importe total de los siniestros y las primas recaudadas por una entidad aseguradora en un período de tiempo

SINIESTRO: Es el acontecimiento o hecho previsto en el contrato, cuyo acaecimiento genera la obligación de indemnizar al asegurado.

SUMA ASEGURADA: Es el valor económico que declara el Asegurado en el formulario, cuestionario o solicitud de seguro sobre terceras personas o los bienes de terceras personas que pudiesen verse afectados, y que es determinante para que la Compañía establezca la prima o haga una indemnización en caso de siniestro. Corresponde a la suma máxima que pagará la Compañía en concepto de siniestro(s) durante la vigencia de la póliza para una o varias coberturas

TOMADOR: Es la persona que contrata el seguro con el Asegurador. Generalmente en los seguros individuales el tomador contrata el seguro por cuenta propia, uniéndose así en una persona dos figuras (Tomador o Contratante y Asegurado). Por el contrario, el seguro es por cuenta ajena cuando el tomador es distinto del Asegurado; esta situación es típica en los seguros colectivos. Es la persona que, obrando por cuenta propia o ajena, traslada los riesgos a una aseguradora.

I. INTRODUCCION

El presente documento, es el estudio sobre la evolución del mercado asegurador post pandemia en la ciudad de Tegucigalpa, expuesto a través de apartados que informan los elementos más relevantes de la investigación.

El mismo se compone de capítulos que permiten ofrecer las etapas del estudio de manera que faciliten la lectura y comprensión al lector.

Capítulo II. Donde se muestran los antecedentes, es decir el componente histórico del tema de investigación, donde se desglosan el planteamiento del problema, explicando el problema objeto de estudio, detallando los aspectos que generan el mismo.

En este mismo apartado se especifica la formulación del problema, es decir la relevancia que implica el estudio, también las preguntas que se responderán en la investigación, así mismo las variables, la justificación, donde se explica el porqué de éste, y la delimitación que determina el ámbito geográfico, el tiempo y la clasificación del proceso de estudio.

Capítulo III. Muestra el objetivo general; propósito principal de lo que se quiere lograr en la investigación, así como los objetivos específicos, que enseñan el qué, cómo y para que del estudio.

Capítulo IV. Se expone el marco teórico, mostrando todo el aspecto documental que sirve como punto de referencia en la investigación, desglosando la situación actual, el macro entorno, resaltando los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos, legales, y la competitividad empresarial; así como el micro entorno, con las áreas de rivalidad entre las empresas, así como el poder de negociación de los clientes, como el de los proveedores, las amenazas de nuevos competidores y las amenazas ante nuevos productos sustitutos. Finalmente se encuentran las teorías de sustento, siendo el compuesto de teorías que vienen a sustentar las manifestaciones presentes en la investigación, tales como:

Adaptarse o morir: Darwin y la evolución del mercado: Darwin se basó en cuatro elementos centrales para desarrollar la teoría de la evolución:

- 1) La variabilidad individual y su potencialidad;
- 2) La transmisión a la progenie de las características variables;
- 3) Las especies dejan más progenie de la que es posible que sobreviva y;
- 4) La lucha por la sobrevivencia. Estas cuatro variables no se pretenden explicar aquí, sino reconfigurarlas y trasladarlas a un plano social y de marketing.

Teoría Del Crecimiento Impulsado Por La Demanda Real: La teoría del crecimiento moderna puede clasificarse según el protagonismo otorgado en la explicación a la oferta o demanda agregada, La primera descansa sobre los principios de modelos macroeconómicos de corte clásico que aseguran siempre el pleno empleo. La segunda, muestra que es posible que la demanda agregada tenga un rol en la determinación del crecimiento a largo plazo en el contexto de una economía monetaria sujeta a escenarios de incertidumbre, en la cual la demanda por liquidez y la inestabilidad de las decisiones de inversión, conducen al desempleo involuntario y a la no. (Dutt, 2010)

En este mismo capítulo también se encuentra la conceptualización de cada variable objeto de estudio: Regulaciones, Tipos de Pólizas, Riesgos, Asegurados y Primas de Seguros.

Capítulo V. En este capítulo se demuestra: metodología y procesos; los cuadros de congruencia metodológica, conteniendo el objetivo general, objetivos específicos, las preguntas de la investigación. La tabla de operacionalización de variables, integrado por las variables independientes y la definición de cada una; los indicadores y las preguntas que contienen el instrumento de consulta. También se encuentra el enfoque y métodos, el cual fue mixto establecidos de acuerdo a la naturaleza de la investigación. Seguidamente se encuentra el alcance de la investigación, el cual es de carácter descriptivo, ya que procura explicar la evolución de mercado asegurador post pandemia, describiendo sus cambios con base a las variables trazadas en la investigación. A continuación, está el diseño de investigación, el que fue no experimental, seguido de la población de investigación, la cual son las 12 Aseguradoras (Compañías de Seguro)

que conforman el sector asegurador del país; y la muestra de estudio que la componen 11 Aseguradoras consultadas.

Dentro de este mismo capítulo esta la unidad de análisis y respuesta, las técnicas e instrumentos usados, donde se selecciona el cuestionario como medio para obtener la información necesaria en la investigación, mediante su aplicación vía online; Así como, la entrevista, para obtener puntos de vista y criterios que fortalecerán nuestra investigación, mediante el desarrollo en plataformas online. Están las fuentes de información, primarias y secundarias, como elemento de consulta; también hallamos el cronograma de trabajo; donde se calendarizan las actividades por semana, para que el mismo sea ordenado y correctamente planificado.

Capítulo VI. En este capítulo se muestran los resultados y análisis, que son los resultados alcanzados mediante la aplicación del cuestionario y la entrevista en el proceso de investigación.

Capítulo VII. Muestra las conclusiones, que son los hallazgos encontrados como producto de la investigación, y están en correspondencia con los objetivos específicos.

Capítulo VIII. Se exponen las recomendaciones, como propuestas a considerar, mismas que resultan de las conclusiones y el estudio de los resultados finales de todo el proceso.

Capítulo IX. Corresponde a las fuentes bibliográficas, las que se consultaron durante todo el proceso de investigación.

Capítulo X. Es el apartado de los anexos, donde se muestra el cuestionario, instrumento de consulta, utilizado para recoger los datos necesarios en el estudio.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

El mercado asegurador de Honduras está compuesto por 12 compañías de seguro que operan en todo el país, comercializando varios tipos de ramos de seguros y fianzas; su fuerza de ventas está conformada por intermediarios de seguros (Corredurías de Seguro, Agentes Independientes, Agentes Dependientes), canales masivos (Banca Seguros) y agencias de canales directos (Red Agencia).

En nuestro país, el mercado asegurador está regulado por la Ley de Instituciones de Seguros y Reaseguros, la cual tiene como finalidad la regulación, funcionamiento, fusión, conversión, escisión, liquidación y supervisión de las instituciones que realizan actividades de seguro y reaseguro.

CNBS (2021) afirma:

La actividad aseguradora en Honduras ha estado activa desde 1917, con la entrada en operación de la primera institución especializada en la emisión de pólizas de ahorro y capitalización destinadas al otorgamiento de créditos de vivienda; desde entonces, el sector ha experimentado un crecimiento en número de instituciones y/o productos de seguros o fianzas así como a procesos de adquisición o liquidación y la entrada de compañías con presencia internacional que ha facilitado la cobertura de riesgos en nuevas actividades económicas.(p.8)

CNBS (2021) afirma:

Más que un sector diferenciado del resto del sistema supervisado, el sector asegurador debe tener un rol crucial en el desarrollo económico del país, pues su función primordial de intercambiar una prestación presente (primas) por una prestación futura (indemnización) garantiza un mercado económico profundo al otorgar certeza y credibilidad entre las partes involucradas en una actividad comercial o personal. Por otro lado, la presencia de un sistema asegurador innovador y profundo reduce las pérdidas económicas e impulsa la recuperación ante escenarios adversos generados por disturbios sociales, políticos, robos, daños a bienes, muerte, enfermedades, eventos atmosféricos, entre otros. (p.8)

2.2 Planteamiento del problema de investigación

2.2.1 Enunciado del problema

“En síntesis, enunciar un problema es presentar una descripción general de la situación objeto de investigación. Es afirmar y estructurar más formalmente la idea de investigación.” (Bernal, 2010, p.88).

Para poder determinar y comprender el enunciado de nuestro problema de investigación, hemos realizado un enfoque en el que el evento suscitado y que actualmente se mantiene vigente (Pandemia COVID-19) ha causado el interés y la necesidad para que tanto las personas y empresas puedan optar por una cobertura de seguro.

Seguro: Instrumento de previsión personal, mediante la transferencia de las consecuencias económicas que sean susceptibles de producirse con ocasión del acaecimiento de un evento

que, de suceder, puede originar un daño en las personas o en las cosas. Actividad de servicios financieros por la que alguien se obliga mediante el cobro de una prima y para el caso que se produzca un evento determinado, a indemnizar a otro el daño producido. Es también una técnica de transferencia del riesgo(*Glosario – CAHDA*, s. f.)

Partiendo del enunciado anterior “Transferir el riesgo”, implica una co-participación entre un asegurado (Cliente) y un asegurador (Compañía de Seguros), en la que los diversos riesgos expuestos como ser muerte, accidentes viales, fenómenos naturales, entre otros, se cubren y garantizan mediante un sistema de responsabilidad que parte del principio de mutualidad, el cual establece que “Las pérdidas de pocos son cubiertas por la contribución de muchos. Según este principio, el primero o el más antiguo, las primas pagadas por una colectividad de asegurados sirven para reponer, reparar o indemnizar las pérdidas de quienes sufran siniestros”.(*APESEG*, s. f.)

La tendencia del mercado asegurador antes de la pandemia, reflejaba que nuestra sociedad, no poseía una cultura de prevención en la contratación de seguros personales, tanto para protección de la integridad personal como de la posesión patrimonial, este segmento de mercado es uno de los más bajos en el sector centroamericano, alcanzando un 9% de la participación regional. Abonado a esto, el desconocimiento por parte de la población y la falta de sociabilización de los distintos tipos de seguro por parte de las compañías de seguro, son factores a analizar en la incidencia del rubro asegurador.(*Perfil-del-Sistema-Asegurador-de-Honduras-Año-2021.pdf*, s. f.)

En el mercado asegurador a nivel nacional compiten 12 empresas aseguradoras constituyen un factor impulsor del sistema financiero, y de la actividad económica en general. Su razón de ser, obedece a la existencia de los riesgos actuales o futuros que afectan a los individuos y empresas.

Ante lo expuesto, se considera necesario realizar una investigación de la evolución del mercado asegurador post pandemia en la ciudad de Tegucigalpa, ya que los efectos del COVID-19 conforman un entorno desafiante para las aseguradoras locales y sus asegurados; se califica que el desempeño y la rentabilidad puede ejercer debido al impacto económico persistente.

Conociendo la situación del mercado asegurador en nuestra sociedad, es sumamente importante enfocar la problemática en función a la perspectiva de usuarios y compañías de seguro; La participación de ambos actores en el mercado, representan un rol muy importante en el sector socioeconómico, en la que uno cubre las necesidades consecuenciales y el otro creando competencia al acceder a estos servicios.

Ante el desconocimiento y con la necesidad del seguro en nuestra sociedad, cómo ha evolucionado este mercado a consecuencia de la pandemia COVID-19.

Según el informe de SCRIESGO Rating Agency, el sector de seguros presentaría un crecimiento considerable, siendo resultado de la necesidad de protección por parte de la sociedad, ante lo vivido a raíz de la pandemia; sin embargo, el informe considera que habrá nuevas medidas restrictivas que el sector implementaría para no ser fuertemente impactados en materia de siniestros. (Garita, 2020, p.4)

Como sociedad, hemos sido puestos a prueba en innumerables ocasiones, especialmente ante riesgos expuestos por fenómenos naturales, sin embargo, la sociedad sigue en una aparente falta de interés o despreocupación, en la que hemos antepuesto como criterio, ver la protección de un seguro más como un gasto que como una inversión no tangible.

La pandemia del COVID-19 encuentra al país con serias deficiencias de cohesión social y gobernabilidad. Las mismas son provocadas principalmente por un entorno institucional

debilitado, vulnerable a problemas de corrupción y abuso de poder y caracterizadas por una crisis de legitimidad creciente. (UNAH, 2020, p.7)

2.2.2 Formulación del problema

Formulamos nuestro problema de investigación con la idea de conocer los aspectos que han cambiado a raíz de la pandemia Covid-19, y su efecto en el mercado asegurador, enfocándonos en aspectos relacionados plenamente con el sector y que llevaron este rubro a reestructurar, fortalecer y estabilizar el sector.

Nuestro problema de investigación será identificar los cambios que se originaron a raíz de la pandemia Covid-19 en aquellos elementos que se conjuntan en el mercado asegurador y hacen que este rubro se desarrolle en la ciudad de Tegucigalpa.

“La formulación del problema de investigación es la etapa donde se estructura formalmente la idea de investigación. Una buena formulación del problema implica necesariamente la delimitación del campo de investigación, establece claramente los límites dentro de los cuales se desarrollará el proyecto. Debemos delimitar al máximo nuestro problema para clarificar el qué y el para qué. La pregunta de investigación debe expresar descripción, asociación o intervención.” (*Formulación del Problema de Investigación*, s. f.)

2.3 Preguntas de investigación

1. ¿Cómo han cambiado las regulaciones en el mercado asegurador post pandemia?
2. ¿Cómo han cambiado los tipos de pólizas en el mercado asegurador post pandemia?
3. ¿Cómo han cambiado los riesgos en el mercado asegurador post pandemia?

4. ¿Cómo han cambiado los asegurados en el mercado asegurador post pandemia?
5. ¿Cómo han cambiado las primas de seguros en el mercado asegurador post pandemia?

2.4 Variables de investigación

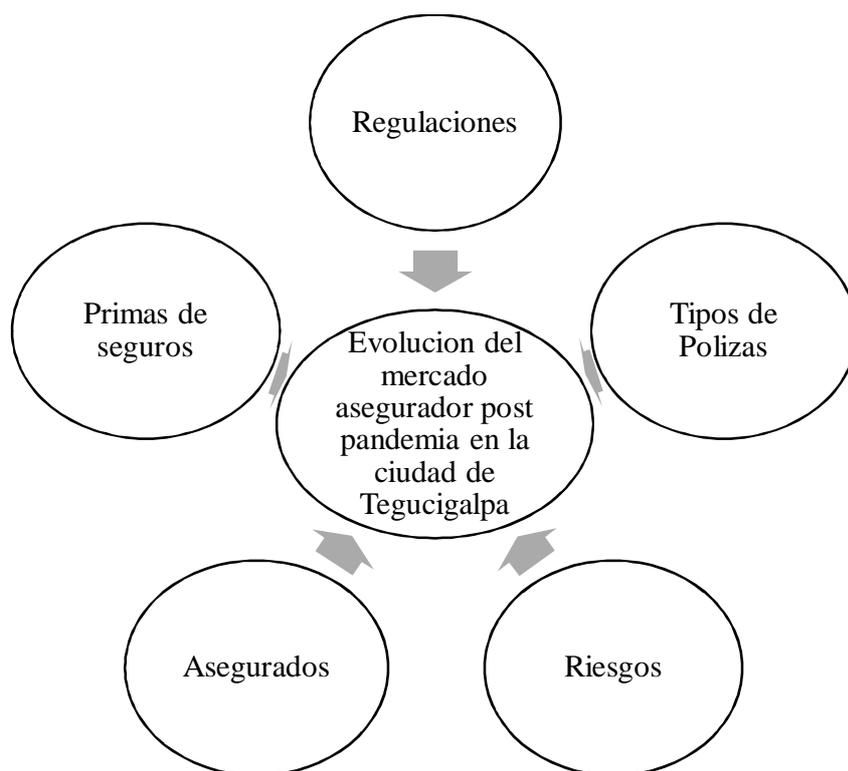


Diagrama 2.1 Sagital de variable

Fuente: Elaboración propia

2.5 Justificación de la investigación

En este espacio muestran los criterios por los cuales es necesario el desarrollo de esta investigación sobre la evolución del mercado asegurador post pandemia en la ciudad de Tegucigalpa.

“Para la respectiva justificación se consideran los siguientes cinco criterios planteados para abordarlo, de acuerdo con el libro de Metodología de la Investigación, 6ta Edición”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

- 1. Conveniencia:** El desarrollo de la presente investigación resulta conveniente al contar con las fuentes necesarias de información para el desarrollo fluido y así determinar la relevancia del mercado asegurador para una sociedad, en la que, al asumir un riesgo, se garantiza protección de patrimonios.
- 2. Relevancia social:** Es de suma importancia ya que daremos a conocer el rol socioeconómico que desempeña este rubro para la sociedad, los beneficios y oportunidades al haber identificado diversas exposiciones de riesgos.
- 3. Implicaciones prácticas:** El presente informe ayudará a proporcionar los principios básicos de aspectos importantes del mercado asegurador, ante el desconocimiento y desinterés sobre el tema objeto de nuestro estudio en el ámbito social.
- 4. Valor teórico:** La presente investigación dará a conocer aspectos de conocimiento general de los seguros en su aplicación, que servirá para que tanto personas naturales como organizaciones, den la importancia y atención al tema de adquisición de coberturas de seguro.
- 5. Utilidad metodológica:** El propósito del presente informe será recolectar datos históricos que sirvan de base para el fomento de una cultura de prevención y preservación patrimonial ante los riesgos a los que en cualquier momento podemos estar expuestos.

2.6 Delimitación de la investigación

Se establecen los siguientes elementos:

- a) Criterio Geográfico: La Ciudad de Tegucigalpa
- b) Criterio Temporal: Se llevó a cabo dentro del segundo trimestre del año 2022, el cual está conformado por abril, mayo y junio.
- c) Criterio de clasificación: Compañías aseguradoras nacionales y extranjeras que se desenvuelvan en el mercado asegurador nacional y cuyas operaciones se desarrollen en la ciudad de Tegucigalpa.

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Explicar la evolución del mercado asegurador post pandemia en la ciudad de Tegucigalpa, considerando regulaciones, tipos de pólizas, riesgos, asegurados y primas de seguros.

3.2 Objetivos Específicos

1. Describir la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a las regulaciones, en la ciudad de Tegucigalpa.
2. Identificar la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los tipos de póliza de seguros en la ciudad de Tegucigalpa.
3. Analizar la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los riesgos en la ciudad de Tegucigalpa.
4. Describir la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los asegurados en la ciudad de Tegucigalpa.
5. Exponer la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a las primas de seguro en la ciudad de Tegucigalpa.

IV. MARCO TEORICO

4.1 Análisis de la situación actual.

4.1.1 Macroentorno

El macroentorno consiste en aquellos elementos externos que pueden influir sobre la producción de una empresa.

“A pesar de que su impacto es indirecto, tales elementos existen en caso de haber o no una producción en la empresa. Es decir, a diferencia del microentorno, el macroentorno no es influenciado por las empresas y su producción.” («Macroentorno», 2018)

Mediante el análisis PESTEL obtenemos una visualización integrada de los factores externos que pueden incidir en el tema a desarrollar, ya que se aborda desde factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales.



Figura 4.1 Análisis de PESTEL

Fuente: (VECDIS, 2021, p. 5)

componentes que integran este análisis PESTEL, los describimos a continuación:

Tabla 4.1

Componentes que integran el análisis PESTEL

Componente análisis PESTEL	Descripción
Político	Este factor determina la medida en que un gobierno puede influir en la economía o en una determinada industria. Por ejemplo, un gobierno puede imponer un nuevo impuesto o tasa debido al cual podrían cambiar las estructuras de generación de ingresos de las organizaciones. Los factores políticos incluyen políticas fiscales o aranceles comerciales que un gobierno puede imponer durante el año fiscal y que puede afectar el entorno empresarial.
Económico	Este factor determina el desempeño de una economía, y cómo ésta impacta directamente a una organización analizando los efectos que puede tener a largo plazo. Por ejemplo, un aumento en la tasa de inflación de cualquier economía afectaría la forma en que las empresas ponen precio a sus productos y servicios. Por otra parte, afectaría al poder adquisitivo de un consumidor y cambiaría los modelos de oferta /demanda. Los factores económicos incluyen la tasa de inflación, las tasas de interés, las tasas de cambio de divisas, los patrones de crecimiento económico, etc.
Social	Los factores sociales o socioculturales son aquellos que tienen que ver con la realidad social del lugar dónde se ubica la empresa. En este caso, los estudios serán sociólogos. Ejemplo de ello son la movilidad social, estilo de vida, nivel educativo, religión, distribución de la renta, hábitos de consumo, entre otros.
Tecnológico	Estos factores identifican aquellas innovaciones tecnológicas disruptivas que pueden afectar a las operaciones de la industria y el mercado de manera favorable o desfavorable. Esto se refiere a la automatización, la investigación y el desarrollo, o al conocimiento tecnológico e innovación que posee un mercado determinado.
Legal	Estos factores tienen una doble vertiente. Existen ciertas leyes que afectan el entorno empresarial en un determinado país, mientras que hay ciertas políticas que las empresas mantienen por sí mismas. El análisis legal tiene en cuenta estos dos ángulos para posteriormente trazar una serie de estrategias determinadas derivadas de legislaciones concretas. Por ejemplo, leyes del consumidor, estándares de seguridad, leyes laborales, etc.
Ambiental	Estos factores incluyen todos aquello que influye o está determinados por el entorno circundante. Este aspecto del PESTLE es crucial para ciertas industrias, particularmente el turismo, agricultura, etc. Los factores de un análisis ambiental empresarial incluyen, entre otros, el clima, el tiempo, la

ubicación geográfica, los cambios globales en el clima, la contaminación del agua, la gestión de residuos, etc.

Fuente: (VECDIS, 2021)

4.1.1.1 Factores Políticos

“Los factores políticos determinan la medida en que un gobierno puede influir en la economía o en un determinado sector empresarial, por ejemplo, podrá imponer un nuevo arancel o impuesto que afecte a las empresas, así como promover productos o servicios, como son servicios de salud, educación o infraestructura.” (Sánchez Rodríguez, 2020b)

Gobierno Actual:

La toma de posesión de la presidenta Xiomara Castro (2022-2026) el 27 de enero, representa la restauración de la esperanza de amplios sectores de la población que confían en que la nueva mandataria, la primera mujer en la historia del país, revertirá la estructura de impunidad que sostuvo al expresidente Hernández; derogará muchas leyes que comprometieron la soberanía nacional, los derechos humanos, la transparencia en el manejo del presupuesto, el castigo a los corruptos, el saqueo de las instituciones del Estado y la criminalización de los defensores del ambiente, entre otras; y confían en que se abrirán las posibilidades de una mejoría económica que les permita atender sus necesidades más elementales y ver con más esperanza el futuro inmediato. (Cooperación Española, 2022, p.3)

Historia y Clima Político Actual:

Honduras inició en 1982 la transición a la democracia en un contexto regional de crisis centroamericana y un contexto internacional de Guerra Fría; ambos hechos condicionaron la transición y la redujeron a una cuestión estrictamente electoral, según la cual los partidos políticos tradicionales, Liberal y Nacional, comenzaron a alternarse en el ejercicio de la presidencia sin mayores problemas hasta el golpe de Estado de junio de 2009, cuando una alianza política, empresarial y militar, con el apoyo de los medios de comunicación corporativos y las cúpulas religiosas, decidieron sacar ilegalmente del gobierno y del país al presidente Manuel Zelaya Rosales (2006-2010), en ese entonces del partido Liberal, pese a que no existía ni existe en el país la revocatoria de mandato. (Salomón, 2022, p.1)

A partir de entonces, cuatro fenómenos se intensificaron en la vida política y social del país: la corrupción, el irrespeto a la ley, la impunidad y la politización partidaria de las instituciones. Esto incluyó el gobierno de facto de Roberto Micheletti (2009), el primer gobierno del partido Nacional, de Porfirio Lobo Sosa (2010-2014) y los siguientes dos gobiernos del mismo partido y el mismo presidente, Juan Orlando Hernández (2014-2018 y 2018-2022). Su triunfo en las elecciones de 2017, con señalamientos de fraude a nivel nacional e internacional, y con una reelección prohibida por la Constitución de la República, acentuó la fragilidad institucional y puso en evidencia la debilidad del Estado de derecho y el control político directo sobre los otros poderes del Estado, el legislativo y el judicial además del Ministerio Público (Procuraduría, en otros países), los cuales no iniciaron ninguna investigación y tampoco una acusación penal.

Políticas Gubernamentales:

El nuevo gobierno se ha visto obligado a readecuar sus ejes de trabajo, propuestos en las pasadas elecciones, dada la situación de urgencia derivada de las condiciones reales de la institucionalidad estatal recibida, reformulando consecuentemente las prioridades a impulsar durante los primeros 100 días de gobierno.

Estos ejes prioritarios se pueden agrupar en cuatro, en función de las similitudes de las prioridades establecidas:

Sector estatal y estilo de gobierno: Derogar fideicomisos lesivos a la economía; revisar, adecuar o cancelar las exoneraciones fiscales; recuperar empresas estatales (Empresa Nacional de Energía Eléctrica - ENEE y Hondutel); revisar contratos de energía; crear de la Secretaría de Planificación Económica y Desarrollo Social; impulsar las consultas populares (democracia participativa); instalar, como se ha indicado, una comisión internacional contra la corrupción y la impunidad; eliminar la ley sobre las zonas de empleo y desarrollo económico (ZEDE), pasándolas al régimen especial existente como el de zonas libres; eliminar la ley de secretos oficiales; e incorporar científicos al desarrollo del país.

Sector social: creación de empleos, no incrementar los impuestos; renegociar el estatuto del docente; garantizar el acceso gratuito a internet en las escuelas, colegios y universidades.

Sector judicial: resolver jurídicamente los casos emblemáticos (relativos a los defensores ambientales); otorgar indultos para presos políticos; adoptar un nuevo código penal; reforzar la policía comunitaria.

Sector ambiental: reforestación nacional.

El mercado asegurador forma parte integrante del sistema financiero nacional, por ende, un elemento muy importante de la actividad mercantil del país. Al prestar servicios y productos que

son intangibles, reúne las condiciones establecidas por los entornos políticos, legales y socioeconómicos del país.

4.1.1.2 Factores Económicos

“Honduras posee múltiples fortalezas y el potencial para un crecimiento más rápido y una mayor prosperidad compartida, debido a su ubicación estratégica, una base industrial en crecimiento, esfuerzos continuos para diversificar sus exportaciones y una población joven y en crecimiento.” (Banco Mundial, 2022)

Tabla 4.2

Indicadores Macroeconómicos

Concepto	Observado	Proyecto	
	2020	2021	2022
Inflación	4.01	4.0+-1.1PP	4.0+-PP
PIB Real	-9	8-0-9-0	3.2-5.2
Exportación de Bienes	-12.6	29.7	6.4
Importaciones de Bienes	-15.7	39	6
Resultados de cuenta Corriente de la POB	2.8	-2.4	-2.7
Cobertura de Reservas Internacionales	7.4	>_7.5	>_7.5
Depósitos Totales	16.8	10.06	9
Créditos de la OSD	3.2	7	9.3

Elaboración Propia Datos del BCH 2021

El PIB real en Honduras creció a una tasa anual promedio de 3,1% durante la última década. El país también implementó políticas macroeconómicas prudentes durante los últimos años, ancladas en la Ley de Responsabilidad Fiscal, y registró las segundas tasas de crecimiento económico más altas de América Central, superadas solo por las de Panamá. El crecimiento del PIB del país alcanzó el 3,7% en 2018 y 2,7% en 2019, por encima del promedio de América Central y muy por encima del promedio de América Latina y el Caribe (ALC).

Sin embargo, la pandemia de la COVID-19, junto con dos huracanes de categoría 4 —Eta e Iota— en 2020, provocó una fuerte caída del PIB de 9%, mientras que los ingresos y el empleo también cayeron, con unas 400.000 personas que perdieron su trabajo durante ese año.

Honduras sigue siendo uno de los países más pobres y desiguales del hemisferio occidental. Antes de los dos impactos de 2020, el 25,2% de la población hondureña vivía en la pobreza extrema y casi la mitad (4,4 millones de personas) vivía en la pobreza, según las líneas de pobreza oficiales. La pobreza se redujo poco desde 2014, mientras que la pobreza extrema aumentó en las áreas rurales desde 2014 y en las áreas urbanas desde 2017. La desigualdad rural también aumentó considerablemente de un índice de Gini de 0,431 en 2014 a 0,486 en 2019. En general, Honduras tuvo en 2019 el cuarto nivel más alto de desigualdad de ingresos (índice de Gini de 0,482) en la región de ALC. (Banco Mundial, 2022)

Siendo una de las áreas más fuertes del sector financiero, generando fuerza laboral creciente, potenciando el desarrollo en inversiones, garantizando el respaldo necesario para la protección de bienes y personas, y desarrollándose en un entorno competitivo tanto de empresas de capital nacional, como internacional, este sector cubre con las condiciones económicas que la sociedad demanda de ellos.

4.1.1.3 Factores Socioculturales

“Es un término compuesto por dos palabras “social” y “cultural”, en el primero se enfoca en la sociedad y en el segundo delimita a un lugar en concreto, enmarcado por el entorno. Es así como podemos decir que la definición de sociocultural consiste en el estudio de un grupo de personas según sus características y patrones originarios de su cultura, por ende, del lugar donde adquirió sus ideales, costumbres y tradiciones.” (*Sociocultural*, s. f.)

Demografía:

Honduras, situada en América Central, tiene una superficie de 112.490 Km².

Honduras, con una población de 10.117.000 personas, se encuentra en la posición 92 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 90 habitantes por Km². La última tasa de variación anual del IPC publicada en Honduras es de abril de 2022 y fue del 8,4%. En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los hondureños tienen una mala calidad de vida. Si la razón para visitar Honduras son negocios, es útil saber que Honduras se encuentra en el 121° puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Honduras ha sido de 23 puntos, así pues, la percepción de corrupción de los hondureños en su país es muy alta. (*Sociocultural*, s. f.)

Cultura y Costumbres:

Honduras es un estado multiétnico, multicultural y multilingüe en el que, además de la población blanca y mestiza, viven siete pueblos indígenas (Miskitu, Pesh, Tawahka, Nahua, Tolupán, Chortí y Lenca) y dos afrodescendientes (Garifunas y Negros de habla inglesa). Estas comunidades constituyen una rica diversidad étnica y cultural en el país.

La importancia cultural de estos pueblos queda reflejada en la pervivencia de numerosas expresiones artísticas y culturales propias, costumbres ancestrales, gastronomía, uso de recursos genéticos tradicionales, actos rituales y espirituales. El relativo aislamiento en el que se encontraron por un tiempo, parte de ellos, favoreció la preservación de sus tradiciones y cultura y, por supuesto, de sus lenguas.

En la actualidad, aparte del idioma oficial del país, el español, en Honduras se puede considerar vivas las lenguas Miskitu, Pesh, Tawahka, Tolupán, Chortí, Garifunas e Isleña.

(Sociocultural, s. f.)

El mercado asegurador del país, ante el constante cambio conductual y adaptándose a las costumbres sociales, proyectan sus mercados con esfuerzos y compromiso, tal como lo demanda la sociedad de ellos.

4.1.1.4 Factores Tecnológicos

“Tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer las cosas. Sin embargo su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y los servicios.”(Peñalver, s. f.)

“La repercusión de la tecnología se manifiesta en nuevos productos, nuevas máquinas, nuevas herramientas, nuevos materiales y servicios. Algunos beneficios de la tecnología son: mayor productividad, estándares más altos de vida, más tiempo de descanso y una mayor variedad de productos.”(Peñalver, s. f.)

Innovación Tecnológica:

Honduras ocupa el lugar noventa en el ranking mundial de desarrollo tecnológico, solo adelante de Nicaragua a nivel centroamericano. En general, los países Centroamericanos mejoraron su calificación en el Índice Global (NRI), en promedio un 4%. Países como El Salvador, Costa Rica y Panamá, incrementaron su calificación entre un 2% y 4% (respecto al año pasado); mientras que Guatemala y Honduras aumentaron, respectivamente, un 5% y 8%. (Peñalver, s. f.).

Infraestructura Tecnológica:

Los avances tecnológicos también son esenciales para encontrar soluciones permanentes a los desafíos económicos y ambientales, al igual que la oferta de nuevos empleos y la promoción de la eficiencia energética. Otras formas importantes para facilitar el desarrollo sostenible son la promoción de industrias sostenibles y la inversión en investigación e innovación científicas. (Peñalver, s. f.).

En materia de las TI, en Honduras hay mucho por hacer, ya que el país ofrece un potencial para la inversión de empresas de tecnología de punta en diferentes sectores, la masificación en el uso de las Tecnologías de Información (TI), en especial la telefonía móvil, el acceso a

internet y las conexiones en banda ancha, representan oportunidades para invertir en nuevos servicios y productos.

En vista de la situación industrial actual y las dificultades que afronta Honduras, después de las tormentas Eta y Iota, y aun batallando por los estragos causados a la economía por la pandemia del Covid-19, la Presidente de la República de Taiwán, Tsai Ing-wen y su homólogo hondureño Juan Orlando Hernández han acordado que ambos países hermanos trabajarán juntos reconstruyendo Honduras. Dentro de las propuestas se incluye apoyo en el desarrollo y transformación digital de sectores como gobierno, agricultura y acuicultura. (CNI, 2017).

La evolución ha llevado a concluir, que la adaptación tecnológica en los mercados, debe ser implementada o por ende desaparecer, por lo que el mercado asegurador constantemente ha realizado modificaciones e inversiones tecnológicas en sus procesos, con la finalidad de atender sus carteras de clientes, y así, de esa manera, cubrir los servicios que se demandan de este sector.

4.1.1.5 Factores Legales

“Factores legales tiene un lado interno y uno externo existen leyes que afectan el entorno empresarial en un determinado país, en cada país existen diferentes leyes que suelen utilizarse para el análisis, por ejemplo; leyes contra la discriminación, leyes de protección al consumidor, leyes antimonopolios, leyes de salud laboral.”(Sánchez Rodríguez, 2020a)

Leyes Antimonopolio:

La ley para la defensa y promoción de la competencia de Honduras (en adelante “la Ley” o LDPC), surgió a partir de las reformas estructurales iniciadas en la década de 1990, cuyos

objetivos eran liberalizar la economía, desregular los mercados, privatizar algunas empresas públicas y abrir la economía al mercado extranjero. Este proceso no ha estado ausente de problemas, debido a una arraigada tradición de intervención estatal en la economía. Dicha intervención ha sido especialmente frecuente en mercados agrícolas sensibles, en los que el gobierno ha fijado los precios en algunas ocasiones.

La Ley se inspira en el modelo tipo de defensa de la competencia de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo). Aborda los tipos habituales de actividad anticompetitiva: los acuerdos restrictivos tanto horizontales como verticales, la conducta unilateral y las concentraciones económicas. Además de estas disposiciones estándar, la LDPC contiene un capítulo que define algunos conceptos básicos de la política de competencia, como son: la competencia, el consumidor y el mercado de referencia, entre otros. A nivel institucional, la CDPC es una autoridad autónoma, con el Ministerio de Industria y Comercio (Secretaría de Industria y Comercio) como su ministerio de ejecución. El pleno de la Comisión consta de tres miembros designados por el Congreso, en base a las recomendaciones de varios organismos de representación. Las principales características de la Ley son, en primer lugar, la autonomía de los miembros del pleno de la Comisión, lo que garantiza un estricto enfoque técnico en el proceso de la toma de decisiones, y en segundo lugar, la declaración explícita de la Ley de su objetivo de alcanzar la eficiencia económica y el bienestar de los consumidores.(OECD/BID 2011)

Derecho Internacional:

En Honduras, la Constitución de la República (artículo 16) establece que, “los tratados internacionales celebrados por Honduras con otros Estados, una vez que entran en vigor, forman parte del derecho interno,” otorgándole con ello un valor jurídicamente vinculante.

Tabla 4.1.1.5 Tratados Internacionales Ratificados por Honduras

Tabla 4.3

Tratados Internacionales Ratificados por Honduras

Nombre del tratado	Estado Parte desde
Convenio de Minamata	22/03/2017
Acuerdo de París	21/09/2016
Protocolo de Nagoya	12/08/2013
Convenio de Rotterdam	26/09/2011
Protocolo de Cartagena	18/11/2008
CMS	01/04/2007
Convenio de Estocolmo	23/05/2005
Tratado sobre los recursos Filogénicos	14/01/2004
Protocolo de Kyoto	19/07/2000
UNCCO	25/06/1997
Convenio de Basilea	27/12/1995
CMNUCC	19/10/1995
CDB	31/07/1995
Protocolo de Montreal	14/10/1993
Convenio de Viena	14/10/1993
CITES	15/03/1985

Elaboración propia

Datos: CEPAL-ONU

Adicionalmente a las leyes y tratados enunciados anteriormente, el rubro asegurador es regulado por la Ley de instituciones de seguros y reaseguro, y a su vez supervisado por el ente regulador nacional, la CNBS; Asimismo su estructura contractual, para la emisión de documentos de certificados de seguro, son regidos de acuerdo las estipulaciones del código de comercio de Honduras.

4.1.1.6 Factores Ambientales:

“Los factores ambientales de una empresa son todos los factores internos y externos del ambiente organizacional que pueden afectar positiva o negativamente el desarrollo de sus proyectos.” (<https://economipedia.com/definiciones/factores-ambientales-de-la-empresa.html>)

Considerando los factores ambientales internos, de la estructura de este rubro (Mercado Asegurador), como ser, cultura organizacional, recursos, localización geográfica e infraestructura, se puede determinar que las compañías aseguradoras, mantienen activos y en constante desarrollo las bases en las cuales han puesto en marcha sus prácticas operacionales. Así como, una constante inversión en recursos, para la innovación y adaptación a los elementos estructurales de operación y canales de atención.

Asimismo, los factores ambientales externos, como cultura, riesgo y mercado, han sido abordados desde un marco en el cual priman condiciones igualitarias, para el desarrollo del rubro en competencia equitativa, en el cual se identifiquen elementos de alto impacto para el crecimiento del sector como ser alcance de mercado, aceptación de riesgos y el exploramiento y otorgamiento de nuevos límites de coberturas en los servicios prestado.

4.1.2 Microentorno

“El microentorno son fuerzas cercanas a la empresa, que afectan su capacidad para servir a sus clientes: la empresa misma, los proveedores, los canales de distribución, los diferentes tipos de clientes, los competidores y los públicos.” (Kotler & Armstrong, 2007.)

Tomando en consideración que el tema de investigación es la evolución del mercado asegurador post pandemia, es preciso identificar los elementos que pueden influir en el microentorno donde funciona el mercado.

Cinco fuerzas de Porter

Conocido también el Diamante de Porter, se ha utilizado de diversas maneras. A escala nacional ha sido utilizado por los países y gobiernos para analizar las políticas que deberían aplicar para fomentar la ventaja competitiva de sus industrias. Puesto que el argumento, en esencia, es que las características nacionales de la competencia deberían ofrecer ventajas a escala más amplia, la consecuencia es que se debe fomentar la competencia en el país, en vez de proteger a las industrias de la competencia externa. Sin embargo, los gobiernos también pueden potenciar esta ventaja para garantizar, por ejemplo, elevadas expectativas sobre el rendimiento de los productos, la seguridad o los estándares medioambientales; o fomentándola cooperación vertical entre proveedores y compradores en el ámbito nacional, lo que podría dar lugar a la innovación. (Johnson, Scholes, & Whittington, 2006)

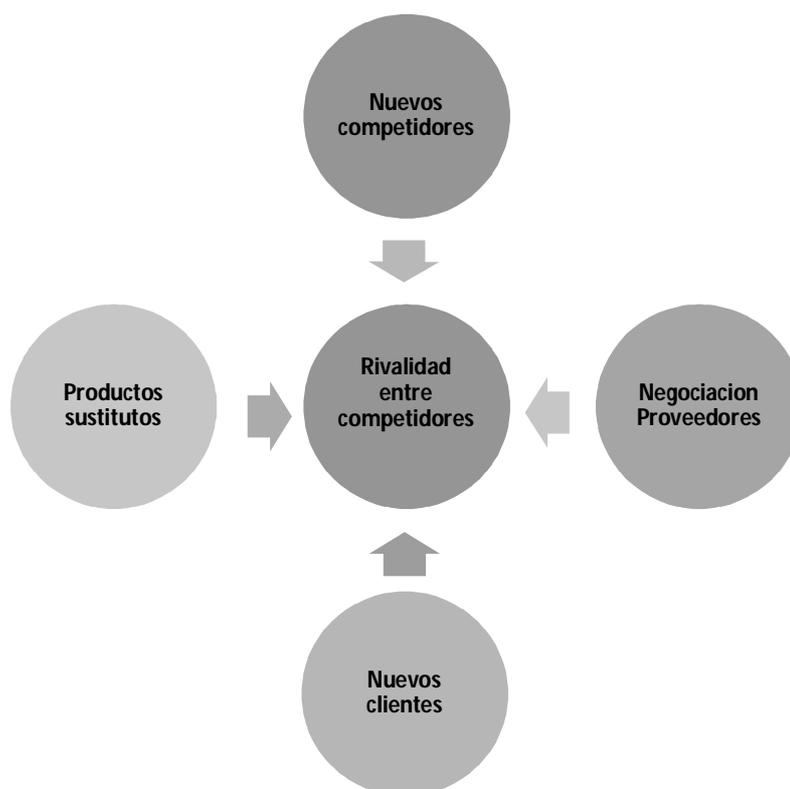


Figura 4.2 Diagrama de las 5 fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia

4.1.2.1 Rivalidad entre los competidores

La rivalidad entre competidores está en el centro de las fuerzas y es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector.

La situación actual del mercado en cualquiera de los sectores viene marcada por la competencia entre empresas y la influencia de esta en la generación de beneficios. Si las empresas compiten en precios, no solo ellas generan menos beneficios, sino que el sector se ve perjudicado, de forma que no atrae la entrada de nuevas empresas.

En los sectores en los que no se compite en precios se compite en publicidad, innovación, calidad del producto/servicio. La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio. Una rivalidad elevada limita el rendimiento de una industria. El grado por el cual la rivalidad hace descender el potencial de beneficio de una industria depende, en primer lugar, de la intensidad con la que las empresas compiten y, segundo, de la base sobre la que están compitiendo. (Porter, 2008, p.48).

Dentro del mercado asegurador de Tegucigalpa la rivalidad entre los competidores es muy alta, debido a la cantidad de competidores que existen y que ofrecen productos similares. Es importante destacar que las estrategias que sigan las empresas durante la pandemia o post pandemia proporcionen una ventaja competitiva en comparación con las que aplica la competencia ya que

existe una falta de diferenciación en el sector, entre ellas se encuentra la reducción de precios, esta estrategia está sucediendo cada vez más a causa de la gran rivalidad existente entre competidores, se aplican unas rebajas de primas en las pólizas que son fácilmente igualadas por la competencia, y una vez se igualan, disminuyen los ingresos para todas las empresas.

También una mejora en la calidad de atención y asesoramiento al cliente es la estrategia de diferenciación más importante en el sector del corretaje de seguros ya que es la herramienta más fiable para que un cliente confíe en la empresa y por tanto se deje aconsejar en cuanto a precios, productos o siniestralidad.

4.1.2.2 Poder de Negociación con los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es una de las cinco fuerzas de la teoría económica sobre el modelo competitivo que desarrolló Porter. En pocas palabras, este poder es la capacidad que tienen los proveedores para negociar el precio de los insumos o servicios que ofrecen con las empresas a las que suministran.

Generalmente, un proveedor buscará ofrecer menor calidad o trasladar costos a sus clientes para aumentar su rango de ganancias, lo que encarecerá el producto de la empresa o comercializadora final. Cuando la influencia de los proveedores es mayor, los clientes tendrán desventaja a la hora de negociar los costos o condiciones comerciales. Por esta razón, es muy importante que los negocios realicen un análisis para conocer sus ventajas y desventajas frente a sus proveedores.

Los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria. Los proveedores poderosos, incluidos los que proporcionan mano de obra, pueden sacar la máxima rentabilidad de una industria que no pueda traspasar un incremento del coste al precio final. Microsoft, por ejemplo, ha contribuido a la erosión de la rentabilidad entre los productores de ordenadores personales subiendo los precios de los sistemas operativos. Los

productores de ordenadores personales, que compiten enérgicamente por hacerse con clientes que puedan cambiar con facilidad de sistema operativo, han restringido la libertad para subir los precios en relación a los costes. (Porter, 2008, p.43)

En este caso las compañías aseguradoras no cuentan con el mismo poder de negociación que tiene el cliente con las corredurías de seguros. Sobre todo, porque en este caso los clientes de las aseguradoras son las propias corredurías de seguros y por tanto respecto a los precios se tienen que ajustar a las circunstancias del mercado y al poder de negociación de las corredurías.

Por tanto, el poder de las compañías de seguros no es tan elevado debidos a los siguientes factores:

Elevado número de compañías de seguros. Como sucede con las corredurías de seguros, es un mercado muy masificado y con un gran número de empresas que pueden ofrecer productos similares y con un poder de elección con cual trabajar más elevado.

Los costes de cambio de proveedor son relativamente bajos como se ha visto en el apartado anterior, no obstante, el que se ve más perjudicado en estos casos es el corredor debido a que las aseguradoras aplican bajadas en las comisiones de sus pólizas.

El distribuidor, es decir, la propia correduría de seguros ahorra los costes fijos a la compañía de seguros.

4.1.2.3 Poder de negociación con los clientes

La negociación está muy presente en la realidad de la empresa en distintos ejemplos. Un negocio no es viable sin la interacción con clientes que establecen un lazo comercial a través de esta prestación de un servicio. Esta capacidad de negociar nunca es infinita sino acotada a unos límites de realidad. Generalmente, cuando un cliente acude a una tienda no es consciente de esta posibilidad puesto que cuando llega al lugar encuentra un escaparate con unos precios ya establecidos que son los que determinan el coste de la compra.

Los clientes influyentes —la otra cara de los proveedores influyentes— pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrentando en general a los distintos participantes en una industria. Todo ello a costa de la rentabilidad de una industria. Los compradores son poderosos si cuentan con influencia negociadora sobre los participantes en una industria, especialmente si son sensibles a los precios, porque emplean ese peso para ejercer presión en la reducción de precios. Al igual que los proveedores, pueden existir distintos grupos de clientes que difieran en su capacidad de negociación. (Porter, 2008, p.44)

Los clientes tienen un gran poder de negociación en el sector de los seguros haciendo que las propias entidades aseguradoras y los distribuidores, es decir, las corredurías de seguros compitan entre ellos para poder satisfacer las necesidades del cliente de la mejor manera.

En función de lo planteado, se diferencian tres factores del poder de negociación con los clientes: Primero, los costes económicos de cambio de proveedor son mínimos, incluso en muchas ocasiones inexistentes. Debido a la fuerte competencia existente en el sector.

Segundo, los seguros son un producto poco diferenciado y que se comercializa de forma equitativa por las corredurías de seguros.

En último lugar se encuentra la transparencia de información. Se puede considerar el factor que más valoran los clientes a la hora de contratar un seguro y de depositar su confianza en una compañía, ya que actualmente con la nueva realidad tecnológica y social que se está viviendo, lo que busca el cliente es la mayor transparencia, inmediatez y sencillez posible por parte de su corredor de seguros

4.1.2.4 Entrada de nuevos competidores

En el mercado asegurador la entrada de nuevos competidores se ha convertido en algo habitual año tras año, ya que no existen grandes barreras de entrada. En cuanto a los nuevos competidores se encuentran corredurías de nueva creación a nivel nacional pero también

extranjeras que quieren incrementar su cuota de mercado, sobre todo las entidades bancarias que están encontrando en los seguros una nueva vía de ingresos que pueden potenciar mediante su gran cartera de clientes e infraestructuras.

Los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesario para competir. En especial, cuando los nuevos aspirantes proceden de otras industrias y deciden diversificarse, pueden influir en la capacidad existente y en los flujos de liquidez para estimular la competitividad, que es lo que hizo Pepsi cuando entró en la industria del agua embotellada, Microsoft cuando empezó a ofrecer navegadores de Internet y lo que hizo Apple cuando se incorporó al negocio de las distribuidoras musicales. (Porter, 2008, p.37)

4.1.2.5 Amenaza de productos Sustitutos

La amenaza de sustitutos es generalmente mayor cuando el valor de un producto no es relevante es decir si el precio y las características de este no son únicas. Esto puede lastimar a una empresa cuando por ejemplo el precio de un producto similar en el mercado va hacia abajo. A medida que aparecen más sustitutos, tanto la demanda y el precio de los productos se hace más elástica. Como el precio de los sustitutos cae, los fabricantes pueden asegurarse subiendo los precios o la propia empresa se ve forzada a bajar sus propios precios. Los sustitutos también pueden venir de fuera de la industria del producto original y pueden servir para la misma función o para un propósito similar.

Un sustitutivo realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera. La videoconferencia es un sustitutivo del viaje. El plástico es un sustitutivo del aluminio. El correo electrónico es sustitutivo del correo urgente. A veces, la

amenaza de un producto sustitutivo no es tan visible o directa cuando un sustitutivo ocupa el producto de la industria del comprador. Por ejemplo, los productos y servicios de jardinería se ven amenazados cuando los bloques multifamiliares de las zonas urbanas sustituyen a las casas unifamiliares en los barrios residenciales. El software vendido a los agentes de viajes se ve amenazado cuando los sitios web dedicados al ocio sustituyen a las agencias de toda la vida. (Porter, 2008, p.47)

Como se ha comentado en la introducción a las 5 fuerzas de Porter, los sustitutivos son productos o servicios que ofrecen una función similar a lo que ofrece la propia empresa o satisfacen total o parcialmente la misma necesidad. En la actualidad no existen productos que puedan sustituir a los seguros, pese a que los bancos sí que pueden reemplazar o disminuir la cuota de mercado de aseguradores, corredores de seguros y agentes.

4.2 Teorías de sustento

La historia del Seguro se remonta a las antiguas civilizaciones de donde se utilizaban prácticas que constituyeron los inicios de nuestro actual sistema de Seguros. Probablemente las formas más antiguas de Seguros fueron iniciadas por los babilonios y los hindúes. Estos primeros contratos eran conocidos bajo el nombre de Contratos a la Gruesa y se efectuaban, esencialmente, entre los banqueros y los propietarios de los barcos. Con frecuencia, el dueño de un barco tomaría prestados los fondos necesarios para comprar carga y financiar un viaje. El contrato de Préstamos a la Gruesa especificaba que, si el barco o carga se perdía durante el viaje, el préstamo se entendería como cancelado. Naturalmente, el costo de este contrato era muy elevado; sin embargo, si el banquero financiaba a propietarios cuyas pérdidas resultaban mayores que las esperadas, este podía perder dinero.

Los vestigios del Seguro de Vida se encuentran en antiguas civilizaciones, tal como Roma, donde era acostumbrado por las asociaciones religiosas, coleccionar y distribuir fondos entre sus miembros en caso de muerte de uno de ellos. Con el crecimiento del comercio durante la Edad Media tanto

en Europa como en el Cercano Oriente, se hizo necesario garantizar la solvencia financiera en caso de que ocurriese un desastre de navegación. Eventualmente, Inglaterra resultó ser el centro marítimo del mundo, y Londres vino a ser la capital aseguradora para casco y carga.

El Seguro de Incendio surgió más tarde en el siglo XVII, después que un incendio destruyó la mayor parte de Londres. Después de ese suceso se formularon muchos planes, pero la mayoría fracasaron nuevamente debido a que no constituían reservas adecuadas para enfrentar las pérdidas subsecuentes de las importantes conflagraciones que ocurrieron.

La siguiente investigación se desarrollará con las teorías de sustento sobre la evolución del mercado asegurador post pandemia en la ciudad de Tegucigalpa que buscan discernir cuales fueron los cambios o modificaciones resultantes en los servicios que presta este rubro.

Para la elaboración de esta temática se consideran tres teorías de sustento que respaldan la investigación.

4.2.1 Adaptarse o morir: Darwin y la evolución del mercado

“Marketing significa Satisfacer necesidades de manera rentable, “Marketing es la actividad, conjunto de instituciones y procesos que tienen como fin crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y para la sociedad en general”. (Philip Kotler).

Darwin se basó en cuatro elementos centrales para desarrollar la teoría de la evolución:

- 1) La variabilidad individual y su potencialidad;
- 2) La transmisión a la progenie de las características variables;
- 3) Las especies dejan más progenie de la que es posible que sobreviva y;
- 4) La lucha por la sobrevivencia. Estas cuatro variables no se pretenden explicar aquí, sino reconfigurarlas y trasladarlas a un plano social y de marketing.

1. La diversidad del consumidor

El primer punto consiste en entender como todos los miembros de una especie, categoría o grupo social difieren entre sí, esto permite una interrelación entre el consumidor y la marca, y al mismo tiempo la vuelve más compleja, puesto que tanto uno como el otro se muestra diferente, incluso, dentro de una misma tipología o categoría, eso lo hemos aprendido a través de los años y de la investigación que hasta ahora se ha realizado.

Lo mismo ocurre con este gran abanico de marcas en una misma categoría y que exaltan sus cualidades a través de la comparación para diferenciarse de las demás, cuando tendría que crear su propia identidad con elementos extrínsecos e intrínsecos y el conglomerado emocional con el que cuenta y no el que crea para el consumidor.

Ahora bien, estas diferencias particulares de los consumidores y las marcas pueden ser, por un lado, intrínsecas a cada uno de ellos, lo que les permite transmitirlos de generación en generación, aquí hablamos de la cultura que conlleva cada individuo y la tradición e imagen que se ha forjado cada una de las marcas con el tiempo.

2. Herencia del consumidor

El segundo punto, que tiene que ver con la transmisión de estas características variables, nos indica que, si las características favorables seleccionadas por los cambios anteriormente mencionados no son transmitidas, no podría existir una transformación o evolución del consumidor y las marcas.

Si bien, en el plano social, apenas se habla de la transmisión genética de aspectos sociales, podremos rescatar que muchos de los hábitos, gustos, preferencias, o selección pueden heredarse y pulirse a través del tiempo, creando nuevas necesidades emocionales en donde las marcas tienen que seguir esta herencia en la búsqueda de ir a la par de la evolución del consumidor.

3. El legado del consumidor y su marca

El punto tres menciona el mayor número de prole que las especies dejan para la sobrevivencia, y, a mi parecer y analogando, esto es muy característico en el marketing de nuestros tiempos, el crecimiento y expansión de marcas en una misma categoría, o la diversificación o especialización según el consumidor.

Esto, en muchas ocasiones acompañado de una batalla publicitaria masiva en la que se espera sobrevivir en la mente y dinámicas del consumidor.

Por otra parte, la del consumidor, existe una creación constante de necesidades que intenta ir cubriendo en su desarrollo, las cuales se bifurcan conforme éstas van siendo satisfechas, al mismo tiempo que otorga a los suyos un abanico más extenso de opciones para que la elección que éstos realicen sea más cercana o certera de su necesidad.

Si bien, en algunos casos muestra mayor fidelidad a una marca, ésta puede diluirse cuando debe, por voluntad o contexto, adaptarse al medio para la sobrevivencia social y crear mecanismos como transmisión oral, reconfiguración de productos, switcheo, formas de compra y consumo que tienden a transmitirse a través de la práctica.

4 La lucha por la sobrevivencia

Por último, el cuarto punto está relacionado con la lucha por la sobrevivencia, en donde se presenta el equilibrio entre una especie y los recursos disponibles, los cuales son diversos y tienden a ser tanto físicos, biológicos como sociales o contextuales.

Estos recursos, en este caso, pueden ser las necesidades que desea satisfacer un consumidor y las opciones a las que se enfrenta, es decir, las marcas, productos, categorías con las que interactúa día a día.

Además, si le aunamos cada una de las características de los diversos contextos a los que se enfrenta en sus dinámicas de compra, las distintas formas de publicidad en los diferentes medios, el contexto y el grupo de pertenencia en el que se encuentra, estado de ánimo y estilo de vida que lleva y el que desea proyectar, por mencionar algunos de ellos.

4.2.2 Teoría Del Crecimiento Impulsado Por La Demanda Real

La teoría del crecimiento moderna puede clasificarse según el protagonismo otorgado en la explicación a la oferta o demanda agregada, La primera descansa sobre los principios de modelos macroeconómicos de corte clásico que aseguran siempre el pleno empleo. La segunda, muestra que es posible que la demanda agregada tenga un rol en la determinación del crecimiento a largo plazo en el contexto de una economía monetaria sujeta a escenarios

de incertidumbre, en la cual la demanda por liquidez y la inestabilidad de las decisiones de inversión, conducen al desempleo involuntario y a la no. (Dutt, 2010)

Contrario a la dicotomía comentada anteriormente parece más razonable entender el proceso de crecimiento como algo que se refuerza mediante la continua interacción de oferta y demanda, sin darle un papel protagónico a ninguna de las dos, existen dos posiciones influyentes que buscan eliminar esta dicotomía: la Clásica-Marxista y la Kalecki-Keynes. No obstante, este trabajo se concentrará en mostrar el origen y evolución de otra teoría que también busca reconciliar el papel de la oferta y demanda agregadas en el proceso de crecimiento económico. (Dutt (2010)

La teoría del crecimiento de Currie plantea:

que este fenómeno es endógeno, está impulsado por la demanda *real* y los rendimientos crecientes macroeconómicos, en el cual el cambio estructural no conduce a un equilibrio en particular o estacionario, y que puede ser estimulado con la intervención del Estado. Lo anterior cuestiona la tesis del individualismo metodológico, la consecución de asignaciones Pareto-óptimas inmodificables, y la teoría de la distribución neoclásica y su función de producción asociada. Por consiguiente, este trabajo explora las raíces de la teoría del crecimiento de Currie, desde la óptica de Adam Smith, Alfred Marshall, Allyn Young, quienes introdujeron aportes significativos, adaptaciones o mejoras a sus predecesores, al incorporar nuevos conceptos y precisar o cambiar el significado de los ya existentes. Para cumplir con este propósito, además de esta introducción se presenta una sección para cada uno de los autores mencionados.

3.2.3 Adam Smith Y La Dualidad De Las Fuerzas Del Mercado

“Las fuerzas inherentes, naturales o endógenas al mercado, por medio de los precios, presentan una doble función, por un lado, conducen al equilibrio”. (Winch, 1997)

” por otro, estimulan el cambio y la evolución. Los economistas se han concentrado en la primera tarea estudiando el papel de los precios en un ejercicio de asignación estática de recursos descuidando la segunda, en la cual los precios operan como generadores de cambios estructurales y evolución dinámica”. (Kaldor, 1972).

La obra de Smith (1776) empieza aclarando qué se entiende por riqueza de una nación para luego continuar con la pregunta lógica acerca de qué y cómo se determina su progreso. Para ello Smith acudió a la división del trabajo como fuente de insólitos incrementos en la productividad de ese factor, lo cual elevaba la producción total y per cápita. Los aumentos en la productividad acaecidos por la división del trabajo obedecen a tres factores; el aprendizaje en la práctica, el ahorro de tiempo que comúnmente se pierde al pasar de una ocupación a otra y la creación de maquinaria. En el fondo se trata de un conjunto de procesos complejos que se transforma en una sucesión de procesos más simples. (Young, 1928).

Luego Smith (1776) mostrará que la conducta humana proclive al intercambio es el incentivo a la división del trabajo, pues las personas buscan especializarse en una actividad, en la medida que incrementa su producción para intercambiarla por bienes elaborados por otros seres humanos, en un proceso de cambio equivalente sin benevolencia. En el fondo es un intercambio del trabajo propio por el de los demás. Al respecto Smith considera que: “Entre

los hombres, por el contrario, a los animales, los talentos más dispares se caracterizan por su mutua utilidad, ya que los respectivos productos de sus aptitudes se aportan a un fondo común, en virtud de esa disposición general para el cambio, la permuta o el trueque, y tal circunstancia permite a cada uno de ellos comprar la parte que necesitan de la producción ajena”. (Smith, 1776, p. 19).

4.3 Conceptualización

Con la finalidad de mostrar de manera más profunda de lo que se refiere cada variable del estudio, exponen diferentes conceptos de cada uno de estas con base a diferentes actores:

4.3.1 Regulaciones

“Control sostenido y enfocado ejercido por una agencia estatal sobre actividades que son valoradas por la comunidad” (Selznick, 1985, p. 363).

Mitnick (1980) indica que la regulación refiere solo a aquellos tipos de interferencia que son intencionales: “intuitivamente, regulación implica, interferencia gobernada, guiada, controlada en el sentido más amplio, interferencia deliberada o intencional” (p. 3).

“Generalmente, están asociados con estudios que tratan con la “governabilidad”. Aquí la regulación involucra todos los tipos de relación de poder que requiere a los individuos “autocorregirse” ellos mismos a la luz de la lógica dominante del gobernar” (Dean, 1999; Power, 2007; Miller & Rose, 2008).

Intento sostenido y enfocado para alterar el comportamiento de otros conforme a estándares definidos y propósitos con la intención de producir un resultado o resultados ampliamente identificados, el cual puede que involucre mecanismos de actividad normativa¹NT1, recopilación de información²NT2 y modificación del comportamiento. (Black, 2002, p- 26; Parker & Braithwaite, 2005; Morgan & Yeung, 2007; Lodge & Wegrich, 2012)

4.3.2 Tipos de Pólizas

Cigardo (2015) afirma:

La póliza estimada se presenta como una de las situaciones junto a los seguros a valor nuevo y de beneficios en las que no juega, stricto sensu, la prohibición de enriquecimiento del asegurado propia de los seguros de daños o, al menos, no se ejercita con el alcance tradicionalmente atribuido a dicho principio 8. Además, en este contexto, la normativa del sobre seguro no es aplicable, sino solo se podrá impugnar cuando junto a otros supuestos tasados la estimación sea notablemente superior al valor real (art. 28.3 LCS) 9. De tal modo, y como habitualmente ha entendido nuestra doctrina 10, la póliza estimada se presenta como una excepción al régimen general. (p. 24)

Acevedo (2007) afirma:

En los seguros en los cuales se responde por los daños se habla de indemnizar, es decir, resarcir el perjuicio económico. En los seguros por muerte, inhabilitación o desmembración se habla de beneficiar, porque se trata de entregar un capital a los herederos en caso de muerte, o al asegurado en caso de inhabilitación o incapacidad, sin que exista un gasto que deba reembolsarse o compensarse. (p.60)

Desde esta perspectiva, se puede afirmar que el principio indemnizatorio se encuentra también presente en los supuestos de estimación del valor del interés en el momento de conclusión y a lo largo de la duración del contrato 14. En tales supuestos, no se contradice el citado principio, sino que se le da cumplimiento mediante la aplicación de los criterios de «oportunidad» y «racionalidad» en el proceso de indemnización a fin de mejorar la seguridad jurídica y favorecer una mayor agilidad en la cobertura de los daños sufridos 15. (Perandones, 2015, p.30)

4.3.3 Riesgos

“Suceso incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del tomador, del asegurado o del beneficiario y cuya realización da origen a la obligación del asegurador”. (Acevedo, 2007. P.83).

El riesgo no se reduce a la hipótesis de morir o de ser alcanzado físicamente, este también implica la autoestima. Las caras del peligro son innumerables. En la escala de la vida cotidiana, a menudo, el riesgo resulta de establecer una ruptura deliberada con las rutinas de existencia o de oficio. Implica una intención de descubrimiento, de exploración. Nada se inventa para el que acampa siempre en sus posiciones habituales sin nunca buscar romperlas en algún punto. Para descubrir nuevos territorios, nuevos recursos, para redefinir su relación con el mundo o para poner un término a una sensación problemática o de impasse, es necesario arrancarse de sí mismo y avanzar un instante fuera de los senderos señalizados. Para conocer a los otros, es necesario sobrepasar sus prevenciones y exponerse a los peligros

de la relación. Para el investigador, hay que ir más allá de lo que ya sabe y afrontar los riesgos de nuevas hipótesis y, por lo tanto, del fracaso o de las consecuencias imprevistas de sus investigaciones o de sus experimentaciones. No podría desentenderse de los debates, de las polémicas. Quien nada arriesga, nada tiene. (Le Breto, 2021. P.18).

4.3.4 Asegurados

Es necesario considerarlo desde el ángulo de la clase de seguros, porque en los seguros de daños es la persona natural o jurídica cuyo patrimonio se encuentra expuesto a un riesgo amparado. Mientras que en los seguros para las personas el asegurado es la persona natural cuya vida o integridad física se encuentran expuestas a un peligro. (Acevedo, 2007, p.81)

No debemos olvidar que el seguro ampara, entre otros, al núcleo esencial de la sociedad: la familia, pues asegura la vida de los padres y la educación de los hijos y, en caso de accidentes y incendio o terremoto, protege el inmueble que sirve de hogar a la misma, para solo citar algunos ejemplos. Los seguros de personas cumplen notable labor social y su crecimiento se observa en los seguros de vida grupo deudores, que protegen el saldo de la deuda hipotecaria en caso de fallecimiento del asegurado. Igualmente apoya el seguro al Estado con los seguros sobre sus propios bienes y con los seguros de cumplimiento. (Palacios, 2018, p.12)

4.3.5 Primas de seguros

La prima es el precio del seguro, por lo cual debe figurar en las condiciones particulares del contrato. Si por alguna razón la prima no se establece al comenzar la vigencia, sino durante el curso del contrato, se debe indicar la forma de establecerla. (Acevedo, 2007, p.86)

Conceptos claves de las Teorías de sustento

Adaptación	"Adaptación es un concepto que está entendido como la acción y el efecto de adaptar o adaptarse, un verbo que hace referencia a la acomodación o ajuste de algo respecto a otra cosa."
Evolución	"Puede entenderse la evolución como un proceso que deben atravesar algunas cosas y que consiste en el abandono de una etapa para pasar a otra, ya sea de manera gradual o progresiva"
Mercado	"El mercado, por otra parte, es el ambiente que permite el desarrollo del intercambio de bienes y servicios. Se trata de una institución social mediante la cual los vendedores y los compradores entablan una relación comercial.
Perdidas	"Valor adverso de orden económico, social o ambiental alcanzado por una variable durante un tiempo de exposición específico".
Desastres	"Situación o proceso social que se desencadena como resultado de la manifestación de un fenómeno de origen natural, tecnológico o provocado por el hombre que, al encontrar condiciones propicias de vulnerabilidad en una población, causa alteraciones intensas, graves y extendidas en las condiciones normales de funcionamiento de la comunidad; representadas de forma diversa y diferenciada por, entre otras cosas, la pérdida de vida y salud de la población; la destrucción, pérdida o inutilización total o parcial de bienes de la colectividad y de los individuos así como daños severos en el ambiente, requiriendo de una respuesta inmediata de las autoridades y de la población para atender los afectados y restablecer umbrales aceptables de bienestar y oportunidades de vida".
Tipología	"Se llama tipología al análisis y la categorización de tipos. Los tipos, por su parte, son clases, modelos o ejemplos de algo. La tipología, de este modo, se emplea en diferentes ciencias con fines explicativos o expositivos."

Categoría	"Se denomina categoría a una clase, un tipo, una condición o una división de algo".
Incertidumbre	"La incertidumbre hace referencia a la posibilidad de que se den eventos y sucesos que interfieran en los objetivos y sobre los que no se tiene un control absoluto".

V. METODOLOGIA DE PROCESOS

5.1 tabla de congruencia metodológica

Tabla 5.1

Congruencia Metodológica

Titulo	Objetivo General de la investigación	Objetivo Específicos de la Investigación	Preguntas de la Investigación	Variables
Evolución del mercado Asegurador post pandemia en la ciudad de Tegucigalpa.	Explicar la evolución del mercado asegurador post pandemia en la ciudad de Tegucigalpa, considerando las regulaciones, tipos de pólizas, riesgos, asegurados y primas de seguros.	1. Describir la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a regulaciones en la ciudad de Tegucigalpa.	1. ¿Cómo han cambiado las regulaciones en el mercado asegurador post pandemia?	Regulaciones (Variable Independiente)
		2. Identificar la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los tipos de póliza de seguros en la ciudad de Tegucigalpa.	2. ¿Cómo han cambiado los tipos de pólizas en el mercado asegurador post pandemia?	Tipos de Póliza (Variable Independiente)
		3. Analizar la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los riesgos en la ciudad de Tegucigalpa.	3. ¿Cómo han cambiado los riesgos en el mercado asegurador post pandemia?	Riesgos (Variable Independiente)
		4. Describir la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los asegurados en la ciudad de Tegucigalpa.	4. ¿Cómo han cambiado los asegurados en el mercado asegurador post pandemia?	Asegurados (Variable Independiente)
		5. Exponer la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a las primas de seguro en la ciudad de	5. ¿Cómo han cambiado las primas de seguros en el mercado asegurador post pandemia?	Primas de Seguros (Variable Independiente)

		Tegucigalpa.		
--	--	--------------	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.1 Tabla de operacionalización de variables

Tabla 5.2

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador	Item (Cuestionario)
Regulaciones	Mitnick (1980) indica que la regulación refiere solo a aquellos tipos de interferencia que son intencionales: “intuitivamente, regulación implica, interferencia gobernada, guiada, controlada – en el sentido más amplio, interferencia deliberada o intencional” (p. 3).	Hace referencia a la Creación, Organización, Funcionamiento, Fusión, Conversión, Escisión, Liquidación y Supervisión de las Instituciones que realicen actividades u operaciones de Seguros y Reaseguros, y tiene como propósitos: 1) Proteger a tomadores o suscriptores, asegurados y beneficiarios. 2) Promover el fortalecimiento patrimonial de las Instituciones de Seguros. 3) Fomentar un entorno de libre competitividad entre las Instituciones de Seguros.	1. Regulaciones Ambientales 2. Regulaciones Legales 3. Regulaciones Normativas	Cuestionario: pregunta 4,5,6 y7.

Tipos de Póliza	<p>La póliza estimada se presenta como una de las situaciones junto a los seguros a valor nuevo y de beneficios en las que no juega, stricto sensu, la prohibición de enriquecimiento del asegurado propia de los seguros de daños o, al menos, no se ejercita con el alcance tradicionalmente atribuido a dicho principio 8. Además, en este contexto, la normativa del sobre seguro no es aplicable, sino solo se podrá impugnar cuando junto a otros supuestos tasados la estimación sea notablemente superior al valor real (art. 28.3 LCS) 9. De tal modo, y como habitualmente ha entendido nuestra doctrina 10, la póliza estimada se presenta como una excepción al régimen general. (p. 24)</p>	<p>Se refiere diferentes tipos de contratos suscritos entre una aseguradora y un cliente particular, o colectivo, que establecen los derechos y obligaciones de ambos, en relación al seguro contratado.</p>	<p>1. Seguros de personas 2. Seguros de Daños 3. Fianzas</p>	<p>Cuestionario: pregunta 8,9,10,11 Y 12.</p>
Riesgo	<p>“suceso incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del tomador, del asegurado o del beneficiario y cuya realización da origen a la obligación del asegurador”. (Acevedo, 2007. P.83).</p>	<p>Hace referencia a la cobertura o atención de algo incierto, que puede acontecer en cualquier momento. En un contrato de seguros el Riesgo es el suceso incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del tomador, del asegurado o del beneficiario.</p>	<p>1. Siniestralidad 2. Riesgo Compartido 3. Reservas</p>	<p>Cuestionario: pregunta 13,14,15 Y 16.</p>

Primas de seguros	La prima es el precio del seguro, por lo cual debe figurar en las condiciones particulares del contrato. Si por alguna razón la prima no se establece al comenzar la vigencia, sino durante el curso del contrato, se debe indicar la forma de establecerla. (Acevedo, 2007, p.86)	Consiste en el precio que el asegurado paga por la cobertura que recibe, de esta manera, la compañía de seguros al cobrar la prima se ve obligado a cumplir con las coberturas estipuladas en la póliza del seguro, influye la naturaleza del riesgo a cubrir. Es decir, la empresa debe tomar en cuenta los costos en los que incurriría en caso de un siniestro.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variación de Primas Netas 2. Variación de Primas por cobrar 3. Aumentos en Reservas Técnicas 	Cuestionario: pregunta 17,18,19 Y 20.
Asegurados	Es necesario considerarlo desde el ángulo de la clase de seguros, porque en los seguros de daños es la persona natural o jurídica cuyo patrimonio se encuentra expuesto a un riesgo amparado. Mientras que en los seguros para las personas el asegurado es la persona natural cuya vida o integridad física se encuentran expuestas a un peligro. (Acevedo, 2007, p.81)	Son personas físicas o jurídicas que ejercen como titulares en contratos o pólizas de seguros; a través de esta protección se despreocupan de los posibles perjuicios contra sus bienes o incluso su integridad a cambio de una cuota o prima a una compañía de seguros.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clientes Individuales 2. Clientes corporativos 3. Variaciones por Ramo 	Pregunta 21,22,13 y 24.

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Enfoque y Métodos

5.2.1 Enfoque

El enfoque de la investigación es un proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionado a los métodos de investigación que son dos: método inductivo, generalmente asociado con la investigación cualitativa, que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa, cuya característica es ir de lo general a lo particular. (Ruiz, 2012, p. 1)

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

1.3 Alcance de la investigación

“Tiene que ver con la estrategia de la investigación que se pretende abordar, es decir, si ésta será exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa, el estudio desarrollará un continuo de causalidad que define la manera de abordarlo” (Mellado, 2019, p.3).

En correspondencia a la interpretación de lo que implica el alcance de la investigación, y tomando en consideración los objetivos planteados en la misma, así como los resultados de la revisión literaria y de la perspectiva del estudio; este fue de carácter descriptivo, ya que procura

explicar la evolución de mercado asegurador post pandemia, describiendo sus cambios con base a las variables trazadas en la investigación.

5.4 Diseño de la Investigación

Para esta investigación se aplicó un diseño no experimental, ya que, durante la misma, precisamente en el momento de recolección de los datos, no hubo manipulación de las variables independientes. A su vez en el proceso se utilizó la investigación transversal ya que la compilación de la información se desarrolla en un solo momento, puntualmente el segundo trimestre de abril a junio del 2022.

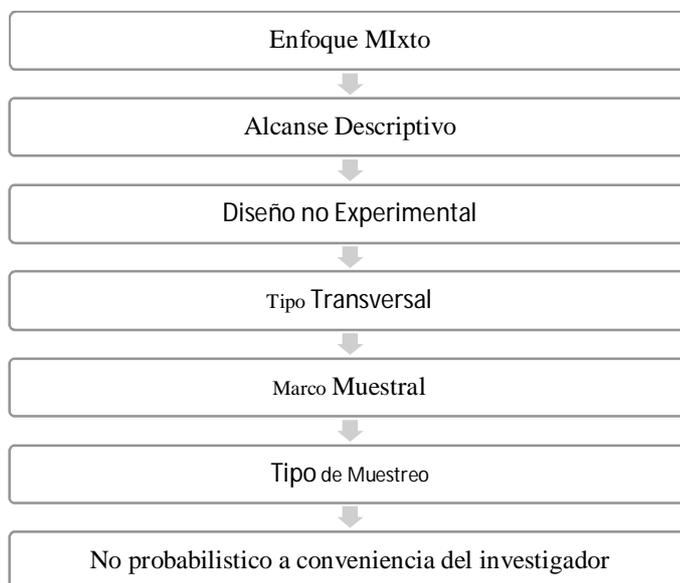


Figura 5.1 Diagrama vertical de las etapas del proceso de investigación

Fuente: Elaboración Propia

5.4.1 Población y muestra

PASOS DEL PROCESO DE MUESTREO
Determinar la población y los parámetros pertinentes
Escoger el marco apropiado de muestreo.
Escoger entre el muestreo probabilístico y el muestreo no probabilístico
Escoger el método de muestreo
Escoger el tamaño necesario de la muestra
Seleccionar la manera de reunir información
Validar la muestra
Analizar los datos y presentar los resultados

Figura 5.2 Pasos del proceso de Muestreo

Fuente: (Ronald, M. Weiters, 1994).

5.4.1.1 Población

Población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros. (López, 2004, p.2)

Para los efectos de esta investigación la población a estudiar la constituyen 12 aseguradoras en la ciudad de Tegucigalpa, que de acuerdo a su estructura 6 son de capital nacional, 6 de capital extranjero.

Ilustración 1 Nomenclatura de nombre de compañías de seguros

#	Nombre de Institución	Código
1	Seguros Atlántida, S.A.	A
2	Seguros Bolívar Honduras, S.A. (Seguros Davivienda)	B
3	Pan American Life Insurance Company (PALIC)	C
4	Interamericana de Seguros, S.A. (FICOHSA Seguros)	D
5	MAPFRE Seguros	E
6	Seguros CREFISA, S.A.	F
7	Seguros del País, S.A.	G
8	Seguros Equidad, S.A.	H
9	ASSA Compañía de Seguros Honduras S.A.	I
10	Seguros Lafise Honduras, S.A.	J
11	Seguros Banrural Honduras, Sociedad Anónima	K
12	Seguros Continental, S.A.	L
13	Seguros Cuscatlán	M

Figura 5.3 Nomenclatura de nombre de compañías de seguros

Fuente: (CNBS, 2021).

5.4.1.2 Tipo de Muestra

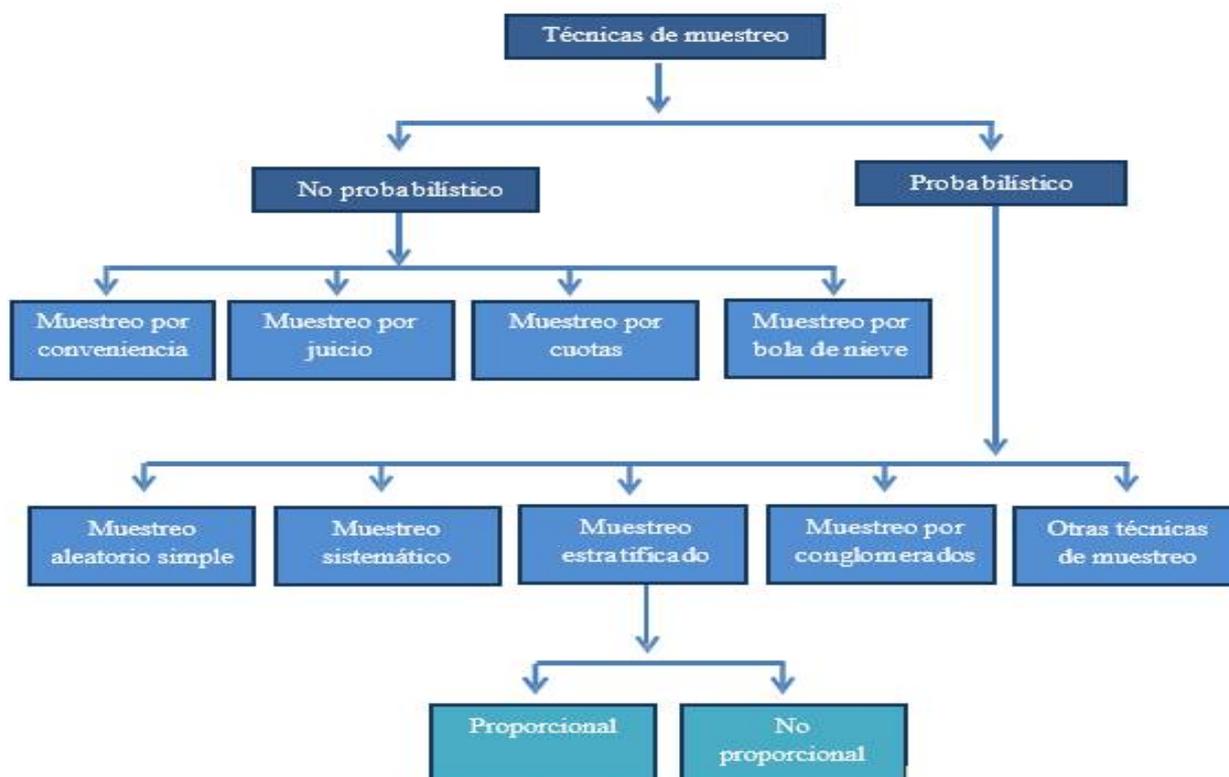


Figura 5.4 Clasificación de la técnica de muestreo

Fuente: (Nazareth Malhora 2006).

El muestreo probabilístico también es conocido como representativo y/o aleatorio, y consiste en que todos los individuos de la población que se estudia tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, por lo que se debe tener acceso a todos los miembros involucrados, es decir, saber cuántos individuos hay y cómo entablar contacto con ellos (Somer & Somer, 2001).

5.4.1.3 Muestra

Uno de los principales objetivos de los estudios e investigaciones científicas es hacer generalizaciones a partir de una muestra. La muestra es un subconjunto de los miembros de una población, mientras que la población comprende todos los miembros de un grupo. Suele ser costoso y requiere gran inversión de tiempo evaluar a toda la población de interés ya que se debe tener identificada a la población y a sus miembros para conformar una muestra y generalizar los resultados a toda la población. (del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, 2014, p.128)

La unidad para analizar en esta investigación se eligió las 12 aseguradoras del mercado asegurador que operan en la ciudad de Tegucigalpa.

Para obtener un punto de medición en este proceso, se desglosan los lineamientos para obtener la muestra de la población antes mencionada, mediante la siguiente formula:

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

Tabla 5.3

Detalle de la Muestra

Simbología	Detalle de la Muestra
n=	Tamaño de la muestra
N=	Total de la población (12)
Z=	Nivel de confianza (97.5%); es decir, un valor Z de 2.24
P=	Proporción proporcional de ocurrencia de un evento (0.5)

Q=	Proporción proporcional de ocurrencia de un evento (0.5)
E=	Error muestral (0.1)

Fuente: Elaboración propia

Numero de muestra Evolución del mercado asegurador post pandemia

Tabla 5.4

Formula de la Muestra

Formula de la Muestra	
Z= 2.24	$n = \frac{z^2 N p q}{(N-1) E^2 + Z^2 p q}$ $n = \frac{(2,34)^2 (12) (0.50) (0.50)}{(12-1) (0.01)^2 + (2.24)^2 (0.50) (0.50)}$ $n = 11.03$

Elaboración propia

Según los cálculos logrados mediante el cálculo antes expuesto, resulto que la muestra con la que se trabajara es de 11 aseguradoras, mediante un instrumento de encuesta se responderá sobre la evolución del mercado asegurador y a través del método de entrevistas.

5.5 UNIDAD DE ANÁLISIS Y RESPUESTAS

La unidad de muestreo es el tipo de caso a elegir para estudiar. Frecuentemente es la misma que la unidad de análisis, la que al final constituye o produce los datos o información que se examinará mediante procedimientos estadísticos. (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018)

Es el objeto principal de esta investigación. En este caso La evolución del mercado asegurador post pandemia del mercado asegurador en Tegucigalpa.

5.6 Técnicas e instrumentos aplicados

5.6.1 cuestionario

Un cuestionario se define como un instrumento de investigación que consiste en un conjunto de preguntas u otros tipos de indicaciones con el objetivo de recopilar información de un encuestado. Éstas son típicamente una mezcla de preguntas cerradas y abiertas. Esta herramienta se utiliza con fines de investigación que pueden ser tanto cualitativas como cuantitativas. (García, 2003, p. 7)

Se ha diseñado un cuestionario de 24 preguntas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos.

5.6.2 Entrevista

“En las entrevistas personales, los encuestados observan el cuestionario e interactúan cara a cara con el entrevistador, lo cual permite plantear preguntas largas, complejas y variadas.” (Malhotra, 2008)

Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas. En las primeras, el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden. (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018)

5.7 Fuentes de información

Las fuentes de información son todos los documentos que difunden los conocimientos propios de un área. Cada uno de estos documentos da origen a las fuentes primarias de información y éstos, a su vez dan lugar a otros que conforman las fuentes secundarias y terciarias (Escalona, 2001; Guevara y Miladis, 2009).

5.7.1 Fuentes de información primariaría

“Son todos aquellos usuarios y acompañantes a quienes se les aplico un instrumento de investigación. En este caso, los datos que provienen directamente de la población o una muestra de la misma” (Soberón, 2008, p.8)

“Hace referencia a la institución (pública o privada), o persona que recogió primero los datos y produjo la estadística. Esto aplica para datos que se encuentran de manera impresa, sitio web, entre otros” (Gomez,2018, p.37)

En el caso de esta investigación para obtener los argumentos que la sustenten esta, se realizó la aplicación de un cuestionario a las 11 aseguradoras que representan la muestra de la población objeto de estudio, así como la verificación de otras fuentes.

5.7.2 Fuentes de información secundaria

Al igual que las fuentes primarias, su formato puede ser digital o impreso. Las fuentes secundarias tienen como principio recopilar, resumir y reorganizar información contenida

en las fuentes primarias. Fueron creadas para facilitar el proceso de consulta, agilizando el acceso un mayor número de fuentes en un menor tiempo (Replinger, 2017).

“Las fuentes secundarias tienen como principio recopilar, resumir y reorganizar información contenida en las fuentes primarias. Fueron creadas para facilitar el proceso de consulta, agilizando el acceso un mayor número de fuentes en un menor tiempo” (Replinger, 2017)

Tabla 5.5

Proceso de Consultas

Pregunta	Explicación
¿Es pertinente?	Como la información se adapta a los objetivos.
¿Es obsoleta?	Cuando ha perdido actualidad
¿Es fidedigna?	Cuando la veracidad de la fuente de origen no es cuestionada
¿Es confiable?	Si la información ha sido obtenida con la metodología adecuada y honestidad necesaria, con objetividad, naturaleza continuada y exactitud.

Fuente (Ubaldo, 2008).

5.8 Cronología de trabajo

Tabla 5.6

Cronología de Trabajo

#	Nombre de Actividad	SEMANAS DE TRABAJO						
1	Tema Proyecto de Graduación	SEMANA 1						
		L	M	M	J	V	S	D
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto							
	Lluvia de Ideas para Propuesta de Tema de Proyecto							
	Entrega de Avance de Proyecto							
2	Planteamiento del Problema y Objetivos	SEMANA 2						
		L	M	M	J	V	S	D
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto							
	Investigación de Tema de Proyecto							
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto							
	Entrega de Avance de Proyecto							
3	Marco Teórico	SEMANA 3						
		L	M	M	J	V	S	D
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto							
	Reunión de Trabajo							
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto							
	Entrega de Avance de Proyecto							
4	Metodología y Procesos	SEMANA 4						
		L	M	M	J	V	S	D
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto							
	Reunión de Trabajo							
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto							
	Entrega de Avance de Proyecto							
5	Operacionalización/Muestra/Instrumentos	SEMANA 5						
		L	M	M	J	V	S	D
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto							
	Reunión de Trabajo							
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto							

	Entrega de Avance de Proyecto								
6	Toma de Datos	SEMANA 6							
		L	M	M	J	V	S	D	
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto								
	Reunión de Trabajo								
	Entrevista Compañía 1 (Reunión con Gerente General seguros del país)								
	Entrevista Compañía 2 (Reunión con Gerente de Fianzas seguros del país)								
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto								
	Entrega de Avance de Proyecto								
7	Resultados y Análisis	SEMANA 7							
		L	M	M	J	V	S	D	
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto								
	Reunión de Trabajo								
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto								
	Entrega de Avance de Proyecto								
8	Conclusiones	SEMANA 8							
		L	M	M	J	V	S	D	
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto								
	Reunión de Trabajo								
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto								
	Entrega de Avance de Proyecto								
9	Recomendaciones	SEMANA 9							
		L	M	M	J	V	S	D	
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto								
	Reunión de Trabajo								
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto								
	Entrega de Avance de Proyecto								
10	Entrega Final	SEMANA 10							
		L	M	M	J	V	S	D	
	Reunión Ordinaria con Asesor de Proyecto								
	Reunión de Trabajo								
	Reunión Extraordinaria con Asesor de Proyecto								
	Entrega Final de Proyecto								

Elaboración Propia

VI. RESULTADOS Y ANALISIS

6.1 Encuesta

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta seguida de su respectiva interpretación y análisis correspondiente.

6.1.1 Datos Demográficos

Tabla 6.1

Resultado de la pregunta 1- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

1. ¿Cuántos años tiene su compañía en el mercado asegurador nacional?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
De 1 a 10 años	1	9.10%
De 11 a 20 años	2	18.20%
De 21 a 30 años	2	18.20%
Más de 30 años	6	54.50%
Total	11	100%

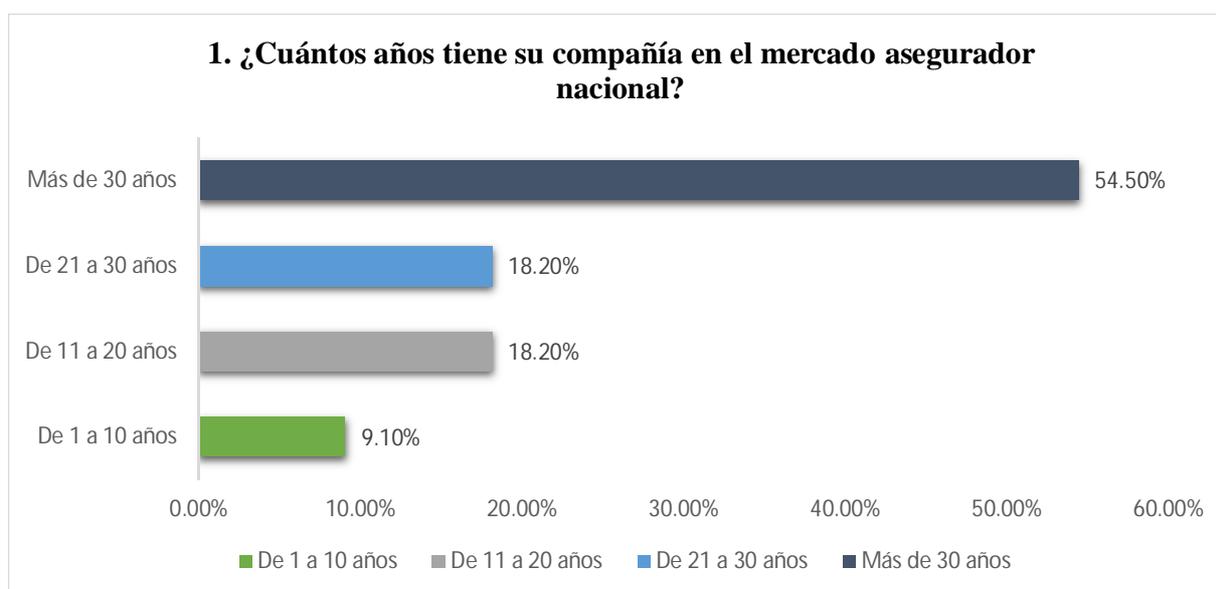


Grafico 6. 1 Antigüedad de la compañía en el mercado nacional.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se muestra que del total de encuestados (11 Compañías de Seguro), el 54.5% de las mismas tiene más de 30 años de pertenecer al sistema asegurador nacional. Un 18.2% de las compañías de seguro están entre los rangos de 11 a 20 años, al igual que el rango de 21 a 30 años de permanecer en el sistema asegurador nacional y tan solo un 9.1% se registra en el rango de 1 a 10 años; lo que representa solidez y reconocimiento dentro de la sociedad.

Tabla 6.2

Resultado de la pregunta 2- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

2. ¿Cuál es el origen del capital de la compañía?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Capital Nacional	5	45.50%
Capital Extranjero	6	54.50%
Total	11	100%

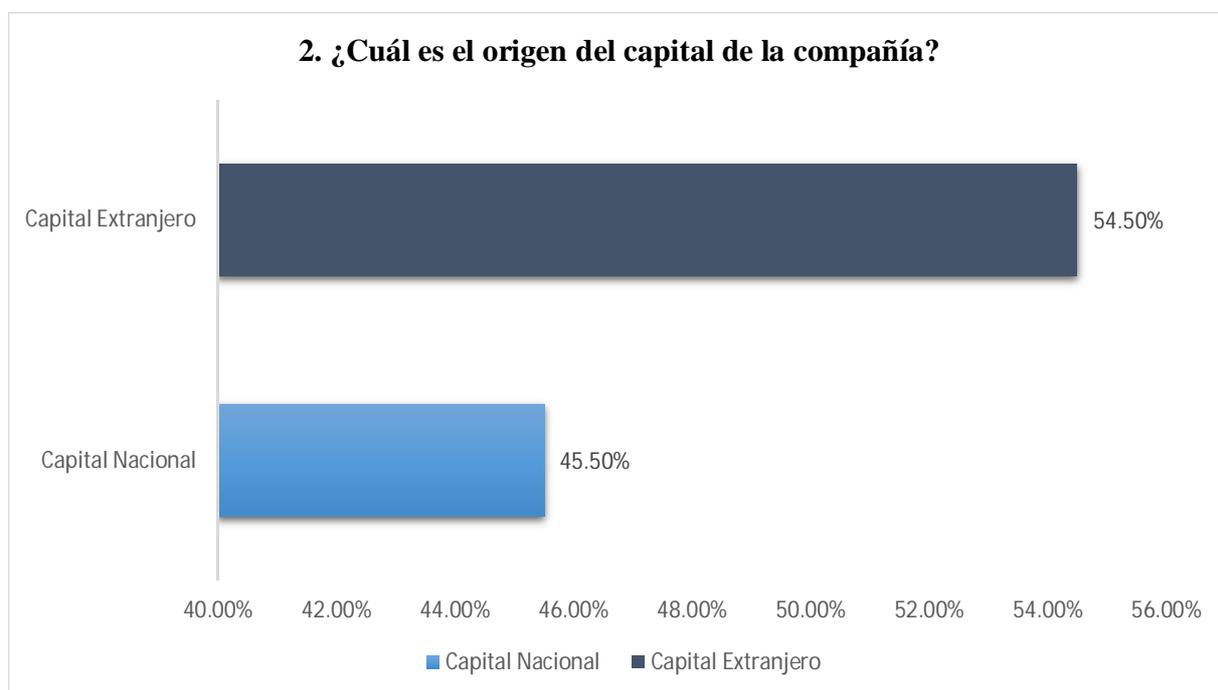


Grafico 6. 2 Origen del capital de la compañía.

De acuerdo a los resultados ofrecidos por este gráfico, se determina que un 54.5% de las compañías aseguradoras, su capital es de origen nacional y el 45.5% de las compañías aseguradoras opera con capital de origen extranjero y han establecido sus filiales en el país, para el desarrollo y competencia de este rubro. Cabe mencionar que, de las compañías aseguradoras tanto de capital nacional como capital extranjero, cinco de ellas pertenecen a grupos financieros.

Tabla 6.3

Resultado de la pregunta 3 Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

3. ¿Cuáles son los principales seguros que comercializa?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Seguros de Vida	10	17.5%
Seguros Médicos Hospitalarios	9	15.8%
Seguros de Accidentes Personales	7	12.3%
Seguros de Vehículos	10	17.5%
Seguros de Incendio	9	15.8%
Seguros de Transporte	7	12.3%
Otros Seguros	5	8.8%
Total	57	100%

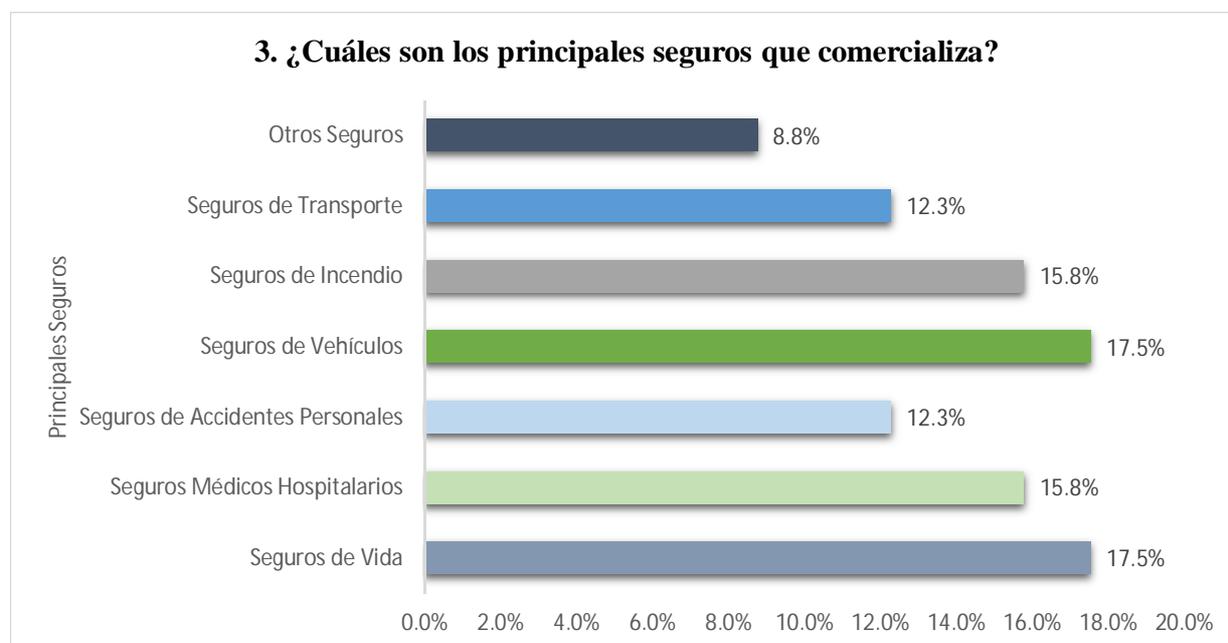


Grafico 6. 3 Principales seguros de la compañía.

Partiendo de los resultados que ofrece este gráfico, se identificaron que dentro de los principales grupos que son los seguros de daños y seguros de personas, los principales seguros que se comercializan en el mercado asegurador nacional para el sector de seguro de daños son los seguros de vehículos con un 17.5% y los seguros de incendio y/o rayo con un 15.8% de participación sobre el total de productos comercializados en el mercado asegurador nacional. Asimismo, y en el siguiente bloque, encontramos a los seguros de personas, de los cuales se encuentran los seguros de vida con un 17.5% y los seguros médicos hospitalarios con un 15.8% de participación sobre el total de productos comercializados en el mercado asegurador nacional. Estos cuatro segmentos de seguro concentran el 66.6% de los productos más comercializados por las 11 compañías de seguros encuestadas.

6.1.2 Regulaciones

Tabla 6.4

Resultado de la pregunta 4- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

4. ¿Han cambiado las regulaciones del mercado asegurador, a consecuencia de la pandemia?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Si	9	81.80%
No	2	18.20%
Total	11	100.00%

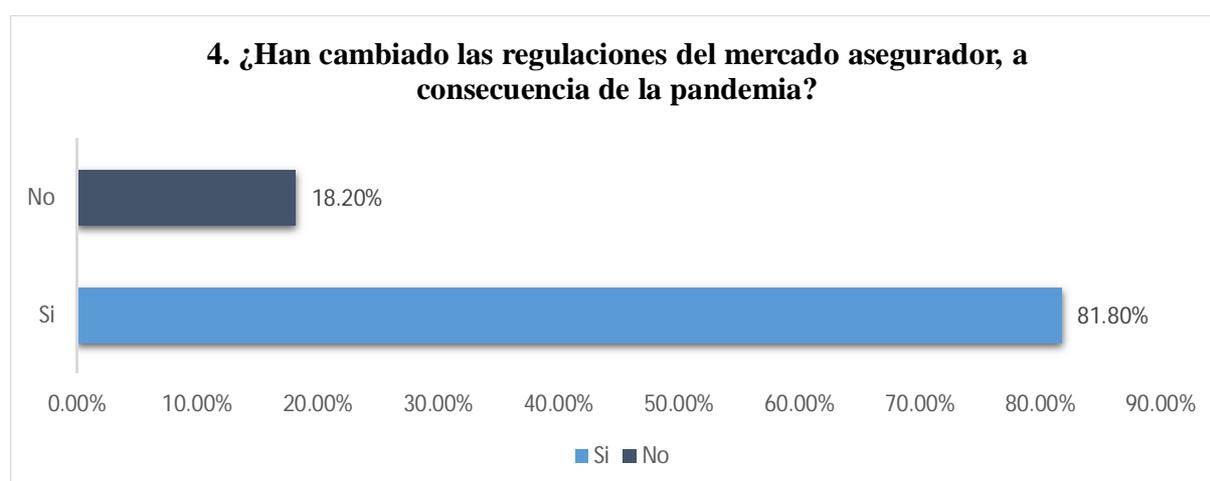


Grafico 6. 4 Cambios en las regulaciones del mercado asegurador.

Con la información que nos ofrece este gráfico, podemos afirmar que el 81.8% de las compañías aseguradoras del mercado nacional, confirma que si hubo cambios en las regulaciones dentro del mercado asegurador; contra un 18.2% que manifiesta no hubo cambios en las regulaciones dentro del mercado asegurador a consecuencia de la pandemia Covid-19.

Tabla 6.5

Resultado de la pregunta 5- Cuestionario de la evolución del mercado asegurador post pandemia

5. ¿A qué áreas de la compañía de seguros, han impactado mayormente estos cambios?						
Escala	1	2	3	4	5	Total
Área de Suscripción	9%	18%	0%	27%	45%	100%
Área Comercial	27%	0%	9%	27%	36%	100%
Área de Siniestros	9%	18%	9%	18%	45%	100%
Área de Cobranzas	9%	18%	9%	18%	45%	100%
Otros	55%	18%	9%	9%	9%	100%

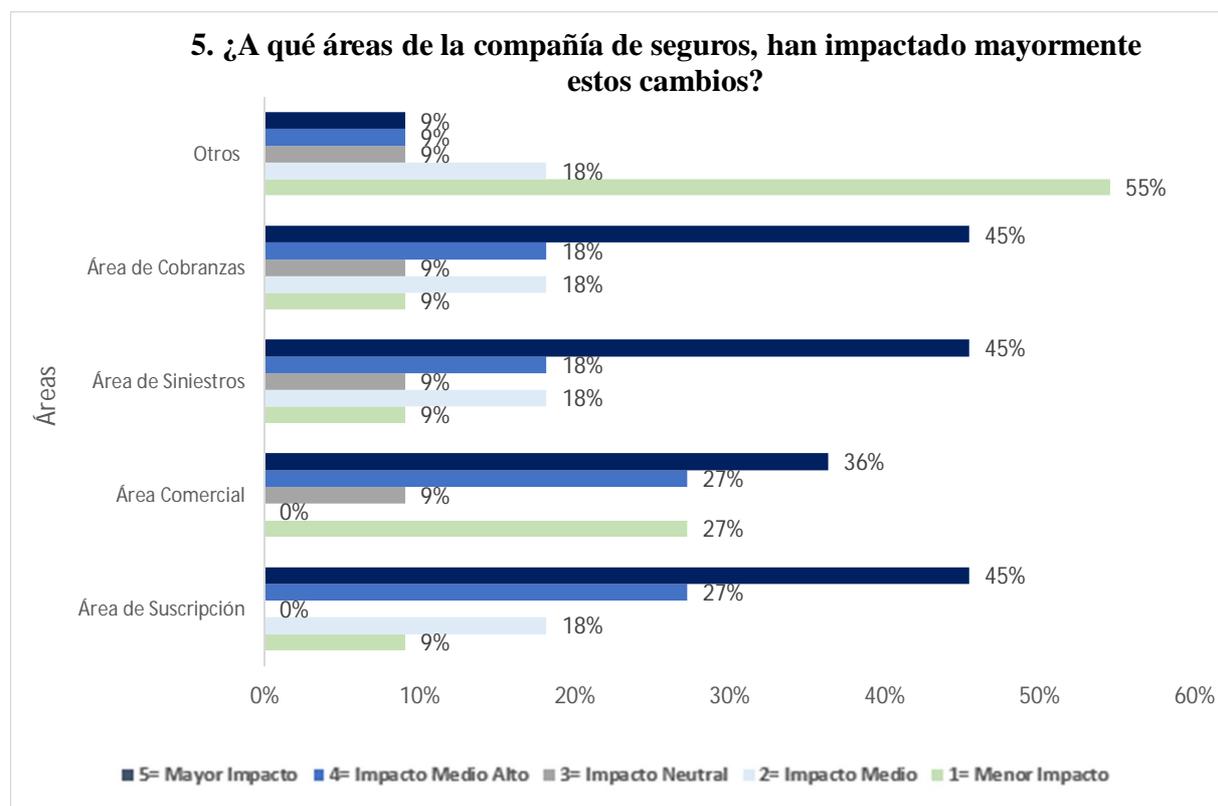


Grafico 6. 5 Áreas de la compañía con mayor impacto debido a la pandemia.

Enlazando la respuesta anterior con el resultado ofrecido por este gráfico, determinamos las áreas con mayor impacto para las compañías de seguro debido a los cambios en las regulaciones son cobranzas, siniestros y suscripción, con un 45% de afirmación por parte de las compañías de seguro; Seguido del área comercial con un 36% de afirmación. Asimismo, un 18% de otras áreas de las compañías de seguro fueron menormente impactadas consecuencia de los cambios en las regulaciones. Estas regulaciones emitidas por los entes reguladores y revisadas por los entes supervisores, fueron aplicables a todas las compañías del sector asegurador nacional.

Tabla 6.6

Resultado de la pregunta 6- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia.

6. ¿Considera Usted que las regulaciones en el mercado asegurador son de beneficio para los tomadores de seguro y sus beneficiarios?		
Escala	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	4	36.40%
De acuerdo	4	36.40%
Neutral	3	27.30%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	11	100%

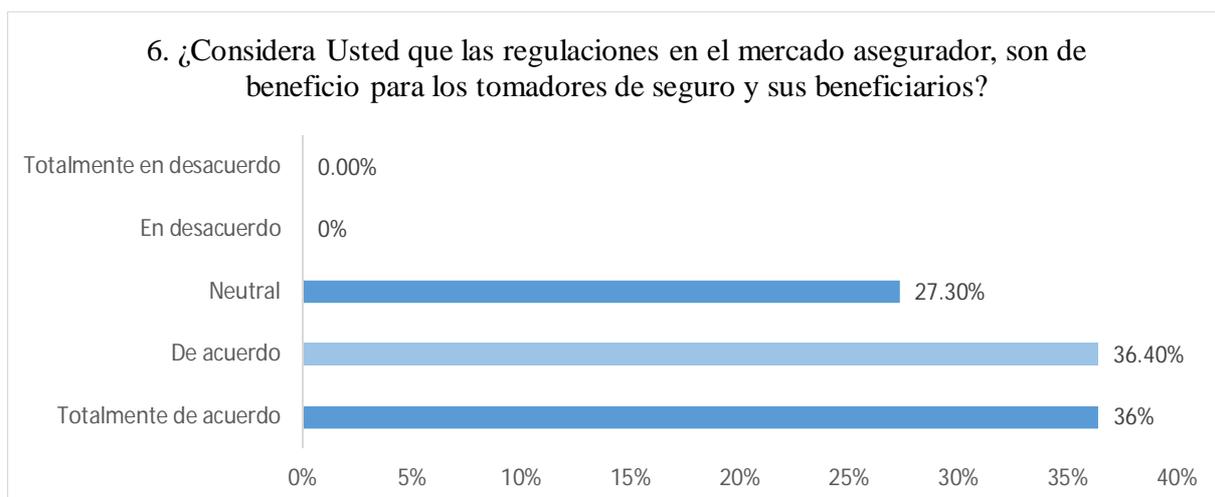


Grafico 6. 6 Regulaciones del mercado asegurador para beneficio de los asegurados y beneficiarios.

Con la información que nos ofrece este gráfico, un 36.4% de las compañías de seguro del sistema asegurador nacional, están totalmente de acuerdo en que estas regulaciones benefician a los tomadores de seguros y sus beneficiarios. Un 36.4% están de acuerdo en que estas regulaciones benefician a los tomadores de seguros y sus beneficiarios; Y, solamente un 27.3% mantiene una postura neutral ante esta consulta. Considerando que las regulaciones fueron aplicables a todas las compañías del sector asegurador nacional, aunque la condición prevaleciente fuese una exclusión general de toda póliza de seguro, resultó de beneficio para los tomadores de seguros y sus beneficiarios.

Tabla 6.7

Resultado de la pregunta 7- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

7 ¿Los cambios en las regulaciones, fomentan el entorno de competitividad del mercado asegurador?		
Escala	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	9	81.80%
Neutral	1	9.10%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	1	9.10%
Total	11	100%

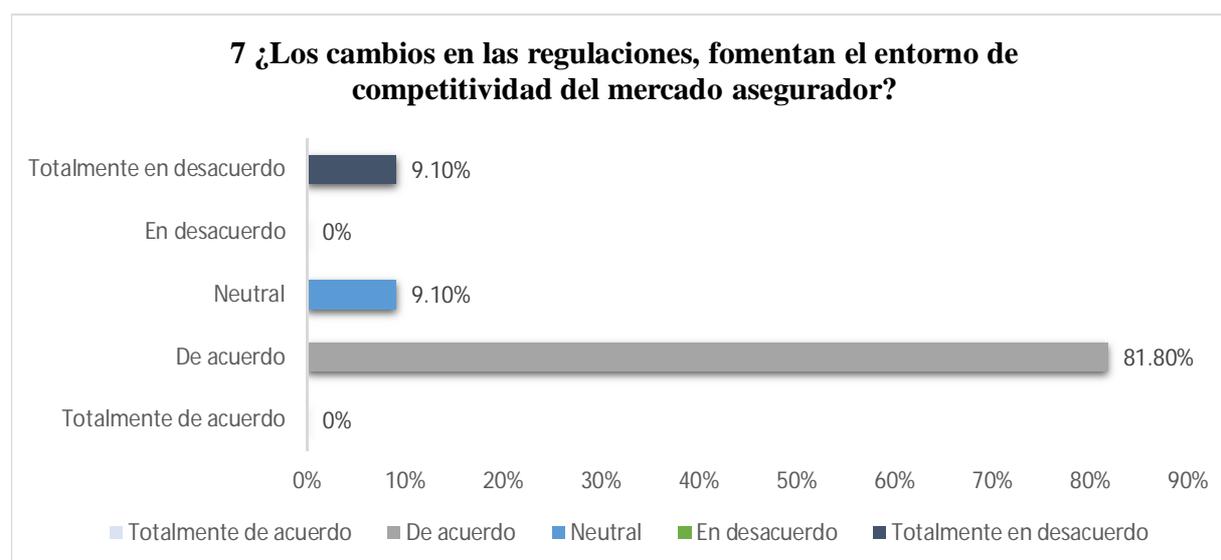


Grafico 6. 7 Cambios en el entorno competitivo del mercado asegurador.

Con la información que nos ofrece este gráfico, un 81.8% de las compañías de seguro del sistema asegurador nacional, están de acuerdo en que estas regulaciones fomentan un entorno de competitividad en el mercado asegurador. Un 9.1% están totalmente de acuerdo en que estas regulaciones fomentan un entorno de competitividad en el mercado asegurador; Y, solamente un 9.1% mantiene una postura neutral ante esta consulta. Pudiendo determinar y afirmar con estos resultados que estas regulaciones si fomentan un entorno de competitividad en el mercado asegurador, puesto que se aborda el mercado en mismas condiciones de atención hacia los asegurados, sin obtener ventaja sobre otro competidor.

6.1.3 Tipos de Pólizas

Tabla 6.8

Resultado de la pregunta 8- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

8 ¿Han sufrido cambios los diversos tipos de póliza, a consecuencia de la pandemia?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Si	10	90.90%
No	1	9.10%
Total	11	100.00%

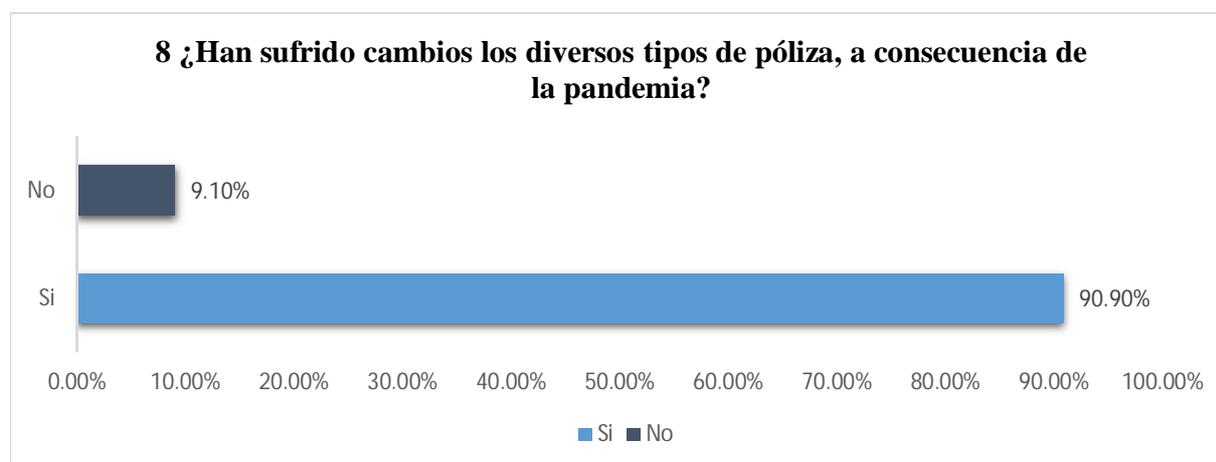


Gráfico 6. 8 Cambios en los diversos tipos de póliza.

Con la información que nos ofrece este gráfico, podemos afirmar que el 90.9% de las compañías aseguradoras del mercado nacional, confirma que si hubo cambios en los tipos de pólizas dentro del mercado asegurador; contra un 9.1% que manifiesta no hubo cambios en los tipos de pólizas dentro del mercado asegurador a consecuencia de la pandemia Covid-19. Este resultado, refleja que la pandemia Covid-19 sirvió como evento detonante, para que las compañías de seguro, consideraran la importancia de la revisión y modificación de las condiciones existentes en sus pólizas de seguro en ese momento.

Tabla 6.9

Resultado de la pregunta 9- Cuestionario de la evolución del mercado asegurador post pandemia

9 ¿En cuáles de los siguientes elementos considera Usted que impactaron los cambios en los tipos de póliza?						
Escala	1	2	3	4	5	Total
Clientes	0%	18%	9%	18%	55%	100%
Competidores	10%	0%	10%	50%	30%	100%
Mercado	0%	0%	30%	20%	50%	100%
Proveedores	0%	22%	33%	33%	11%	100%
Intermediarios	20%	20%	10%	20%	30%	100%

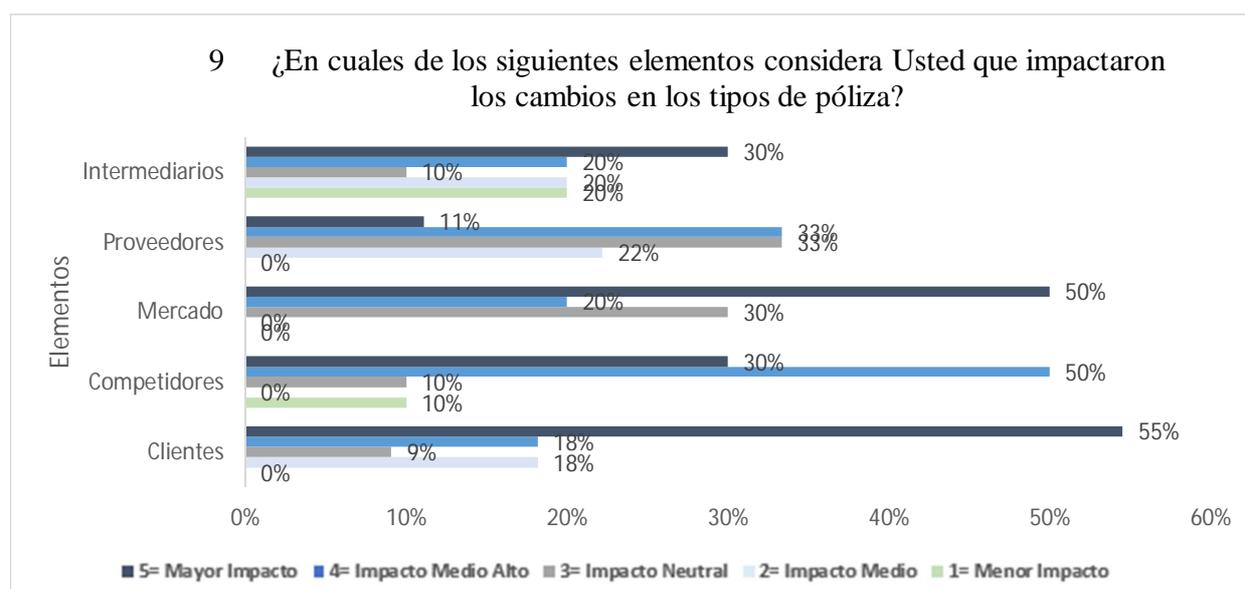


Gráfico 6. 9 Elementos de impacto en los tipos de póliza.

Con la información que nos arroja este gráfico, se puede identificar que los cambios en los diferentes tipos de pólizas impactaron directamente a elementos de su entorno como ser clientes con un 55% de afirmación por las compañías de seguro y como elemento que registra un mayor impacto. Asimismo, como siguiente elemento de los competidores, con un 50% de registro de impacto, según afirmación de las compañías de seguro. Finalmente, y como elemento que recibió un menor impacto ante los cambios en los tipos de pólizas, encontramos a los intermediarios con un 20% de afirmación según la medición de las compañías de seguro. De los 5 elementos considerados en este gráfico, los tres mencionados como referencia para este análisis, son los elementos que conforman la cadena de negocio para el mercado asegurador El cliente (Asegurado) - Los competidores (Aseguradoras) - Los intermediarios (Colocadores de Seguro); en función a lo que refleja esta cadena y de acuerdo a los cambios en los tipos de póliza, afectaron al consumidor final mayormente ya que se tuvo que adaptar a dichos cambios. Los competidores registraron el impacto en función a su participación de cuota de mercado para cada rubro de seguro. Y los intermediarios registran impacto menor ya que su función es transmitir a los clientes y a su vez canalizar mediante las compañías de seguro.

Tabla 6.10

Resultado de la pregunta 10- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

10. ¿Cuáles son los tipos de seguros que han registrado un crecimiento a consecuencia de la pandemia?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Seguros de Vida	11	46%
Seguros Médicos Hospitalarios	11	46%
Seguros de Accidentes Personales	0	0%
Seguros de Vehículos	2	8%
Seguros de Incendio	0	0%
Seguros de Transporte	0	0%
Otros Seguros	0	0%
Total	24	100%

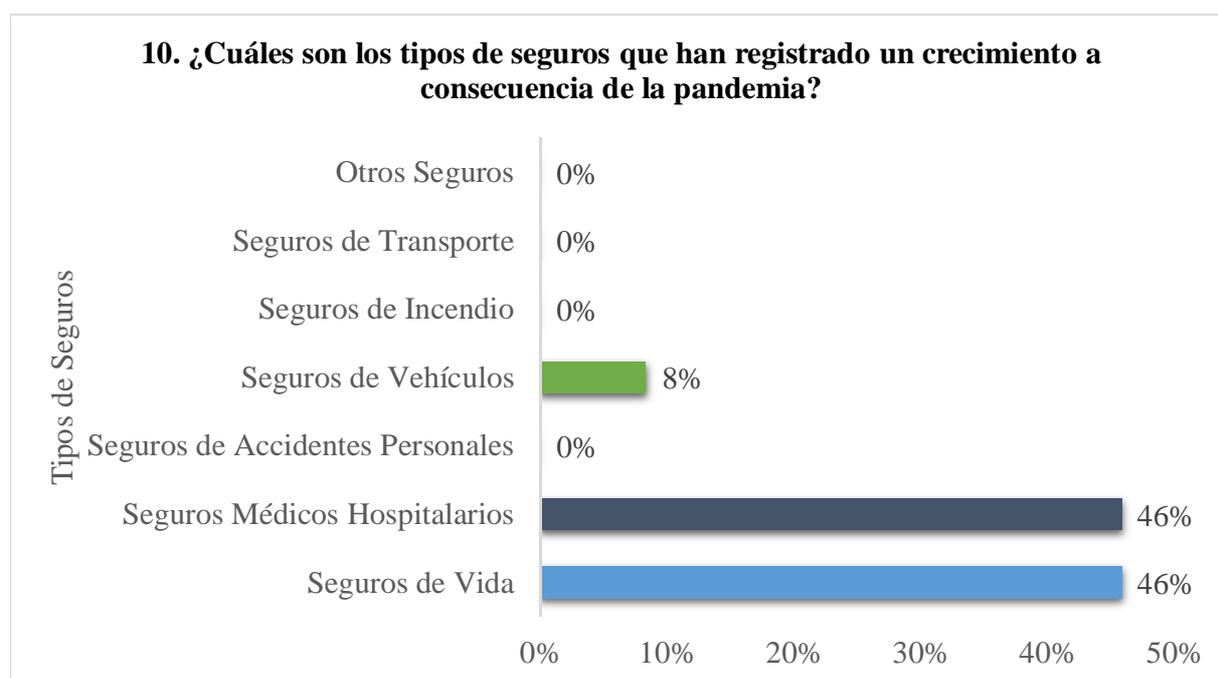


Grafico 6. 10 Tipos de seguro que han registrado crecimiento a consecuencia de la pandemia.

Los resultados de este gráfico nos indican que los tipos de seguro que obtuvieron un crecimiento a consecuencia de la pandemia han sido los seguros de vida con un 46% y seguros médicos hospitalarios con un 46%, ambos perteneciendo al ramo de seguros de personas y registrando

crecimiento en todas las compañías del mercado asegurador nacional. Por su parte, en el caso del bloque de seguro de daños, solamente se registra crecimiento en el seguro de autos con un 8%, comportamiento registrado solo por 2 compañías de seguro del mercado nacional. El registro del crecimiento en los seguros de personas experimentado a consecuencia de la pandemia Covid-19, ya que al ser un fenómeno que afecta al ser humano y al registrar índices elevados de infección y mortalidad, trajo consigo el interés en la sociedad por adquirir coberturas de seguro que pudieran apalear

Tabla 6.11

Resultado de la pregunta 11- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia.

11. ¿Han surgido nuevos tipos de pólizas a consecuencia de la pandemia? Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 13.		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Si	1	9.10%
No	10	90.90%
Total	11	100.00%

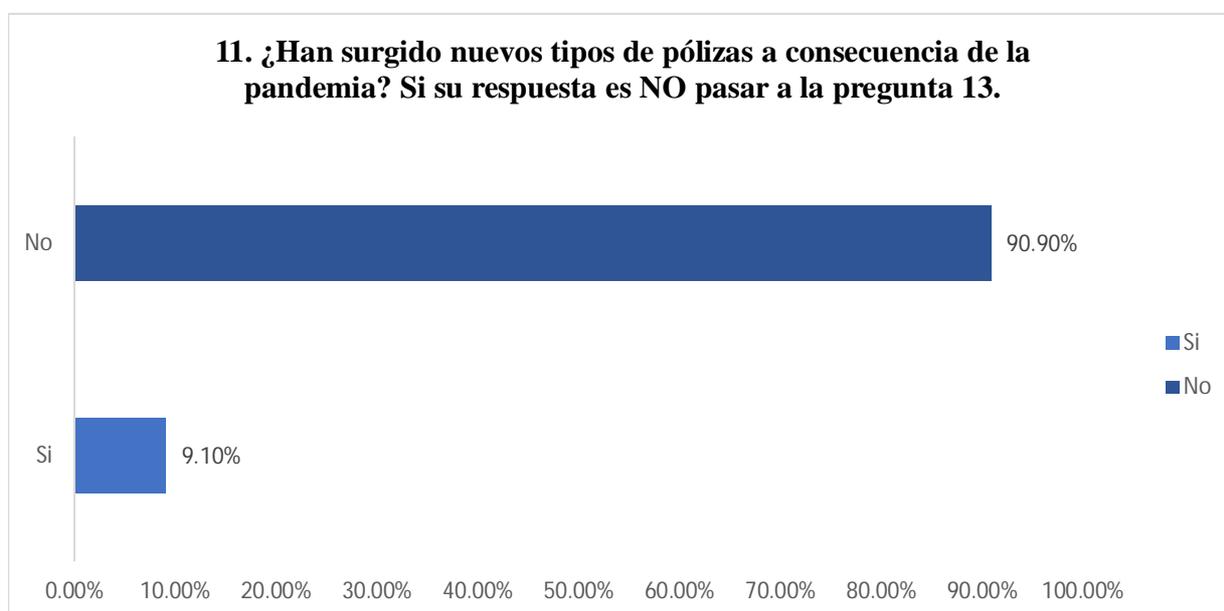


Grafico 6. 11 Información de nuevos tipos de póliza.

La información proporcionada en este gráfico nos detalla que para el 90.9% de las compañías de seguro del mercado nacional, no surgieron nuevos tipos de pólizas a consecuencia de la pandemia Covid-19; Sin embargo, un 9.1% de las compañías de seguro del mercado nacional. La información recabada indica que estos nuevos tipos de pólizas surgen de la necesidad de cubrir los riesgos a los que se estuvo expuesto durante el confinamiento a consecuencia de la pandemia Covid-19, que generó la utilización de plataformas digitales para formalizar la operatividad del sector económico del país.

Tabla 6,12

Resultado de la pregunta 12- Cuestionario de la evolución del mercado asegurador post pandemia

12. ¿Cuáles son esos nuevos tipos de seguro que surgieron a raíz de la pandemia?		
Nuevos seguros	Encuestados	Porcentaje
Micro seguro Médico Hospitalario	1	20%
Seguros Agrícola	1	20%
Casco Marítimo	1	20%
Cyber Seguros	1	20%
Seguros con cobertura Limitada a cierto Monto	1	20%
Total	5	100%

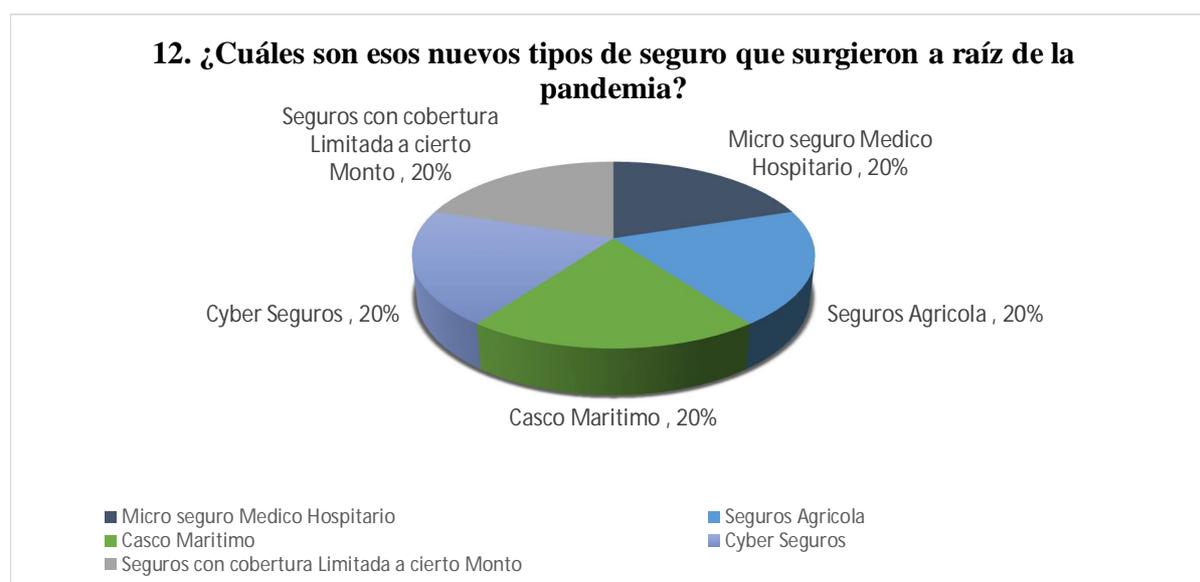


Grafico 6. 12 Nuevos tipos de seguros a raíz de la pandemia.

En relación a los resultados de la interrogante anterior, identificamos los tipos de seguros que surgieron a consecuencia de la pandemia Covid-19, dentro de los cuales podemos mencionar Cyber Seguro, Micro Seguros Médicos, Seguros con cobertura limitada a monto, Agrícolas, y Casco Marítimo. Primeramente, se menciona el Cyber Seguro, que surge ante la necesidad de protección de las operaciones que se realizaban durante el confinamiento. Luego se nombran seguros que ya están en el mercado, pero fueron modificando sus coberturas en la medida que la pandemia Covid-19 fue aumentando sus porcentajes de contagio, y el gobierno limitó las actividades en la sociedad.

6.1.4 Riesgos

Tabla 6.13

Resultado de la pregunta 13- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

13. ¿Cómo compañía aseguradora, han cambiado la cobertura sobre riesgos a consecuencia de la pandemia?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Si	8	80.00%
No	2	20.00%
Total	10	100.00%

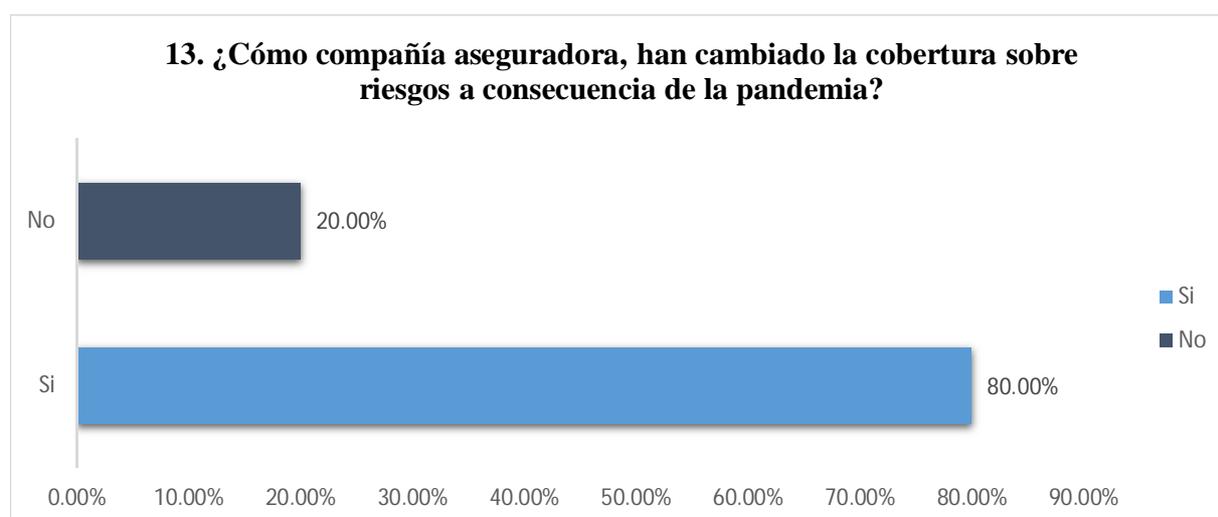


Grafico 6. 13 Información en cambios en las coberturas de riesgos.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se observa que un 80% de las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, cambió sus coberturas sobre los riesgos surgidos a consecuencia de la pandemia; y, un 20% de las compañías de seguro, no cambió sus coberturas sobre los riesgos surgidos a consecuencia de la pandemia. Ante la nueva demanda que surge para el sector de seguros nacional, se cambian las coberturas sobre los riesgos que surgen a consecuencia de la pandemia, para garantizar a la cartera de clientes hasta ese momento existentes los límites de responsabilidad ya establecidos en sus contratos de seguro.

Tabla 6.14

Resultado de la pregunta 14- Cuestionario de la evolución del mercado asegurador post pandemia

14. ¿En cuáles de los siguientes elementos considera Usted que impactaron los cambios en los riesgos a consecuencia de la pandemia?						
Escala	1	2	3	4	5	Total
Clientes	9%	0%	0%	36%	55%	100%
Competidores	9%	9%	27%	36%	18%	100%
Mercado	0%	20%	20%	20%	40%	100%
Proveedores	10%	0%	40%	20%	30%	100%
Intermediarios	10%	20%	30%	10%	30%	100%

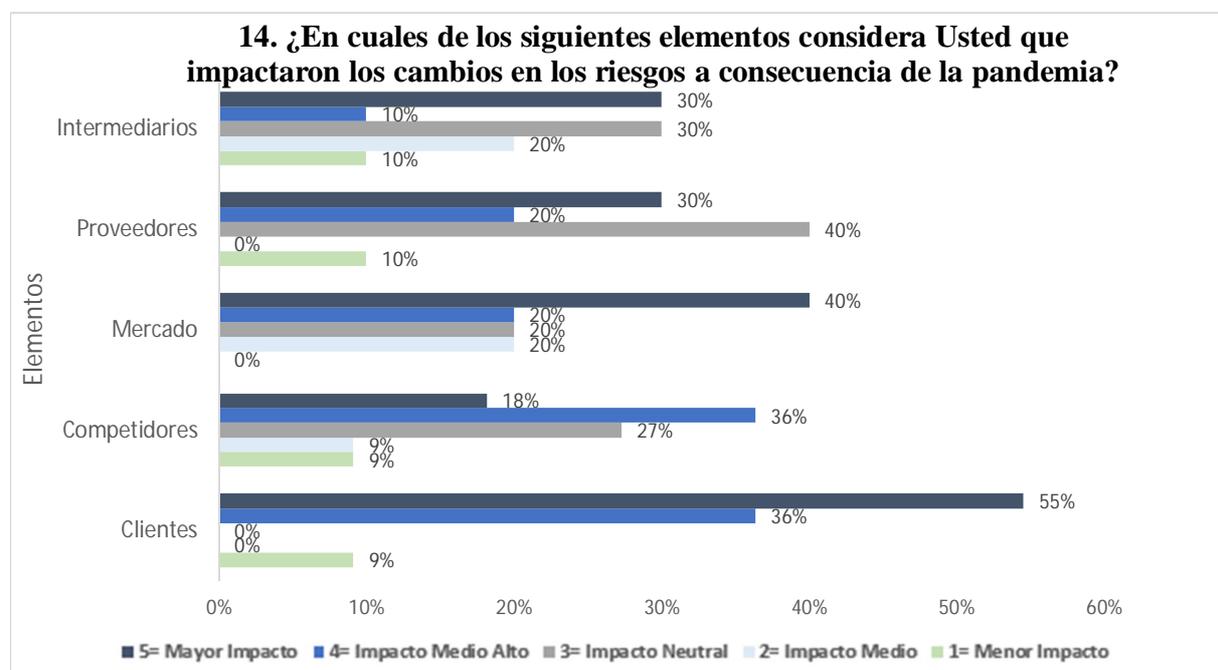


Grafico 6. 14 Elementos que impactaron cambios en los riesgos.

Con la información que nos arroja este gráfico, se puede identificar que los cambios en los diferentes riesgos impactaron directamente para las compañías de seguro a elementos de su entorno como ser clientes con un 55% de afirmación por las compañías de seguro y como elemento que registra un mayor impacto. Asimismo, como siguiente elemento del mercado, con un 40% de registro de impacto, según afirmación de las compañías de seguro. Finalmente, y como elementos que recibieron un menor impacto ante los cambios en los tipos de pólizas, encontramos a los intermediarios y proveedores con un 30% de afirmación según la medición de las compañías de seguro. En función a lo que reflejan estos datos y de acuerdo a los cambios en los riesgos, que se identifica afectaron mayormente al cliente, ya que este tuvo que aceptar las condicionantes establecidas en dichos cambios.

Tabla 6.15

Resultado de la pregunta 15- Cuestionario de la evolución del mercado asegurador post pandemia

15. ¿Considera Usted que el riesgo a consecuencia de la pandemia ha causado mayor impacto siniestral para su compañía aseguradora?		
Escala	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	8	72.7%
De acuerdo	3	27.30%
Neutral	0	0.00%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
Total	11	100%

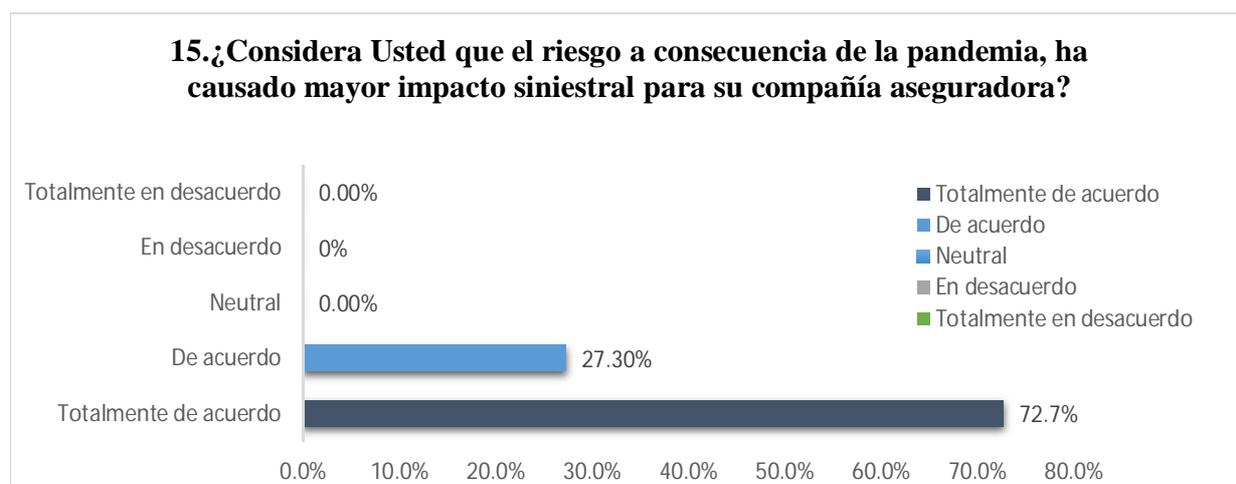


Grafico 6. 15 Riesgos siniestral para la compañía.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se considera que un 72.7% de las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, están totalmente de acuerdo que han registrado un mayor impacto siniestral a consecuencia de la pandemia; y, un 27.3% de las compañías de seguro, están de acuerdo en haber registrado un mayor impacto siniestral a consecuencia de la pandemia. Las compañías con mayor cuota de participación del mercado del bloque seguro de personas resultaron mayormente afectadas por los riesgos a consecuencia de la pandemia COVID-19, de las cuales

Tabla 6.16

Resultado de la pregunta 16- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

16. ¿Cuáles han sido los elementos que han impactado mayormente a su compañía de seguros, a consecuencia de los riesgos originados por la pandemia?						
Escala	1	2	3	4	5	Total
Aumento en los gastos	0%	22%	0%	11%	67%	100%
Reducción de Ventas	10%	10%	10%	30%	40%	100%
Reestructuraciones de personal	25%	13%	25%	38%	0%	100%
Disminución de rentabilidad	10%	10%	30%	10%	40%	100%

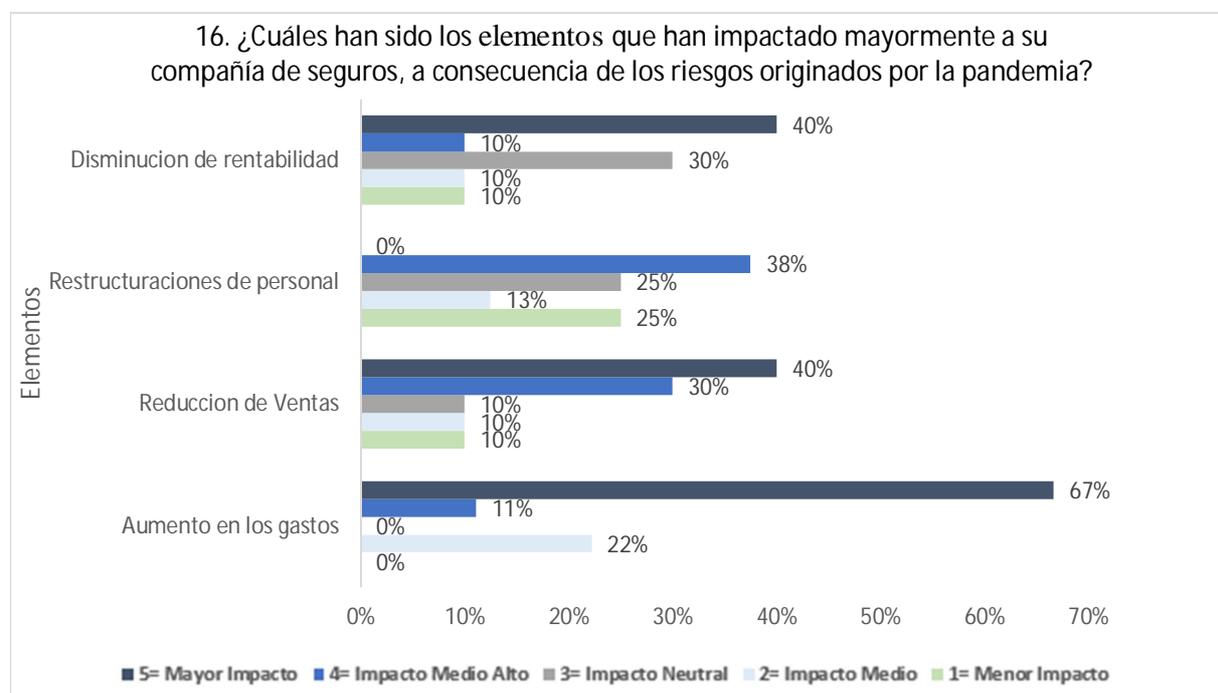


Grafico 6. 16 Regulaciones del mercado asegurador para beneficio de los asegurados y beneficiarios.

Con la información que nos arroja este gráfico, se puede identificar que los riesgos ocasionados por la pandemia Covid-19, impactaron a los elementos operacionales de la compañía; un 67% de compañías aseguradoras registraron impacto mayormente en el aumento de sus gastos; Un 40% de las compañías aseguradoras registraron impacto en reducción de ventas y disminución de rentabilidad; y, un 38% de compañías aseguradoras registraron impacto menor en sus estructuras de personal o reestructuración de personal. El sector asegurador, ya tenía programado dentro de sus protocolos de operación, el desempeño de actividades virtuales, contemplado como contingencias ante conmociones de origen civil; de esto resulta garantizar la protección de información lo que por una parte genera aumento en los gastos de las aseguradoras, y a su vez, permitió mantener la mayor parte de su personal. Respecto a la disminución de rentabilidad y reducción de ventas, ante el cese de actividades a consecuencia de la pandemia Covid-19, las estimaciones de crecimiento general resultaron afectadas.

6.1.5 Primas de Seguros

Tabla 1.17

Resultado de la pregunta 17- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

17. ¿Han sido modificadas las primas de seguro por su compañía, a consecuencia de la pandemia?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Si	6	54.50%
No	5	45.50%
Total	11	100.00%

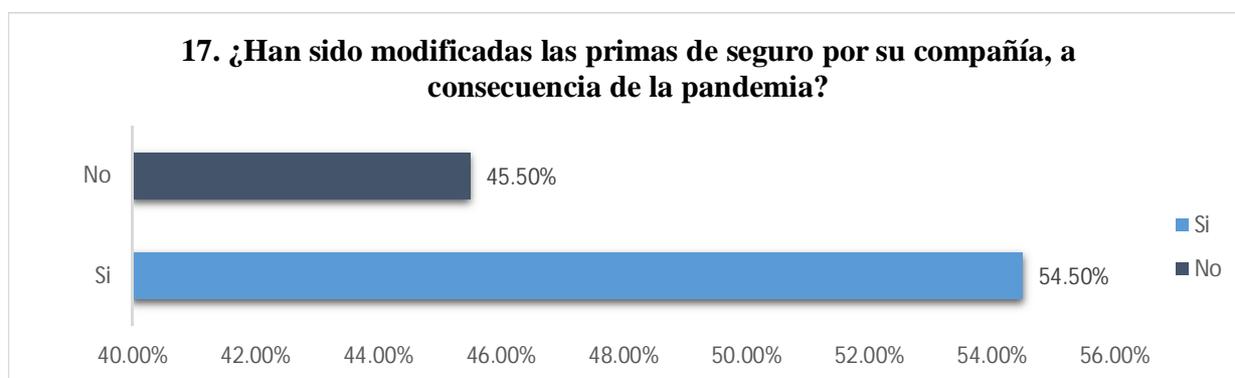


Gráfico 6. 17 Información de modificaciones en las primas de seguros.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se determina que un 54.5% de las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, cambió sus primas de seguro a consecuencia de la pandemia; y, un 45.5% de las compañías de seguro, no cambió sus primas de seguro a consecuencia de la pandemia. Partiendo del principio de mutualidad y considerando el impacto siniestral registrado en el mercado asegurador, las compañías que resultaron más afectadas, modifican sus tarifas para la estimación de primas de seguro, esto para equilibrar los márgenes entre primas y siniestros.

Tabla 6.18

Resultado de la pregunta 18- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

18. ¿En cuáles de estos ramos de seguro, se han modificado las primas a consecuencia de la pandemia?		
Ramos de seguro	Encuestados	Porcentaje
Seguros de Vida	4	30.8%
Seguros Médicos	6	46.2%
Seguros de accidentes	0	0%
Seguros de Vehículos	0	0%
Seguros de Incendios	1	7.7%
Seguros de transporte	0	0%
Otros seguros	2	15.4%
Total	13	100.0%

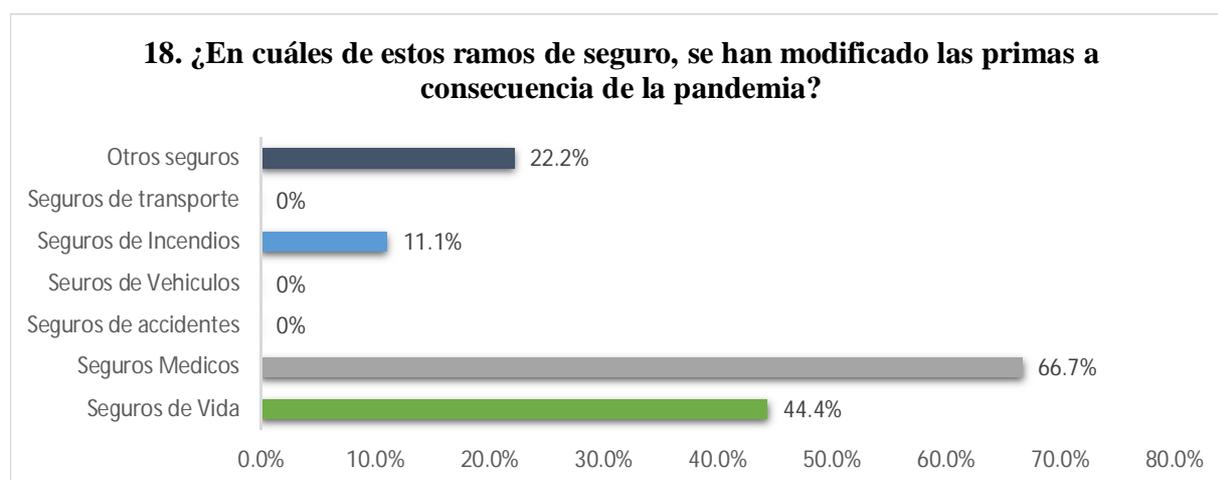


Grafico 6. 18 Tipos de seguros donde han modificado las primas.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se registra la modificación de las primas en los siguientes seguros, 66.7% de las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, modificaron sus primas en los seguros médicos hospitalarios a consecuencia de la pandemia Covid-19. 44.4% de las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, modificaron sus primas en sus seguros de vida a consecuencia de la pandemia Covid-19; y, un 22.2% de las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, modificaron sus primas en otros tipos de seguros a consecuencia de la pandemia Covid-19. Como lo refleja el gráfico, los seguros médicos fueron los más afectados y que recibieron cambios en sus primas de seguro, esto por la alta incidencia que obtuvieron las compañías de seguro. Mientras tanto, los seguros de vida sufrieron alteraciones solo en nuevas coberturas.

Tabla 6.19

Resultado de la pregunta 19- Cuestionario de la evolución del mercado asegurador post pandemia

19. ¿Dónde se refleja el impacto de estos cambios en las primas, para su compañía de seguros?						
Escala	1	2	3	4	5	Total
Cartera de Clientes	0%	22%	22%	11%	44%	100%
Amparo de Coberturas	11%	11%	11%	33%	33%	100%
Límites de Responsabilidad	11%	33%	0%	22%	33%	100%

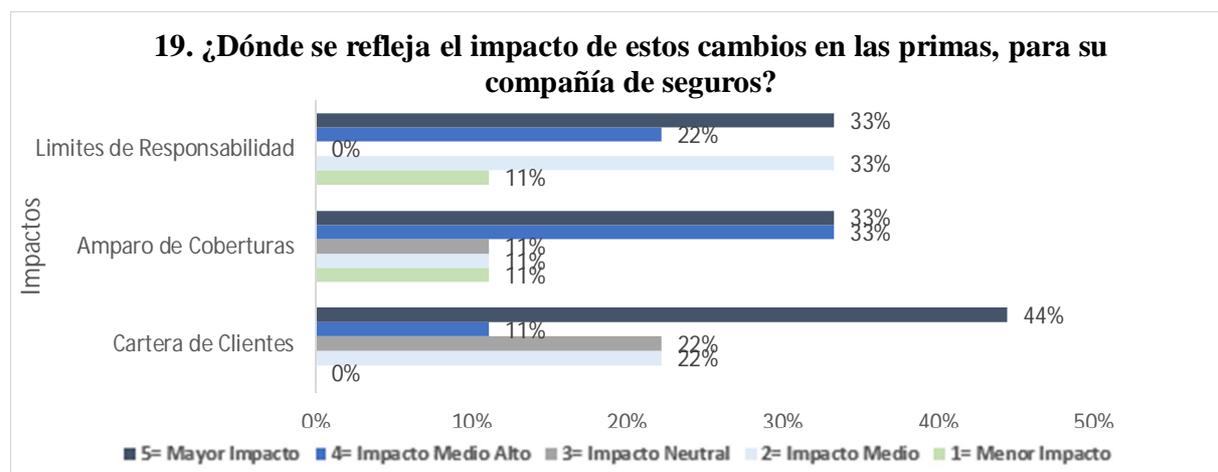


Grafico 6. 19 Elementos que generan mayor impacto las primas de seguros.

Con la información que nos arroja este gráfico, las compañías de seguro manifiestan que los cambios en las primas de seguro tuvieron mayor impacto en los siguientes elementos, 44% en la cartera de clientes; y para los elementos de límites de responsabilidad y amparo de coberturas con un 33% de afirmación por las compañías de seguro. Al igual que las variables anteriores, la cartera de clientes resultó mayormente impactada ante los cambios que se registraron en las primas de seguro. Por otro lado, los elementos de límites de responsabilidad y amparo de coberturas, al ser elementos que de una u otra manera van acorde a la capacidad adquisitiva del asegurado, obtuvieron un menor impacto ante los cambios en las primas de seguro.

Tabla 6.20

Resultado de la pregunta 20- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

20. ¿Considera Usted que los cambios en las primas de seguro a consecuencia de la pandemia han sido mayores y más frecuentes?		
Escala	Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	27%
De acuerdo	4	36.40%
Neutral	2	18.20%
En desacuerdo	2	18%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
Total	11	100%

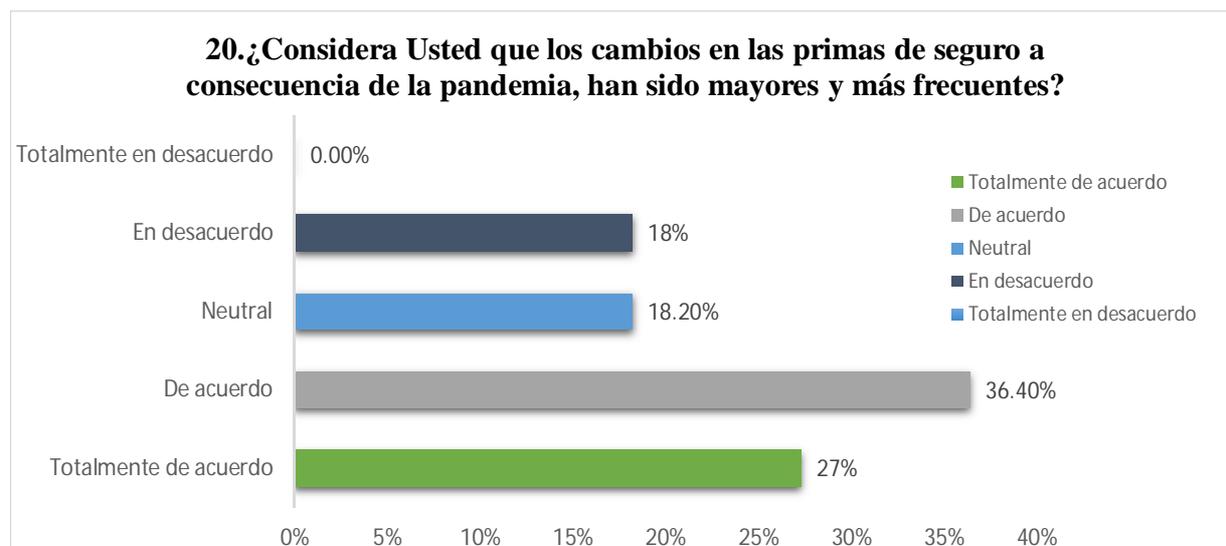


Grafico 6. 20 Información del grado de impacto en las primas de seguro a consecuencia de la pandemia.

Con la información que nos arroja este gráfico, analizamos la frecuencia de cambio en las primas que se han registrado en las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, identificando lo siguiente, un 27.3% está totalmente de acuerdo que los cambios son mayores y más frecuentes. Un 36.4% está de acuerdo que los cambios son mayores y más frecuentes. Un 18.2% mantiene posición neutral ante esta interrogante; Mientras que un 18.2% se muestra en desacuerdo ante esta interrogante. La frecuencia de cambio de costos de prima se refleja en cada aniversario de póliza y este se incluye elementos que van desde históricos de siniestros, costos inflacionarios, y readecuación por rangos de edad.

Asegurados

Tabla 6.21

Resultado de la pregunta 21- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

21. ¿Considera Usted, que se han registrado cambios en la cartera de asegurados de su compañía, a consecuencia de la pandemia?		
Escala	Encuestados	Porcentaje
Si	8	80.00%
No	2	20.00%
Total	10	100.00%

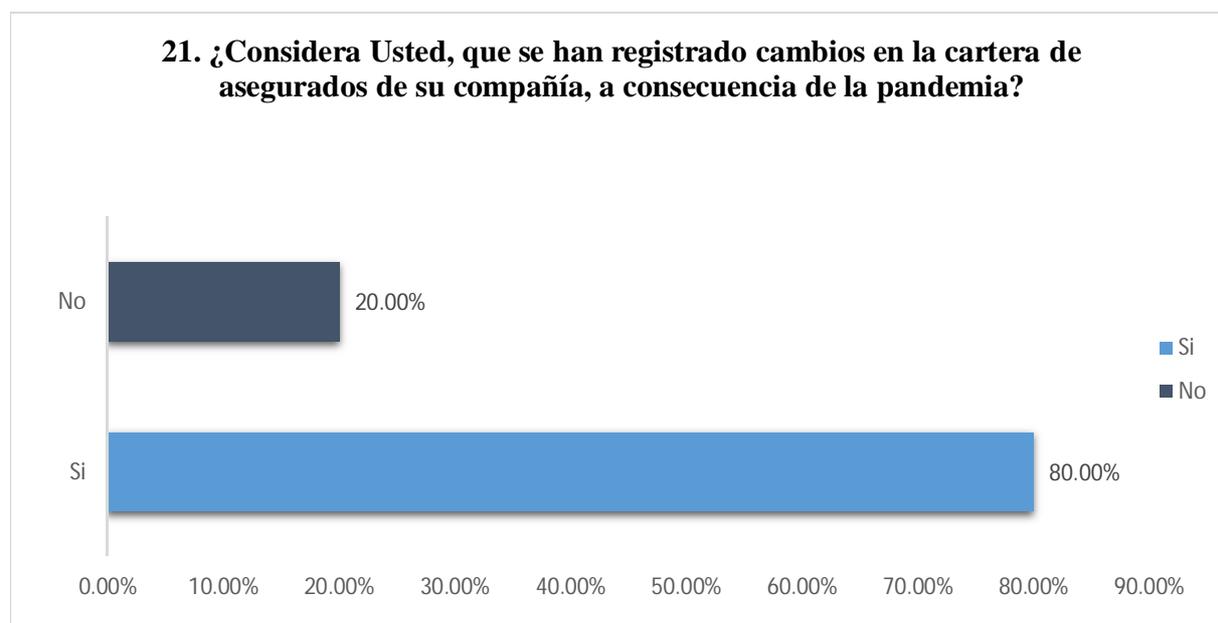


Grafico 6. 21 Información de los cambios registrados en la cartera de asegurados.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se determina que un 80% de las compañías de seguro del mercado asegurador nacional, ha registrado cambios en sus carteras de asegurados a consecuencia de la pandemia; y, un 20% de las compañías de seguro, no ha registrado cambios en sus carteras de asegurados a consecuencia de la pandemia.

Tabla 6.22

Resultado de la pregunta 22- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia.

22. ¿Cuál ha sido el impacto mayor de estos cambios?						
Escala	1	2	3	4	5	Total
Ingreso de Asegurados	25%	13%	13%	38%	13%	100%
Mantenimiento de asegurados	0%	29%	14%	29%	29%	100%
Salida de asegurados	20%	10%	10%	20%	40%	100%

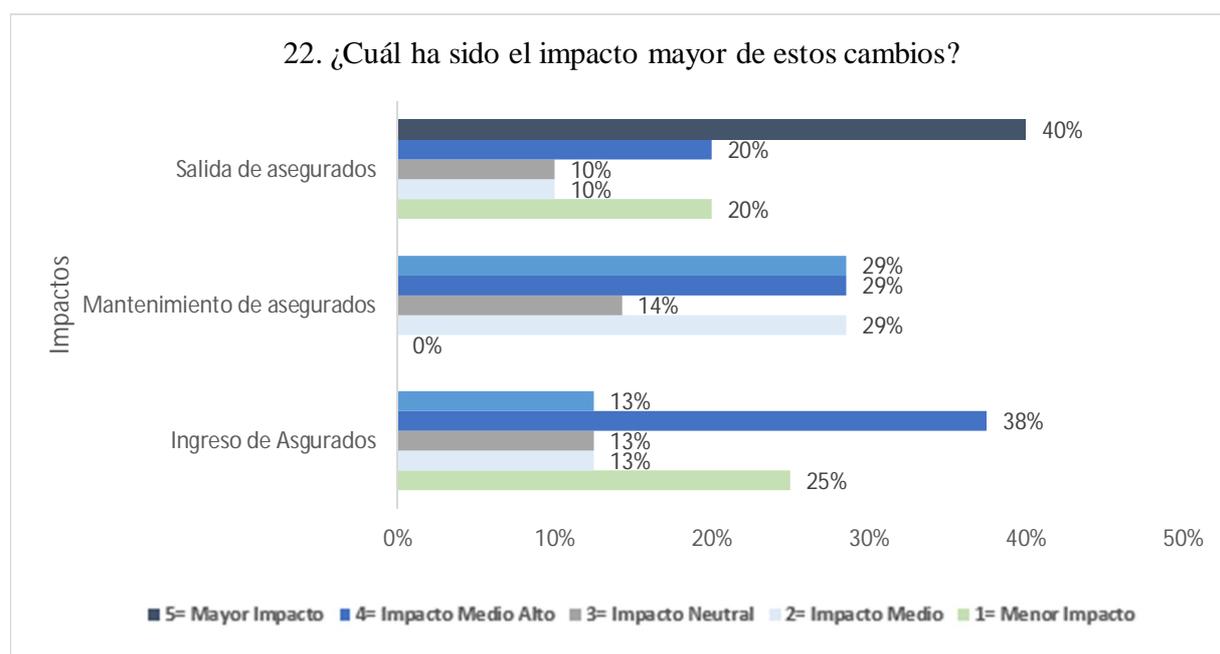


Grafico 6. 22 Impacto de la empresa de acuerdo a los cambios en la cartera de asegurados.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se observan que los cambios en las carteras de asegurados, que un 40% de las compañías de seguro a nivel nacional registró un mayor impacto en la salida de asegurados de sus compañías; un 38% de las compañías registraron ingreso de

asegurados. Y un 29% registraron un mantenimiento de su cartera de clientes a consecuencia de la pandemia Covid-19. Los elementos para que las carteras de clientes se sufran variaciones en las compañías de seguros depende del tipo de riesgo del que se otorgue cobertura, así como las condiciones socio económicas que se desarrollen en el momento.

Tabla 6.23

Resultado de la pregunta 23- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

23. ¿Cuáles han sido los tipos de seguros con mayor demanda por los asegurados, a raíz de la pandemia?		
Ramos de seguro	Encuestados	Porcentaje
Seguros de Vida	11	45.8%
Seguros Médicos	11	45.8%
Seguros de accidentes	0	0.0%
Seguros de Vehículos	1	4.2%
Seguros de Incendios	0	0.0%
Seguros de transporte	1	4.2%
Otros seguros	0	0.0%
Total	24	100.0%

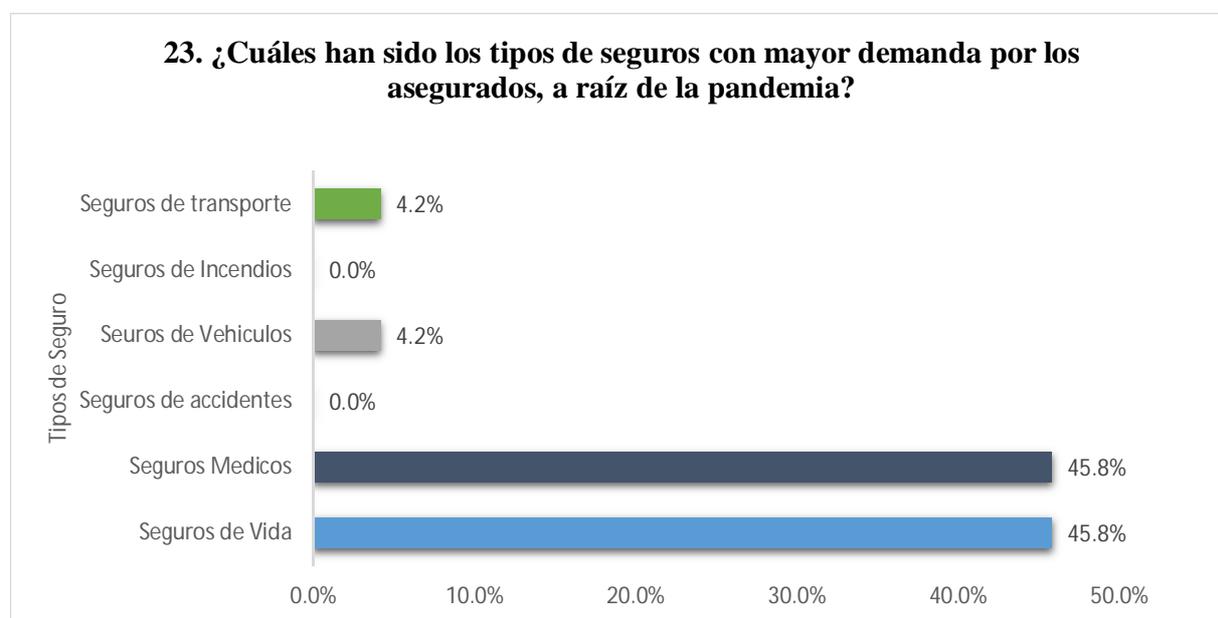


Grafico 6. 23 Seguros con mayor demanda por parte de los asegurados a raíz de la pandemia.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se observa que un 45.8% de las compañías aseguradoras confirman que los seguros médicos hospitalarios y seguros de vida, fueron los seguros que obtuvieron mayor demanda por los aseguradores. Porcentaje menor registraron seguros de daños y generales, como ser los seguros de vehículos con un 4.2% y los seguros de transporte con igual porcentaje 4.2%. Los resultados reflejan, que la pandemia Covid-19 provocó la generación y búsqueda de alternativas para la sociedad, en lo que respecta a optar por coberturas de seguro que protegieran la integridad de la persona.

Tabla 6.24

Resultado de la pregunta 24- Cuestionario de la evolución del mercador asegurador post pandemia

24. ¿En qué segmentos de asegurados, se han registrado los cambios en su cartera de clientes?		
Segmentos	Encuestados	Porcentaje
Asegurados en vida	10	35.7%
Asegurados en seguro médico Hospitalario	10	35.7%
Asegurados en accidentes personales	4	14.3%
Asegurados en Vehículos	2	7.1%
Seguros de Incendios	2	7.1%
Otros asegurados	0	0.0%
Total	28	100.0%



Grafico 6. 24 Elementos que generan cambios en la cartera de clientes.

Con base a los datos que ofrece este gráfico, se demuestra que los cambios en las carteras de asegurados de las compañías de seguro, se registran en los segmentos de seguros de personas como ser seguros de vida con un 35.7% y seguro médico hospitalario con un 35.7%, y los segmentos de seguros de daños como ser seguro de vehículos con un 7.1% y seguros contra incendio y/o rayo con un 7.1%. Nuevamente se refleja, que la intención de adquisición por los asegurados se registra en el bloque de seguros de personas, esto a consecuencia de la pandemia Covid-19.

6.2 ENTREVISTA

A continuación, se presenta la transcripción de las entrevistas realizadas a las tres (2) aseguradoras encuestadas, las cuales fueron a través de plataformas digitales como Zoom.

6.2.1 Entrevista realizada al Lic. Gerardo Rivera, Gerente General de Seguros del País y al Lic. Milton Fonseca, Gerente de fianzas de FICOHSA seguros (Vía Zoom)

1. ¿Cómo considera que ha evolucionado el mercado asegurador post-pandemia?

Las compañías aseguradoras se adaptaron muy bien al impacto ocasionado por el Covid-19, algunas empresas aseguradoras utilizaron sus reservas para hacer frente a las demandas que surgieron, otras innovaron en sus productos haciendo uso de recursos tecnológicos manteniendo activo su servicio al cliente. Actualmente las aseguradoras trabajan en mejoras para sus planes de contingencia y así estar mejor preparados para mantener medidas que se adapten a este tipo de cambios

2. En cuanto a las regulaciones, disposiciones y normativas, ¿Cómo considera el actuar de la compañía de seguros ante la pandemia?

El actuar de cada compañía es diferente, algunas compañías tomaron decisiones de forma inmediata, realizando planes y formaron equipos de alto rendimiento para tomar las mejores decisiones fortaleciendo las áreas de cobro y de reclamos y así tener un alto rendimiento en la parte financiera, mientras que otras compañías habilitaron opciones adicionales, coberturas inmediatas a sus asegurados que se vieron o siguen viéndose afectados por COVID19, enfocados así en la operatividad de la empresa apegados a la legislación.

3. ¿Qué motivó al surgimiento de nuevos productos y servicios?

Seguros del país:

Las aseguradoras implementaron herramientas tecnológicas, lo que les permitió adaptarse creando aplicaciones con módulos para cada uno de sus servicios como ser: gastos médicos, donde se

pueden ver deducibles, coberturas, límites vitalicios y otro servicio como ver farmacias por distancia según la geografía que se encuentra. Otro módulo creado fue la auto inspección de vehículos para clientes corporativos, donde se toman fotografías de manera sistemática que captura las imágenes en línea desde la plataforma, donde se puede ver la inspección. Por tanto, las aseguradoras procuraron darles la atención a los reclamos que han surgido hacerles mejoras y atender de todas las plataformas a beneficio de cliente empresa.

4. Desde el origen de la pandemia ¿Cómo ha gestionado los riesgos su compañía de seguros?

Seguros del país:

Compañía de seguros del país implementa una gestión de riesgo basada en análisis sobre las diferentes exposiciones, ya que debemos estar atentos en estas etapas como la identificación, medición, control, mitigación, monitoreo y la comunicación.

FICOHSA seguros:

Trabajamos de forma remota en planes de contingencia, simulacros de continuidad de trabajo.

5. ¿Cómo han percibido el comportamiento de los clientes, respecto a las primas de sus contratos de seguro?

Seguros del país:

No se ha tenido un comportamiento negativo por parte de los asegurados, ya que se ha tenido crecimiento continuo cada año en temas de primas, pero si han exigido mejores precios por el impacto económico que se ha tenido tanto en personas naturales como las empresas.

FICOHSA seguros:

Nuestra empresa se ha visto afectada en la disminución de ingresos, nuestros clientes en temas de contratos de salud siguen manteniendo sus pagos, a excepción de seguros de vehículos, edificios, y desactivamos los protocolos como cartas de notificaciones.

6. ¿Cómo han percibido los asegurados, las disposiciones de la compañía respecto a la pandemia?

En general y según las compañías aseguradoras encuestadas, los clientes aceptaron de buena forma las disposiciones de las mismas las cuales hablaron con los asegurados comprometiéndose a atender sus requerimientos de aseguramiento, según las aseguradoras los clientes comprenden la situación y regulaciones en cuanto servicios en temas de seguros referente a la parte económica que no solo vive el país si no a nivel internacional.

VII CONCLUSIONES

Conclusión General: Ante los efectos de la pandemia COVID-19, tanto en los grupos sociales primarios como secundarios de nuestra sociedad, el sector asegurador accionó su estructura de operación y abordó la atención de las eventualidades y vulnerabilidades que apremiaba la sociedad consecuencia de este fenómeno; el sector asegurador, ante la exposición a eventualidades y vulnerabilidades sociales, proporciona a la sociedad y economía nacional una alternativa para mermar la situación de incertidumbre que se atraviesa; en la cual, partiendo del principio fundamental de buena fe, actúan con la intención de respaldar a sus asegurados, con la finalidad de ejecutar los contratos de seguro y asumir las responsabilidades adquiridas.

Regulaciones. El covid-19 y los desastres naturales, han tenido impactos en las industrias de seguros en el mercado nacional, por lo cual las regulaciones han sufrido importantes cambios, un 81.80% de las aseguradoras que operan en la ciudad, afirman que estos cambios impactaron en distintas áreas como ser: el área de suscripciones, siniestros y cobranzas, sin embargo, estas regulaciones han sido de beneficio tanto para los tomadores de seguros como para sus beneficiarios, fomentando una competitividad dentro del mercado asegurador.

Tipos de pólizas. Para las compañías de seguros a nivel nacional las condiciones aceptadas en relación a las pólizas de seguros entre las instituciones de seguros y el asegurado han presentado cambios debido a la situación del covid-19, en donde se identificó que los elementos que mayor impacto que se ha registrado son en relación a las pólizas con los clientes con 55%, siendo los seguros de vida y los seguros Médicos Hospitalarios los que registran un mayor crecimiento a consecuencia de la pandemia, productos que ya se encontraban dentro del mercado asegurador de tal manera no han surgido nuevas pólizas dentro de estas compañías.

Riesgos. En el mercado asegurador a nivel nacional debido a la crisis mundial por el Covid-19 se han incrementado de forma significativa estos riesgos ya que muchas compañías no se encontraban preparadas para afrontar una crisis de tal magnitud. Para afrontar tal problemática el 80% de las compañías aseguradoras han optado por cambiar la cobertura sobre riesgos sin embargo estos

cambios en la cobertura impactaron de forma significativa a los clientes representando estos el 55% sobre los intermediarios, proveedores, mercado y competidores. Ocho de las doce compañías aseguran que los riesgos a causa de la pandemia han causado un mayor impacto siniestral representando estas el 72.7% del total de las compañías aseguradoras que operan en Honduras principalmente el incremento en sus gastos, reducción en sus ventas, disminución de rentabilidad y reestructuración de personal.

Asegurados. Al ser afectada la economía a nivel mundial por causa de la pandemia muchos clientes (asegurados individuales y corporativos) optaron por cerrar operaciones y no renovar contratos con las compañías aseguradoras debido a que seguir operando ya no era rentable para ellos. Dicha problemática registro cambios en la cartera de asegurados, principalmente en los segmentos de seguros de vida y seguros médicos, siendo el 80% de las compañías aseguradoras afectadas en las cuales el mayor impacto se produjo en la salida de asegurados, mantenimiento de asegurados y bajo porcentaje de nuevos asegurados.

Primas de seguros. Las primas de seguro juegan un papel fundamental para acceder a los diferentes tipos de coberturas de seguro. Su tarificación y pago dependerá de los límites y montos de cobertura contratados, así como la responsabilidad del sector asegurador en resarcir las pérdidas sufridas a consecuencia de los diversos riesgos. Estas primas han registrado variaciones en relación a los acontecimientos históricos relevantes como la pandemia Covid-19 y fenómenos naturales, sumados a elementos relativos a la contratación de seguros como ser aspectos socios económicos y demográficos

VIII RECOMENDACIONES

Después de haber desarrollado esta investigación sobre la evolución del mercado asegurador Post Pandemia en Tegucigalpa, y luego de haber analizado los hallazgos encontrados a través de los instrumentos de recopilación de datos aplicados a los colaboradores o representantes de estas compañías, se emiten las siguientes recomendaciones:

Recomendación General: Mediante la intervención de los actores de desarrollo de este rubro, estudiar y analizar los eventos que históricamente han sido de fuerte impacto para la sociedad, para la formulación, adecuación y reacondicionamiento de las pólizas que se ofrecen en el mercado asegurador. Esto permitirá afrontar los riesgos de manera aceptable y equilibrada, proporcionando a los asegurados las condiciones de fomento de contratación de estos servicios, logrando la percepción y mantenimiento de primas que permitan al sector un crecimiento económico y sostenible para el desarrollo socioeconómico del país.

Regulaciones. En base a los resultados encontrados en esta variable, avanzar hacia las regulaciones basadas en riesgos, sería sin duda, una cuestión muy positiva en las nuevas disposiciones, en virtud de los beneficios de los asegurados y sus beneficiarios y así tener mecanismos eficientes en gestiones por parte del regulador y desde el punto de vista del mercado, Esto puede ser alcanzado mediante la elaboración un plan estructurado que involucre a todos los agentes de la sociedad y que sea regulado por los entes gubernamentales, para propiciar el carácter legal que amerita esta variable.

Tipos de pólizas. En base a los resultados encontrados en esta variable, se recomienda a las compañías aseguradoras revisar los impactos generados con sus clientes y así sacar el máximo provecho referente a los tipos de seguros que más demanda han tenido de acuerdo a la situación actual, deben de ser todos ávidos administradores del lenguaje de pólizas y así tener presente las

consideraciones en base a los incrementos de riesgo, límites asegurables, revisiones y coberturas que se deben de considerar antes las condiciones económicas cambiantes. La conjunción de dichos elementos y el análisis de los datos, proporcionará al mercado asegurador la herramienta para fortalecer sus pólizas de seguro, en cada uno de los ramos comercializados, con la finalidad de garantizar la protección de los clientes y logrando alcanzar impactos de riesgo aceptable.

Riesgos. En base a los resultados encontrados en esta variable se recomienda a las compañías aseguradoras considerando la problemática actual y la posibilidad de estar expuestos una nueva crisis o fenómenos biológicos, crear planes de contingencia que les permita garantizar su operación sin tener que afectar de manera significativa sus activos. Se pueden establecer estrategias que permitan redefinir productos como ser su costo y cobertura y que los productos sean idóneos con respecto a la actual situación económica, realizar análisis con los cuales se puedan desarrollar estrategias para poder mantener su flujo sin tener que llegar a pérdidas por ventas de inversiones de largo plazo y, al mismo tiempo, cuidar el mantenimiento adecuado para sus activos y así cubrir sus reservas y requerimiento de capital.

Asegurados. En base a los resultados encontrados en esta variable se recomienda a las compañías aseguradoras diversificar sus productos creando nuevos segmentos de cartera de asegurados, analizando los posibles siniestros que impacten de forma negativa a los activos de la empresa anticipándose a ellos, ofreciendo a los asegurados confianza ya que esto evitara que los mismos decidan seguir manteniendo así la operación. Utilizar métodos tecnológicos eficaces que permitan que sus agentes puedan ofrecer sus productos, lo que sin duda impactará en las nuevas ventas. las empresas deben invertir en tener capacidades digitales avanzadas con las que podrán tener una mejor posición para atender a sus clientes y buscar, así, ofrecer una mejor atención. Para abordar esta variable, el mercado asegurador requiere de la presentación masiva de atención de eventos, como manera de fomentar la concientización de la importancia sobre la adquisición de estos servicios.

Primas de seguros. En base a los resultados encontrados en esta variable, y ante la realidad económica nacional, se da por hecho que las personas con un poder adquisitivo medio-alto, son quienes pueden optar a contratar algún tipo de seguro en este mercado asegurador; Por lo que se

recomienda que ante los acontecimientos enfrentados como sociedad a consecuencia de la pandemia Covid-19, el sector pueda buscar los mecanismos de oferta de servicios diferenciados en categorías, para cubrir necesidades emergentes de seguro. El adecuar productos en escala de eventos puntuales, permitirá que los sectores sociales con poder adquisitivo menor al planteado anteriormente, pueden optar a los diversos seguros, limitando la cobertura en base a escalas y evento suscitado; manteniendo capacidad de amortización de pérdidas.

Tabla de congruencia

Variable	Objetivos Especificos	Pregunta de Investigacion	Conclusion	Recomendacion
1-Regulaciones (Variable Independiente)	1-Describir la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a regulaciones en la ciudad de Tegucigalpa..	1- ¿Cómo han cambiado las regulaciones en el mercado asegurador post pandemia?	1-Regulaciones. El covid-19 y los desastres naturales, han tenido impactos en las industrias de seguros en el mercado nacional, por lo cual las regulaciones han sufrido importantes cambios, un 81.80% de las aseguradoras que operan en la ciudad, afirman que estos cambios impactaron en distintas áreas como ser: el área de suscripciones, siniestros y cobranzas, sin embargo, estas regulaciones han sido de beneficio tanto para los tomadores de seguros como para sus beneficiarios, fomentando una competitividad dentro del mercado asegurador.	1- Regulaciones. En base a los resultados encontrados en esta variable, avanzar hacia las regulaciones basadas en riesgos, sería sin duda, una cuestión muy positiva en las nuevas disposiciones, en virtud de los beneficios de los asegurados y sus beneficiarios y así tener mecanismos eficientes en gestiones por parte del regulador y desde el punto de vista del mercado.
2-Tipos de Pólizas (Variable Independiente)	2-Identificar la evolución del mercado asegurador post pandemia en	2- ¿Cómo han cambiado los tipos de pólizas en el mercado	2- Tipos de pólizas. Para las compañías de seguros a nivel nacional las condiciones aceptadas en	2- Tipos de pólizas. En base a los resultados encontrados en esta variable, se

	cuanto a los tipos de póliza de seguros en la ciudad de Tegucigalpa.	asegurador post pandemia?	relación a las pólizas de seguros entre las instituciones de seguros y el asegurado han presentado cambios debido a la situación del covid-19, en donde se identificó que los elementos que mayor impacto que se ha registrado son en relación a las pólizas con los clientes con 55%, siendo los seguros de vida y los seguros Médicos Hospitalarios los que registran un mayor crecimiento a consecuencia de la pandemia, productos que ya se encontraban dentro del mercado asegurador de tal manera no han surgido nuevas pólizas dentro de estas compañías.	recomienda a las compañías aseguradoras revisar los impactos generados con sus clientes y así sacar el máximo provecho referente a los tipos de seguros que más demanda han tenido de acuerdo a la situación actual, deben de ser todos ávidos administradores del lenguaje de pólizas y así tener presente las consideraciones en base a los incrementos de riesgo, límites asegurables, revisiones y coberturas que se deben de considerar antes las condiciones económicas cambiantes.
3-Riesgos (Variable Independiente)	3-Analizar la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los riesgos en la ciudad de Tegucigalpa.	3-Describir la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los riesgos a nivel	3- Riesgos. En el mercado asegurador a nivel nacional debido a la crisis mundial por el Covid-19 se han incrementado de forma significativa estos riesgos ya que muchas	3- Riesgos. En base a los resultados encontrados en esta variable se recomienda a las compañías aseguradoras considerando la

		<p>nacional ¿Cómo han cambiado los riesgos en el mercado asegurador post pandemia?</p>	<p>compañías no se encontraban preparadas para afrontar una crisis de tal magnitud. Para afrontar tal problemática el 80% de las compañías aseguradoras han optado por cambiar la cobertura sobre riesgos sin embargo estos cambios en la cobertura impactaron de forma significativa a los clientes representando estos el 55% sobre los intermediarios, proveedores, mercado y competidores. Ocho de las doce compañías aseguran que los riesgos a causa de la pandemia han causado un mayor impacto siniestral representando estas el 72.7% del total de las compañías aseguradoras que operan en Honduras principalmente el incremento en sus gastos, reducción en sus ventas, disminución de rentabilidad y restructuración de personal.</p>	<p>problemática actual y la posibilidad de estar expuestos una nueva crisis o fenómenos biológicos, crear planes de contingencia que les permita garantizar su operación sin tener que afectar de manera significativa sus activos. Se pueden establecer estrategias que permitan redefinir productos como ser su costo y cobertura y que los productos sean idóneos con respecto a la actual situación económica, realizar análisis con los cuales se puedan desarrollar estrategias para poder mantener su flujo sin tener que llegar a pérdidas por ventas de inversiones de largo plazo y, al mismo tiempo, cuidar el mantenimiento adecuado para sus activos y así cubrir sus reservas y</p>
--	--	--	---	---

				requerimiento de capital.
4-Asegurados (Variable Independiente)	4-Describir la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a los asegurados en la ciudad de Tegucigalpa.	4- ¿Cómo han cambiado los asegurados en el mercado asegurador post pandemia?	4- Asegurados. Al ser afectada la economía a nivel mundial por causa de la pandemia muchos clientes (asegurados individuales y corporativos) optaron por cerrar operaciones y no renovar contratos con las compañías aseguradoras debido a que seguir operando ya no era rentable para ellos. Dicha problemática registro cambios en la cartera de asegurados, principalmente en los segmentos de seguros de vida y seguros médicos, siendo el 80% de las compañías aseguradoras afectadas en las cuales el mayor impacto se produjo en la salida de asegurados, mantenimiento de asegurados y bajo porcentaje de nuevos asegurados.	4-Asegurados. En base a los resultados encontrados en esta variable se recomienda a las compañías aseguradoras diversificar sus productos creando nuevos segmentos de cartera de asegurados, analizando los posibles siniestros que impacten de forma negativa a los activos de la empresa anticipándose a ellos, ofreciendo a los asegurados confianza ya que esto evitara que los mismos decidan salir manteniendo así la operación. Utilizar métodos tecnológicos eficaces que

				<p>permitan que sus agentes puedan ofrecer sus productos, lo que sin duda impactará en las nuevas ventas. las empresas deben invertir en tener capacidades digitales avanzadas con las que podrán tener una mejor posición para atender a sus clientes y buscar, así, ofrecer una mejor atención.</p>
<p>5-Primas de seguros (Variable Independiente)</p>	<p>5-Exponer la evolución del mercado asegurador post pandemia en cuanto a las primas de seguro en la ciudad de Tegucigalpa.</p>	<p>5- ¿Cómo han cambiado las primas de seguros en el mercado asegurador post pandemia?</p>	<p>5- Primas de seguros. Las primas de seguro juegan un papel fundamental para acceder a los diferentes tipos de coberturas de seguro. Su tarificación y pago dependerá de los límites y montos de cobertura contratados, así como la responsabilidad del sector asegurador en resarcir las pérdidas sufridas a consecuencia de los diversos riesgos. Estas primas han registrado</p>	<p>5-Primas de seguros. En base a los resultados encontrados en esta variable, y ante la realidad económica nacional, se da por hecho que las personas con un poder adquisitivo medio-alto, son quienes pueden optar a contratar algún tipo de seguro en este mercado asegurador; Por lo que se recomienda que ante los acontecimientos</p>

			variaciones en relación a los acontecimientos históricos relevantes como la pandemia Covid-19 y fenómenos naturales, sumados a elementos relativos a la contratación de seguros como ser aspectos socios económicos y demográficos.	enfrentados como sociedad a consecuencia de la pandemia Covid-19, el sector pueda buscar los mecanismos de oferta de servicios diferenciados en categorías, para cubrir necesidades emergentes de seguro
--	--	--	---	--

IX FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- APASEG. (s. f.). Principios de los seguros. *APASEG*. Recuperado 30 de abril de 2022, de <https://www.apaseg.org.pe/2020/11/principios-de-los-seguros/>
- EALDE. (2019, mayo 6). *La incertidumbre, primer componente del riesgo en la contratación de seguros*. EALDE Business School. <https://www.ealde.es/incertidumbre-riesgo-contratacion-de-seguros/>
- Formulación del Problema de Investigación*. (s. f.). Recuperado 8 de mayo de 2022, de http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa8/problema_investigacion/x8.htm
- Glosario – CAHDA*. (s. f.). Recuperado 27 de abril de 2022, de <https://www.cahda.org/glosario/>
- Macroentorno—¿Qué es?, elementos que influyen y ejemplos. (2018, octubre 25). *Enciclopedia Económica*. <https://enciclopediaeconomica.com/macroentorno/>
- Peñalver, P. (s. f.). *Entorno Tecnológico*. Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://pablopenalver.com/entorno-tecnologico/>
- Perfil-del-Sistema-Asegurador-de-Honduras-Ano-2021.pdf*. (s. f.). Recuperado 30 de abril de 2022, de <https://www.cnbs.gob.hn/wp-content/uploads/2021/05/Perfil-del-Sistema-Asegurador-de-Honduras-Ano-2021.pdf>
- Philip Kotler: Conoce sobre el hombre que le dio dirección a nuestro oficio. (2017, noviembre 7). *Rock Content - ES*. <https://rockcontent.com/es/blog/philip-kotler/>
- Reporte anual del Perfil del Sistema Asegurador de Honduras. (2021, mayo 20). *Comisión Nacional de Bancos y Seguros*. <https://www.cnbs.gob.hn/blog/2021/05/20/reporte-anual-del-perfil-del-sistema-asegurador-de-honduras/>
- Sánchez Rodríguez, A. S. (Productor). (2020a). *Factores legales*. <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/3440>

Sánchez Rodríguez, A. S. (Productor). (2020b). *Factores políticos*.

<http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/3441>

Sociocultural. (s. f.). Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://www.aicad.es/sociocultural/>

X ANEXOS



10.1 ANEXO 1: CUESTIONARIO

Evolución del Mercado Asegurador post pandemia.

Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del centro de estudios universitarios (CEUTEC) con la finalidad de realizar una investigación sobre la evolución del mercado asegurador post pandemia.

Agradecemos de antemano su participación en esta encuesta, la cual aportara en gran manera a la recolección de datos para nuestra investigación, entendiendo que su propósito es explícitamente para los efectos del proyecto de graduación y se utilizara con la debida prudencia del caso.

DATOS DEMOGRAFICOS	<p>1, ¿Cuántos años tiene su compañía en el mercado asegurador nacional?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> De 1 a 10 años<input type="radio"/> De 11 a 20 años<input type="radio"/> De 21 a 30 años<input type="radio"/> Más de 30 años	<p>3 ¿Cuáles son los principales seguros que comercializa?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Seguros de Vida<input type="checkbox"/> Seguros Médicos Hospitalarios<input type="checkbox"/> Seguros de Accidentes Personales<input type="checkbox"/> Seguros de Vehículos<input type="checkbox"/> Seguros de Incendio<input type="checkbox"/> Seguros de Transporte<input type="checkbox"/> Otros Seguros
	<p>2. ¿Cuál es el origen del capital de la compañía?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Capital Nacional<input type="radio"/> Capital Extranjero	<p>1. ¿Han cambiado las regulaciones del mercado asegurador, a consecuencia de la pandemia?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> SI<input type="radio"/> NO

REGULACIONES

2. ¿A qué áreas de la compañía de seguros, han impactado mayormente estos cambios?
1 = Menor Impacto 5 = Mayor impacto

	1	2	3	4	5
Área de Suscripción					
Área Comercial					
Área de Siniestros					
Área de Cobranzas					
Otros					

3. ¿Considera Usted que las regulaciones en el mercado asegurador, son de beneficio para los tomadores de seguro y sus beneficiarios

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿Los cambios en las regulaciones, fomentan el entorno de competitividad del mercado asegurador?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. ¿Han sufrido cambios los diversos tipos de póliza, a consecuencia de la pandemia?

- Si
- No

TIPOS DE POLIZAS

6. ¿En cuáles de los siguientes elementos considera Usted que impactaron los cambios en los tipos de póliza?

1 = Menor Impacto 5 = Mayor impacto

	1	2	3	4	5
Clientes					
Competidores					
Mercado					
Proveedores					
Intermediarios					

7. ¿Cuáles son los tipos de seguros que han registrado un crecimiento a consecuencia de la pandemia?

- Seguros de Vida
- Seguros Médicos Hospitalarios
- Seguros de Accidentes Personales
- Seguros de Vehículos
- Seguros de Incendio
- Seguros de Transporte
- Otros Seguros

8. ¿Han surgido nuevos tipos de pólizas a consecuencia de la pandemia? Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 13.

- SI
- NO

9. ¿Cuáles son esos nuevos tipos de seguro que surgieron a raíz de la pandemia?

R_____

RIESGOS

10. ¿Cómo compañía aseguradora, han cambiado la cobertura sobre riesgos a consecuencia de la pandemia?

- SI
- NO

11. ¿En cuáles de los siguientes elementos considera Usted que impactaron los cambios en los riesgos a consecuencia de la pandemia?

1 = Menor Impacto 5 = Mayor impacto

	1	2	3	4	5
Clientes					
Competidores					
Mercado					
Proveedores					
Intermediarios					

12. ¿Considera Usted que el riesgo a consecuencia de la pandemia, ha causado mayor impacto siniestral para su compañía aseguradora?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. ¿Cuáles han sido los elementos que han impactado mayormente a su compañía de seguros, a consecuencia de los riesgos originados por la pandemia?

1 = Menor Impacto 5 = Mayor impacto

	1	2	3	4	5
Aumento en los Gastos					
Reducción de Ventas					
Reestructuraciones de Personal					
Disminución de Rentabilidad					

PRIMAS DE SEGUROS

14. ¿Han sido modificadas las primas de seguro por su compañía, a consecuencia de la pandemia?

- SI
- NO

15. ¿En cuáles de estos ramos de seguro, se han modificado las primas a consecuencia de la pandemia?

- Seguros de Vida
- Seguros Médicos Hospitalarios
- Seguros de Accidentes Personales
- Seguros de Vehículos
- Seguros de Incendio
- Seguros de Transporte
- Otros Seguros

16. 19. ¿Dónde se refleja el impacto de estos cambios en las primas, para su compañía de seguros?

1 = Menor Impacto 5 = Mayor impacto

	1	2	3	4	5
Cartera de Clientes					
Amparo de Coberturas					
Límites de Responsabilidad					

17. ¿Considera Usted que los cambios en las primas de seguro a consecuencia de la pandemia, han sido mayores y más frecuentes?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ASEGURADOS

18. ¿Considera Usted, que se han registrado cambios en la cartera de asegurados de su compañía, a consecuencia de la pandemia?

- o SI
- o NO

19. ¿Cuál ha sido el impacto mayor de estos cambios?

1 = Menor Impacto 5 = Mayor impacto

	1	2	3	4	5
Ingreso de asegurados					
Mantenimiento de Asegurados					
Salida de asegurados					

20. ¿Cuáles han sido los tipos de seguros con mayor demanda por los asegurados, a raíz de la pandemia?

- Seguros de Vida
- Seguros Médicos Hospitalarios
- Seguros de Accidentes Personales
- Seguros de Vehículos
- Seguros de Incendio
- Seguros de Transporte
- Otros Seguros

21. ¿En qué segmentos de asegurados, se han registrado los cambios en su cartera de clientes?

- Asegurados en Vida
- Asegurados en Seguro Médico Hospitalario
- Asegurados en Accidentes Personales
- Asegurados en Vehículos
- Seguros de Incendio
- Otros Asegurados

10.2 ANEXO 1: CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA



Evolución del Mercado Asegurador post pandemia.

Agenda

- Presentación
- Agradecer la disposición para la entrevista
- Comenzar con el cuestionario
- Agradecer de nuevo el tiempo y las respuestas
- Despedida

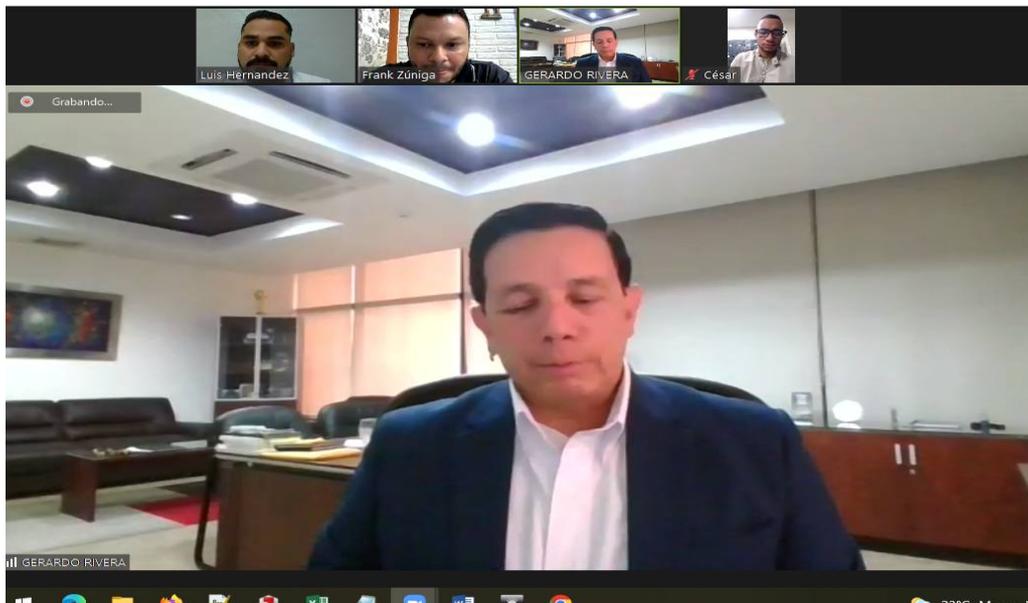
Preguntas

1. ¿Cómo considera que ha evolucionado el mercado asegurador post-pandemia?
2. En cuanto a las regulaciones, disposiciones y normativas, ¿Cómo considera el actuar de la compañía de seguros ante la pandemia?
3. ¿Qué motivó al surgimiento de nuevos productos y servicios?
Seguros del país:
4. Desde el origen de la pandemia ¿Cómo ha gestionado los riesgos su compañía de seguros?
Seguros del país:
5. ¿Cómo han percibido el comportamiento de los clientes, respecto a las primas de sus contratos de seguro?
6. ¿Cómo han percibido los asegurados, las disposiciones de la compañía respecto a la pandemia?

10.3 EVIDENCIAS DE ENTREVISTAS



Entrevista al Lic. Gerardo Rivera I Gerente General Seguros del pais.



Entrevista al Lic. Milton Fonseca I Gerente de Fianzas FICOHSA seguos

