

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

TESIS

**COLOCACIÓN DE MICROSEGUROS EN UNA EMPRESA DE
SEGUROS Y REASEGUROS DE LIMA METROPOLITANA EN TIEMPOS
DEL COVID-19**

**PARA OPTAR EL GRADO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACION Y GESTION
DE EMPRESAS**

AUTOR: LLOCLLA NATIVIDAD, MAVELIN ORIOLA

(ORCID: 0000-0003-0323-5123)

ASESOR: DR. FERNANDO NUÑEZ VARA

(ORCID: 0000-0003-4054-9674)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTION EMPRESARIAL Y ECONOMIA EMERGENTES

LIMA, PERÚ

Abril, 2021

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico con cariño y reconocimiento a mi querido padre al extinto en el cielo **Isidro Odilón Llocla Antonio**, asimismo, a mi

querida madrecita, **Rosalina Natividad Tarazona** quienes fueron los autores de mi vida, lo más importante fueron mi guía y cuidaron mis pasos hasta mi formación

profesional, que, con fortaleza y perseverancia estoy saliendo adelante, cumpliendo con mis metas .
propuestas.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mis hermanos NATALY, BEXI y JENSON y a mis queridos tíos que, con sus consejos y sus motivaciones, me ayudaron a salir adelante, asimismo, a todas las personas que fueron mi inspiraron en el presente trabajo de investigación.

La autora

Resumen

Con la llegada de la pandemia ocasionada por el virus SARS-Cov-2, los negocios se encontraron en la búsqueda y aplicación de nuevas estrategias, modelos y esquemas que le permitan continuar con el proceso de venta sin perder la calidad de sus servicios o productos. Dentro de este contexto, el sector de los microseguros se vio afectado y se observó que existe una significativa brecha entre la contratación de los referidos microseguros y la potencial demanda existente. Lo cual obliga a que el sector se adapte, especialmente en materia de digitalización.

El presente estudio tuvo como objetivo principal determinar la manera en la que han evolucionado las colocaciones de microseguros en una empresa de seguro y reaseguros de Lima Metropolitana en tiempos del Covid-19 durante el año 2020. Para ello, se planteó una investigación del tipo descriptiva, cualitativa, no experimental y donde se utilizó como instrumentos para el levantamiento de información a las entrevistas y las fichas de observación.

Con los resultados obtenidos se concluyó que; a) el volumen de ventas de los microseguros se vio incrementado en el país dentro del contexto de pandemia por la enfermedad Covid-19 a casusa de los precios accesibles del producto; b) se dio un aumento de la cultura preventiva y de la concientización sobre contar con microseguros, principalmente por el cambio del estilo de vida de

las personas a causa de la pandemia; y c) se estimó que los próximos años se daría un crecimiento continuo de las ventas y de la cobertura de microseguros en el país.

Palabra claves: Estrategias, microseguros, cultura preventiva, ventas, cobertura.

V

Abstract

With the arrival of the pandemic caused by the SARS-Cov-2 virus, businesses found themselves in the search and application of new strategies, models and schemes that allow them to continue with the sales process without losing the quality of their services or products. . Within this context, the microinsurance sector was affected and it was observed that there is a significant gap between the contracting of said microinsurance and the potential existing demand. Which forced the sector to adapt, especially in terms of digitization.

The main objective of this study was to determine the way in which microinsurance placements have evolved in an insurance and reinsurance company in Metropolitan Lima in times of Covid-19 during 2020. For this, a descriptive investigation was proposed , qualitative, nonexperimental and where it was used as instruments for gathering information from interviews and observation files.

With the results obtained, it was concluded that; a) the volume of microinsurance sales increased in the country within the context of the Covid-19 disease pandemic due to the affordable prices of the product; b) there was an increase in the preventive culture and awareness about

having microinsurance, mainly due to the change in people's lifestyles due to the pandemic; and c) it was estimated that the next few years would see a continuous growth in sales and microinsurance coverage in the country.

Keywords: Strategies, microinsurance, preventive culture, sales, coverage.

Tabla de contenidos

Índice de Tablas	9
Índice de Figuras	9
Introducción	10
Capítulo I: Problema de la Investigación	12
1.1.	Descripción de la Realidad Problemática 12
1.2.	Planteamiento del Problema 14
1.2.1.	<i>Problema General</i>14
1.2.2.	<i>Problemas Específicos</i> 14
1.3.	Objetivos de la Investigación 14
1.3.1.	<i>Objetivo General</i> 14
1.3.2.	<i>Objetivos Específicos</i> 15
1.4.	Justificación e Importancia 15
1.4.1.	<i>Justificación Teórica</i> 15
1.4.2.	<i>Justificación Práctica</i> 15
1.4.3.	<i>Justificación Metodológica</i> 16
1.4.4.	<i>Importancia</i> 16
1.5.	Limitaciones 17
Capítulo II: Marco Teórico	18
2.1.	Antecedentes 18
2.1.1.	<i>Internacionales</i> 18

2.1.2.	<i>Nacionales</i>	22
2.2	Bases Teóricas	27
2.2.1.	<i>Origen y Desarrollo de los Microseguros</i>	27
2.2.2.	<i>Performance e Impacto de Microseguros</i>	28
2.2.3.	<i>Estrategias de Distribución de los Microseguros</i>	28
2.2.4.	<i>Informalidad e Inclusión Financiera</i>	29
2.2.5.	<i>Cultura de Seguros</i>	30
2.2.6.	<i>Tarificación de Microseguros</i>	30
2.2.7.	<i>Perspectiva de los Microseguros en América Latina y El Caribe</i>	31
2.2.8.	<i>La crisis generada por el Covid19</i>	32
2.2.9.	<i>Reguladores</i>	32
2.2.10.	<i>Compañías de Seguros</i>	33
2.2.11.	<i>Restricción de la Venta de Seguros de Vida para Edades Avanzadas.</i>	33
2.2.12.	<i>Sector Asegurador</i>	33
2.2.13.	<i>Impacto del Covid-19 en el Sector Asegurador</i>	34
2.3.	Definición de términos básicos	41
2.3.1.	<i>Aislamiento</i>	41
2.3.2.	<i>Asintomático</i>	41
2.3.3.	<i>Cobertura</i>	42
2.3.4.	<i>Coronavirus</i>	42
2.3.5.	<i>COVID-19</i>	42
2.3.6.	<i>Distanciamiento social</i>	42
2.3.7.	<i>Gastos de siniestro</i>	42
2.3.8.	<i>Gestión del riesgo</i>	43
2.3.9.	<i>Microseguros</i>	43
2.3.10.	<i>Provisión de seguros</i>	43
2.3.11.	<i>Pandemia</i>	43
2.3.12.	<i>Póliza de seguro</i>	44
2.3.13.	<i>Prima</i>	44
2.3.14.	<i>Rentabilidad</i>	44
2.3.15.	<i>Riesgo</i>	44

Capítulo III: Metodología de la Investigación 46

3.1.	Enfoque de la Investigación	46
3.3.	Variables	46
3.3.1.	<i>Operacionalización de las variables</i>	46
3.4.	Tipo de Investigación	47
3.5.	Diseño de la Investigación	47
3.6.	Población y Muestra	47
3.6.1.	<i>Población</i>	47

3.6.2.	<i>Muestra</i>	48
--------	----------------------	----

3.7.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	48
------	---	----

Capítulo IV: Resultados 49

4.1.	Análisis de Resultados	49
4.2.	Entrevistas	51
4.3.	Análisis de Entrevistas	57
4.5.	<i>Discusión</i>	62

Conclusiones 70

Recomendaciones 72

Referencias 73

ANEXOS 82

Tabla 3 Cuadro de entrevistas	54
Tabla 4 Análisis de Fichas de Observación	54

Índice de Figuras

Figura 1 Taxonomía de los seguros masivos e inclusivos	34
Figura 2 Ramos de Seguros que han crecido en los últimos doce meses	36
Figura 3 Recuperación del mercado asegurador	37
Figura 4 Reducción del mercado último trimestre	38
Figura 5 Sistemas de seguros 18 empresas activos superiores a 63,2 mil millones	39
Figura 6 Cuadro de Entrevistas	60
Figura 7 Composición del mercado según primas de seguros netas de principales riesgos	60

Introducción

El mundo entero viene atravesando una crisis social, política y económica debido la pandemia ocasionada por el virus SARS-Cov-2. Ante ello, se están presentando nuevas formas de afrontar las necesidades de la población y los negocios están aplicando nuevas estrategias, modelos y esquemas que permitan continuar con el proceso de venta sin perder la calidad de sus servicios o productos.

El sector de los microseguros, también se ha visto afectado por la coyuntura y se ha observado que existen una significativa brecha entre la contratación de los referidos microseguros y la potencial demanda existente. Lo cual obliga a que el sector se adapte, especialmente en materia de digitalización.

En el presente estudio, el objetivo principal es determinar de qué manera han evolucionado las colocaciones de microseguros en una empresa de seguro y reaseguros de Lima Metropolitana en tiempos del Covid-19 durante el año 2020. Para ello, también se busca determinar de qué manera sería la colocación del ramo de venta vitalicia, del ramo de salud y del ramo vehicular en tiempos de la Covid-19. Así como determinar la manera en la que la pandemia influyó en el comportamiento de las ventas en el contexto de la pandemia y la manera en la que serían las colocaciones de microseguros en un contexto posterior a la pandemia.

Capítulo I: Problema de la Investigación

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

Hoy en día, en los que el mundo entero viene atravesando una crisis social, política y económica debido al aislamiento social ocasionado por el desarrollo de la pandemia del COVID-19, comienza a surgir una nueva forma de afrontar las necesidades de la población, desencadenado que los negocios busquen nuevas estrategias, así como la creación de nuevos modelos y esquemas alternativos que permitan continuar con el proceso de venta de sus bienes y servicios sin perder la calidad de estos. Además, comienza a resaltar la creatividad, puesto que se han tenido que crear protocolos de seguridad para salvaguardar la salud de los involucrados.

Asimismo, han surgido nuevas prácticas en la dinámica de trabajo de los negocios, ya que también han tenido asumir nuevos desafíos ante dichos cambios. Han tenido que adaptarse a este nuevo hecho de forma inmediata y buscar la mejor manera de sobrevivir en el mercado.

En ese marco, el sector de los microseguros no ha sido la excepción, al igual que muchos negocios, se ha visto afectado, incluso en su evolución de crecimiento de sus ventas.

Según Parra (2014) los microseguros son productos que protegen a los usuarios de bajos recursos, pagando para ello una prima de importe mínimo, que los ayude ante un suceso desfavorable.

De igual manera. Apostolakis (2015) menciona que los microseguros surgen con el fin de

13

palear la pobreza, aminorar el riesgo y ser una garantía ante los eventos imponderables a que están expuestas las personas. Su oferta es impulsada a través de una variedad de productos que protegen diversos riesgos, pueden ser: accidentes, discapacidad, propiedad, entre otros.

Es sabido que la pandemia de Covid-19 es uno de los eventos de pérdidas económicas más grandes de la historia tanto para las empresas como para las aseguradoras. Pero también es sabido que, la mayoría de los hogares de bajos ingresos no cuenta con seguro, ni tampoco disponen de medidas formales de gestión de riesgos y de mecanismos de protección social para enfrentar los posibles riesgos y responder a desastres imprevisibles. Lo mismo sucede con las micro, pequeñas

y medianas empresas, que al no contar con microseguros les impide recuperar las pérdidas sufridas por la crisis actual, resultando muchas veces fulminante, para su continuidad. Asimismo, es importante resaltar que, muchas personas han visto que el único activo que tenían para poder obtener liquidez y paliar su necesidad, ha sido su vehículo, que muchas veces no contaban con seguros.

Este contexto en el mediano y largo plazo se convertiría en una oportunidad, pero obliga al sector de microseguros a adaptarse, especialmente en materia de digitalización, a asegurarse de que se ajusten a las expectativas de los clientes, y a ofrecer productos valiosos que los clientes conozcan y comprendan.

En ese sentido, ante un contexto difícil por la coyuntura sanitaria que ha afectado a empresas y personas, sobre todo a los de menos ingresos, e se busca mediante el presente estudio,

14

como ha reaccionado el sector de los microseguros en el país y si afectado su sostenibilidad.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera evolucionaron las colocaciones de microseguros en una empresa de seguros y reaseguros de Lima Metropolitana en tiempos del covid-19 Periodo 2020?

1.2.2. Problemas Específicos

- a. ¿De qué manera evolucionaron las ventas del producto del ramo de renta vitalicia en tiempos de la Covid-19?
- b. ¿Cuáles fueron los efectos de la pandemia en el sector microasegurador?
- c. ¿Cuáles fueron los motivos de compra del ramo vehicular en tiempos de la Covid-19?
- d. ¿De qué manera evolucionará las ventas de largo plazo de microseguros en tiempos de la Covid-19?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar de qué manera evolucionaron las colocaciones de microseguros en una empresa de seguros y reaseguros de Lima Metropolitana en tiempos del covid-19 Periodo 2020.

15

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Determinar de qué manera evolucionaron las ventas del producto del ramo de renta vitalicia en tiempos de la Covid-19

- b. Conocer cuáles fueron los efectos de la pandemia en el sector microasegurador.
- c. Identificar cuáles fueron los motivos de compra del ramo vehicular en tiempos de la Covid-19.
- d. Definir cómo evolucionará las ventas de largo plazo de microseguros en tiempos de la Covid-19

1.4. Justificación e Importancia

1.4.1. Justificación Teórica

La presente investigación sustenta su justificación teórica en el hecho de que se investigará teorías y conceptos relacionadas con las variables crisis sanitaria y microseguros con la finalidad de analizar la relación entre las referidas variables, así como evaluar y proponer alternativas que permitan consolidar la cultura de microseguros tributaria en los ciudadanos a fin de que tomen conciencia respecto a los riesgos que supone no contar con uno en épocas como las que se están viviendo hoy en día.

1.4.2. Justificación Práctica

Lo que está viviendo la población mundial producto de la crisis sanitaria por la Covid 19

y, que ha traído como consecuencia miles de muertes en muchos países del mundo y de la cual el Perú no es ajeno, ha mostrado lo vulnerable que es el ser humano ante situaciones como esta, que afecta no sólo su salud, sino que también sus empleos, ocasionando que muchos trabajadores los pierdan, ante la crisis de muchas empresas, dejándolos sin el sustento para afrontar dicha situación.

En ese sentido, contar con un micro seguro que permita a las personas, sobre todo de menores ingresos y más vulnerables a quedarse sin recursos, es una necesidad, porque aminora el riesgo de pérdida y afrontar oportunamente sus necesidades, especialmente de salud.

Por ello se considera, que se justifica esta investigación, que tiene que ver con el comportamiento de los ciudadanos ante la contratación de microseguros.

1.4.3. Justificación Metodológica

Desde el punto de vista metodológico, se ha considerado efectuar una entrevista a la muestra, que está conformada por 7 ejecutivos de venta que tienen relación y conocimiento del sector micro asegurador y con lo cual se contará con información real de primera mano, que nos permitirá identificar cuáles son las principales causas del comportamiento relacionado con las variables que son materia de estudio.

1.4.4. Importancia

Consideramos que el tema de investigación es de importancia pues, en el marco de las

políticas públicas en conjunto con las empresas privadas, se debe fortalecer el sector de los microseguros a fin de crear conciencia en los ciudadanos de los beneficios que les trae contar con uno de ellos para poder afrontar situaciones como las que se está viviendo actualmente, pero igualmente es importante que se genere confianza en éstos, por la desconfianza que aún existe en estos tipos de productos.

1.5. Limitaciones

Contar con información oficial respecto a la evolución de algunas de las variables materia de investigación.

Temor por parte de los entrevistados respecto a las preguntas del cuestionario, pudiendo ser sus respuestas subjetivas.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacionales

Escobar (2019) indica en su estudio de investigación es de tipo básico, de diseño no experimental, y de nivel explorativo – descriptivo. Es un estudio que tiene por título: “Inclusión financiera a través de microseguros en Colombia. 2019”. El estudio tiene por objetivo general: Conocer el éxito de los microseguros en el marco de la globalización, que sean extrapolables al mercado de Colombia. Es preciso señalar que, el negocio debe tener viabilidad tanto desde el punto de vista financiero como tecnológico, a fin de incluir a la población más necesitada. La metodología empleada consiste en definir al microseguros, identificando los factores que inciden en su demanda y, hacer además la propuesta atractiva en la relación retorno para el cliente y la compañía aseguradora, haciendo uso de los canales tecnológicos por medio de los cuales se pueden suscribir los seguros, recaudar las pólizas, y pagar los siniestros, minimizando costos e incrementando el consumo. Como resultado del estudio se puede afirmar que el negocio de los microseguros necesita tener como uno de sus pilares fundamentales la fidelización de sus clientes. Se concluye que: teniendo en cuenta las características de la población demandante de microseguros en países como la India, que por sus características sociales y económicas puede ser comparado con el caso colombiano, y la información disponible sobre la sociedad colombiana extraída del informe del DANE a partir del censo del 2018, es posible afirmar que Colombia tiene un gran potencial de

mercado en el sector de seguros para personas de bajos recursos que no ha sido explotado aún. Desde el punto de vista de la oferta, se identifica una falencia en la disponibilidad de información que permita hacer una asignación justa de precio a las pólizas de microseguros. Con el fin de reducir costos, operatividad y tener el alcance necesario para rentabilizar el negocio de microseguros, una alternativa valiosa puede ser el uso de canales y redes tecnológicas existentes.

Peña (2017) menciona que la investigación es de tipo descriptivo, observacional, diseño no experimental. El estudio tiene por título: “Tarificación de microseguros: una aplicación del modelo tweedie. El objetivo principal es conocer la viabilidad de la aplicación de los modelos lineales generalizados (GLMs) a un programa de microseguros, con la idea de obtener unas primas de riesgo más ajustadas a la verdadera distribución de riesgo, de manera que sean más efectivas en este mercado emergente. Los resultados mostraron los niveles base de los modelos se identifican con los niveles de cada variable que presentan mayor exposición y se identifican claramente cuando su $B=0$. En concreto, para los factores de riesgo de los dos modelos seleccionados, corresponde a la edad con age5 el nivel 1, a la antigüedad de la póliza el nivel 0. Para el caso de la variable densidad, el modelo 1 con den5 cuenta con el nivel base de 0,293 y el modelo 2 con den3 tiene un nivel base de 0,272. El autor llegó a la conclusión El enfoque social y humano toma cada vez más fuerza en la sociedad debido al impulso dado por los organismos internacionales. El más relevante, el de Naciones Unidas, que establece entre sus objetivos de desarrollo la promoción de un crecimiento económico sostenible e inclusivo centrado en la población más vulnerable. Y justamente aquí aparece con especial protagonismo el microseguros

como producto inclusivo, que responde al objetivo social y humano de integrar al segmento de población más vulnerable poniendo a su alcance la protección que necesitan.

Leiva (2015) menciona que la investigación, es de tipo básico, de diseño no experimental, y de nivel explorativo – descriptivo. Es un estudio del sector de *microseguros en el mercado microfinanciero argentino. 2015*. El objetivo principal del estudio es analizar las microfinanzas y el sector asegurador de la Argentina, buscando conocer el mercado potencial para los microseguros, analizando, además, el sector a nivel regional a fin de identificar experiencias destacadas que aporten a la elaboración de propuestas y recomendaciones para la implementación de microseguros en el mercado argentino. La metodología de la investigación se basó el estudio de Casos: Sancor Seguros – Nación Seguros, El 1° de abril de 2012, y revisión de la Encuesta de la Deuda Social Argentina (EDSA) de la UCA, con información del 2011. Se pudo evidenciar en Argentina el desarrollo del mercado micro asegurador es incipiente aún, por lo que es importante que se cuente con elementos que permitan ayudar a las aseguradoras a contar con los instrumentos para dar acceso a una buena calidad de gestión de riesgos. La investigación concluye que, el sector microfinanciero, está dirigido al microcrédito no desarrollando productos como el ahorro y el seguro.

Camacho (2014) señala que el estudio de investigación es de tipo básico, de diseño no experimental, y de nivel explorativo – descriptivo. Es un estudio que tiene por título: *Análisis de la Evolución del Mercado de Seguros de Guayaquil y su Incidencia en la Economía Periodo*

para medir su incidencia en la economía guayaquileña. El método de investigación es el inductivo. Se tiene como resultado la existencia de una relación entre el seguro y la economía, que es de aporte para los indicadores macroeconómicos, como la balanza de pagos en el sector externo, como del sector ahorros en el frente interno. Se concluyó la existencia de una relación entre la economía del país y la compra de un seguro.

Abedrabbo (2013) señala que el estudio de investigación es de tipo básico, de diseño no experimental, con un nivel descriptivo. Es un estudio que tiene por título: “Estudio de los microseguros como impulso para el desarrollo del mundo y del Ecuador” Tiene como objetivo conocer Cómo y hasta qué punto la implementación de un microseguros puede ayudar al desarrollo del Ecuador. Los resultados muestran que los productos identificados por riesgo principal y su demanda correspondiente en los países estudiados. Es evidente que los microseguros de vida y de accidentes son contratados en mayor proporción por las poblaciones de escasos recursos, y constituyen su principal preocupación al momento de contratar un microseguros. El autor llevo a concluir que los microseguros ayudan al desarrollo del país, sería por un lado dentro del campo de salud, al adquirir un microseguros tendrían la posibilidad de cuidar mejor su salud y la de sus familias con chequeos preventivos, por ejemplo. por el lado educacional, se podría instaurar un microseguros que ayude con los créditos estudiantiles para que la población más pobre pueda acceder a la obtención de una buena educación superior. De

igual manera, con el apoyo de un microseguros, al asegurar sus propiedades, en caso de ocurrencia de algún siniestro podrán volver a resurgir su actividad y no estancarse en su

desarrollo profesional, ya que muchas veces estas personas cuando pierden su pequeño trabajo informal, dejan de trabajar, lo cual significa una pérdida de ingresos para su familia y de cierta manera para el país.

2.1.2. Nacionales

Aguirre (2019) menciona que el estudio de investigación es de tipo básico, de diseño no experimental, y de nivel explorativo – descriptivo. Es un estudio que tiene por título: *Grado de Eficiencia de los Instrumentos de Cobertura de Riesgo: Microseguros*. Tiene como objetivo general, demostrar el Grado de Eficiencia de los Instrumentos de Cobertura de Riesgo: Microseguros. Teniendo como resultados: Los resultados establecen los motivos principales que influyen en la demanda de microseguros. Además, contribuye a aumentar la penetración de seguros en las PYMES y por ende la industria aseguradora tendrá la responsabilidad de cubrir las necesidades de este nicho de mercado, ofreciendo productos acordes a las capacidades económicas de este sector y teniendo en consideración las regulaciones vigentes para este segmento económico.

En Conclusión; Respecto a los canales de distribución, encontramos que en su mayoría los autores lo enfocan como elemento clave para la comercialización de este producto, siendo el modelo socio-agente el más indicado y que encaja en el mercado actual.

En cuanto a la falta de difusión y cultura en seguros, los autores asocian la falta de confianza y de recursos económicos por parte de la población en transferir sus riesgos, dado que

23

representa un gasto que no forma parte de sus prioridades. Un cambio cultural y un sentido de prevención, con una acertada difusión en seguros fortalecerán la educación en futuras generaciones.

Las estadísticas muestran que la informalidad e inclusión financiera son barreras que limitan el acceso a los servicios financieros y por ende la demanda de este producto es cubierta por una parte del cliente potencial. Mientras la tasa de informalidad se acrecienta, se verá afectado el acceso a estos servicios.

El diseño de tarificación para este producto tiende a mejorar con la expectativa de masificar la venta convirtiéndolo rentable tanto para las aseguradoras como atractivo para el segmento PYMES, soportado con una regulación especial que genere confianza para la contratación de microseguros.

Mientras que este segmento PYMES no esté en capacidad de gestionar sus riesgos y no perciban la vulnerabilidad de los mismos, así como el costo-beneficio, la demanda de los microseguros se mantendrá limitada.

Flores y Herrera (2018) señala que el trabajo es de nivel descriptivo-correlacional, de diseño no experimental y transversal. Este estudio tiene como título: “Incidencia de la inclusión financiera en los microseguros comercializados por las instituciones financieras en Arequipa

Metropolitana, 2018” Tiene como objetivo; Determinar la incidencia que tiene la inclusión financiera¹ en los microseguros comercializados por las Instituciones Financieras en Arequipa

24

Metropolitana en el año 2018. La muestra final es de 384 personas, el cual será el número de encuestas a aplicar. Los resultados resaltan las personas dependientes con un 42.71%, las personas independientes constituyen un 27.60%, los estudiantes ocupan un 17.71% mientras que un 11.98% tienen otra ocupación, por otro lado 280 personas no cuentan con un microseguros, siendo esta la mayor parte representada por un 72.92% mientras que 104 personas con un 27.08% si cuentan con al menos un microseguros. Ellos llegaron a la conclusión que existen 9 aseguradoras que ofrecen microseguros en Arequipa metropolitana y solo La Positiva, Rímac, Interseguro y Mapfre cuentan con oficinas en Arequipa, Las aseguradoras deben diseñar cartillas informativas sencillas. Se promulgará una serie de iniciativas para promover la educación financiera en el país, se debe enfatizar el ampliar el conocimiento sobre seguros y riesgos,

desarrollando material educativo con contenido sencillo y de fácil comprensión que puedan ser utilizados en Programas de Educación Aseguradora.

Frisancho (2018) señala que el trabajo es de nivel descriptivo-correlacional, de diseño no experimental y transversal. Este estudio tiene como título: “Microseguros en el Perú: evolución, situación actual y comparación con otros países” Tiene como objetivo; elaboración de un estudio sobre el crecimiento del mercado de microseguros en el Perú. Los resultados mostraron que durante el 2013 y 2016, las Primas de Seguros Netas (PSN) del mercado de microseguros se ha incrementado en 102,7% promedio anual, mientras que, en 2016, aumentaron en 802,5% con respecto a 2015, la cual fue la tasa de crecimiento más alta dentro del periodo analizado. Es importante precisar que, desde la promulgación de la Resolución SBS N° 2829-2016, se

25

identificaron productos que cumplían con las características propias de los microseguros que, en años anteriores, no estaban considerados como tales. El autor llegó a la conclusión que, desde el punto de vista teórico, los microseguros están diseñados para cubrir las necesidades de protección de la población de recursos escasos ante eventos adversos. Identifiqué que el reglamento actual de microseguros -que fue actualizado en dos ocasiones debido a la necesidad de identificar de manera más precisa a los productos que cumplen con las características definidas por la IAIS- cumple, precisamente, con los lineamientos estipulados en los Principios Básicos de Seguros establecidos por la IAIS dado que son las propias empresas de seguros las que se encargan de su comercialización.

Parra (2014) indica que el estudio de investigación es de tipo básico, de diseño no experimental, y de nivel explorativo – descriptivo. Es un estudio que tiene por título:

“Microseguros y la economía familiar de los trabajadores de la provincia de Trujillo - Perú, 2014.” Tiene como objetivos: Conocer la influencia de los microseguros en la economía familiar en la ciudad de Trujillo. Los resultados arrojan la existencia de un desconocimiento de los clientes por parte de los referidos productos. La ausencia de cultura de prevención también influye en la decisión de adquirir uno. En Conclusión; La demanda de los microseguros en Trujillo es baja, sobresaliendo los microseguros de vida. En ese sentido, la relación entre el microseguros y los servicios financieros es complementaria.

Lagos (2015) señala que el trabajo es de tipo básico, de diseño no experimental, y de nivel explorativo – descriptivo. Es un estudio que tiene por título: *“Comercialización de microseguros,*

26

a través de canales alternativos 2013” Tiene como objetivos; Explorar los mecanismos de comercialización existentes y proponer la utilización de canales alternativos para la educación y la venta de microseguros, con el objetivo de mejorar la condición social de las personas de menos recursos e incrementar la penetración del sector en el mercado peruano. Teniendo como resultado; Tradicionalmente en el Perú las empresas aseguradoras han centrado sus modelos de comercialización en los seguros tradicionales; sin embargo, desde hace unas décadas, el mercado asegurador internacional viene impulsando la creación y comercialización de productos que encaminan a transferir los riesgos inherentes de las personas de menos recursos económicos. Estos productos en el sector se conocen como microseguros. En Conclusión; Se revisó el

concepto de microseguros y se analizó si tenía coherencia con la regulación vigente de los mismos. A su vez se determinó los agentes responsables del éxito del modelo de transferencia de riesgos bajo la comercialización de microseguros.

Los agentes responsables del éxito de microseguros, no son diferentes a los agentes tradicionales pero sus funciones son distintas y/o limitadas referentes a este mercado.

El mercado objetivo para el mercado de microseguros no son las personas pobres extremas dada la baja capacidad de pago y retención de riesgos, lo cual debilita parcialmente el modelo de microseguros para la inclusión social del estado.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Origen y Desarrollo de los Microseguros

Los microseguros aparecen en el espectro financiero a inicios de los noventa a fin de proteger los microcréditos de las poblaciones de bajos recursos (PBR).

Devarakonda (2018) explica que los microseguros son instrumentos financieros creados para dar cobertura a la PBR, a fin de que puedan superar pérdidas económicas por sucesos calamitosos.

Según Apostolakis (2015) los microseguros surgen con el fin de paliar la pobreza, aminorar el riesgo y ser una garantía ante los eventos imponderables a que están expuestas las personas. Su oferta es impulsada a través de una variedad de productos que protegen diversos riesgos, pueden ser: accidentes, discapacidad, propiedad, entre otros.

Los autores Brau et al. (2011) explican que los microseguros promueven al sector de mejores ingresos a tomar en cuenta elevar su estándar de vida, protegiendo a su familia con la adquisición de un seguro para afrontar alguna situación imprevista.

La SBS en el 2017 aclara que, el mercado de microseguros ha evidenciado una significativa evolución en la actualidad, pero se tienen que seguir promoviendo el desarrollo de una mayor oferta a fin de disponer de productos novedosos que cubran los requerimientos de la PBR, implementando protección para riesgos patrimoniales, catastróficos y agrícolas, entre otros.

(Superintendencia de Banca y Seguros, 2017).

2.2.2. Performance e Impacto de Microseguros

La actuación del microseguros en PBR, impulsa la reducción de sus debilidades y promueve el desarrollo social y económico, siendo el seguro un instrumento valioso sobre el cual el gobierno pueda concretar sus políticas públicas.

Una significativa resistencia que enfrenta el sector asegurador peruano es la falta de sensibilidad social que han tenido las empresas para desarrollar sus productos y las dudas de los posibles consumidores frente al valor que perciben y/o encuentran en ellos. (Anfossi et al., 2017).

Los desastres afectan de forma no proporcional a las comunidades de bajos recursos y excluidos de la sociedad, sus consecuencias engrandecen las vulnerabilidades y consolidan las desigualdades sociales, impidiendo el bienestar de la población y el progreso de sus formas de vida, limitando el desarrollo económico. A pesar de que el Banco Mundial tiene como meta en el año 2020 la inclusión financiera universal, hay factores que impiden la expansión del mercado de microseguros, como ha significado la pandemia del COVID19.

2.2.3. Estrategias de Distribución de los Microseguros

La distribución es la principal herramienta para promover la demanda de los microseguros, ello involucra disponer de los recursos necesarios para su distribución, así como la trazabilidad de los procesos, desde la venta hasta la cobertura del desastre, todo esto encuadrado

en la decisión de suscripción del producto.

Para los autores Churchill y Matul (2012) indican que los microseguros tienen una relación de dependencia con los canales y estrategias adecuadas de distribución, los cuales interactúan con los posibles clientes. Las aseguradoras disponen de sus agentes para captar en forma directa a los clientes, las demás asumen el enfoque de socio-agente, modelo donde los productos usan canales de entrega a fin de acercarse a sus clientes.

Los autores Yore y Faure (2015) aseguran que una mayor penetración de los microseguros, impactaría para acortar la distancia entre las pérdidas totales y pérdidas aseguradas a consecuencia de daños materiales y personales que dejan los desastres; sin embargo, el factor determinante del desempeño e impacto del microseguros, es la naturaleza misma de este producto, que al identificar su mercado meta y cuál es su propósito, debe contar con características intrínsecas que lo diferencie de los seguros tradicionales. Así como los seguros, los microseguros cuentan con una diversidad de productos.

2.2.4. Informalidad e Inclusión Financiera

La informalidad y la inclusión financiera en el país, comprende el desarrollo de productos y servicios financieros de parte del mercado financiero, que deben estar conformes a los requerimientos de la población y esto se consolida con la interacción entre los agentes económicos.

En pleno año 2020, los factores de accesibilidad, disponibilidad y adecuación para contratar los microseguros, persisten como factores limitantes del ingreso al mercado y la expansión global, a pesar del esfuerzo del Banco Mundial de lograr la inclusión financiera universal

2.2.5. Cultura de Seguros

La poca cultura de aseguramiento es uno de los factores que afecta el crecimiento del mercado asegurador en el Perú. Para el autor Pérez et al., (2016) promover una cultura de prevención permitirá a los estratos sociales bajos, considere contratar microseguros para asegurarse ante riesgos que no pueden manejar. Un eje fundamental es la educación financiera. En este sentido, la SBS, como organismo regulador y supervisor en materia financiera, ha contribuido notablemente al desarrollo de programas de educación financiera a nivel nacional, coordinando esfuerzos con actores públicos y privados. A través de estos programas se busca desarrollar competencias y capacidades financieras en los ciudadanos que les faciliten la toma de decisiones para la elección de productos y servicios acordes a sus necesidades; así como el ejercicio de sus derechos como consumidores financieros. (SBS, 2018, p.2)

2.2.6. Tarificación de Microseguros

La importancia en la tarificación se debe fundamentar en el cobro justo de las primas frente al riesgo asumido por las aseguradoras, convirtiéndose en un producto atractivo que cubra las expectativas del potencial cliente. Según Werner et al. (2020) el experto en cálculos actuariales debe considerar que hay etapas de suscripción y de análisis de la situación actual de la

industria aseguradora para determinar los costos del producto. Luego de este análisis, las aseguradoras estarán en la facultad de atender cualquier modificación según las condiciones del mercado de seguro.

Camargo y Furst (2014) precisan que algunas prácticas presentes se caracterizan por un pobre diseño del producto, por ofrecer poco valor a los clientes y porque requieren una larga espera para el pago de la compensación por los siniestros. Estas prácticas socavan la confianza del consumidor en el mercado y hacen peligrar el crecimiento futuro.

2.2.7. Perspectiva de los Microseguros en América Latina y El Caribe

Los microseguros en Centro América y América Latina, se orientan acorde al progreso del país. El sector seguro en la región padece de falta de promotores e incentivos reglamentarios. En el último lustro, en la región sea visto un crecimiento significativo de los microseguros, generando una gran variedad de agentes de distribución y dirigido a productos que oferten y agreguen valor para la PBR de la región.

Según Pulvermacher (2018) significativamente se da un aumento significativo en la cantidad de personas de menores recursos en la región de América Latina y el Caribe que cuentan con una modalidad de amparo de seguro. La variedad de productos y servicios han aumentado y se viene ampliando al seguro de vida obligatorio de crédito. El último estudio realizado por

Landscape de América Latina en el 2013 indica que el seguro de vida y de propiedad no agrícola se incrementó rápidamente.

En general, los autores Worku y Asmare (2018) al respecto sentencian, que el incremento de los seguros afecta el desarrollo nacional de distintas formas, por ejemplo, disminuye el riesgo de las empresas, estimula el acceso al crédito, promueve las inversiones en actividades de mayor riesgo y mayor rendimiento e impulsa el incremento del mercado de deuda y capital. Todo ello derivará a disponer de una industria de seguros bien consolidada en desarrollado, y que de manera eficaz va contribuir con el crecimiento de la economía del país.

2.2.8. La crisis generada por el Covid19

Según Towers (2020) la emergencia sanitaria (Covid19) ha expuesto a empresas aseguradoras a batallar con riesgos que se elevan rápidamente y activos que se desmoronan. Las dificultades para enfrentar en el corto plazo por las aseguradoras son: operaciones virtuales, quiebra de negocios y gestión de emergencias, y seguidamente con una crisis económica global.

La magnitud de la pandemia del covid19 aún está por evaluarse, pero lo que se viene dando en más de 10 meses es que muchas empresas están trabajando para sobrevivir en un mercado en plena recesión.

2.2.9. Reguladores

Según Willis (2020) El principal problema que enfrentan es garantizar la solvencia del sector asegurador. Para ello, entre las decisiones asumidas están la ampliación de la gracia de pago de primas.

33

Asimismo, deberán adoptarse medidas como la identificación de escenarios de estrés en el marco de la crisis que se atraviesa y que no se consideraba en los modelos actuales.

2.2.10. Compañías de Seguros

Según Watson (2020) existe inestabilidad en las compañías de seguros que comprometen su estabilidad en el plazo mediano.

Cabe señalar que existen acciones puntuales que afectan directamente a la gestión de microseguros.

2.2.11. Restricción de la Venta de Seguros de Vida para Edades Avanzadas.

Según Towers (2020) ante la crisis sanitaria que se viene presentando a nivel global y que no es ajeno al país, se lleva a cabo revisiones y procedimientos de suscripción en línea, considerando que una vez pasada la crisis se presenten incrementos de cancelación de pólizas, en los diversos productos que manejan las compañías aseguradoras.

Según Vector (2020) en el año 2020 se inició con la misma dinámica de 2019 para el sector asegurador. Enero dejó ver un cierto aumento en los porcentajes de proyectos y emisiones por aseguradora. No obstante, ya en febrero, al mismo tiempo que crecía la alerta sanitaria por el aumento de casos de coronavirus, la actividad en la distribución de los seguros disminuía en un

34

4% en emisión y en un 7% en proyectos.

Esta disminución significativa de la actividad se dio el día 11 de marzo, instante en que la OMS declaró al coronavirus una pandemia mundial. Desde ese momento hasta ahora el empresariado asegurador nacional ha invertido en proyectos colaborativos para hacer frente al virus.

Los capitales se han destinado a ayudar a colectivos vulnerables, a la compra de material sanitario, a financiar proyectos de investigación médica y a ayudas para los sanitarios. Todo con el objetivo de hacer frente a la crisis de la mejor manera posible y pensando en la pronta reactivación de la actividad.

Así mismo, el deber de las aseguradoras de colaborar a nivel social, se une también la preocupación por proteger la salud y la seguridad de empleados y socios, mientras que, a nivel de la dirección, los empresarios intentan mantener la continuidad de su negocio.

De aquí se derivan otros dolores de cabeza para las aseguradoras, como, por ejemplo, la estabilidad económica de la empresa y de la de su plantilla, el redireccionamiento hacia nuevos modelos operativos de emergencia y respuesta, y un nuevo set de protocolos de seguridad adaptable a las dificultades que pueden ir surgiendo a medida que sigue desarrollándose la crisis.

2.2.13. Impacto del Covid-19 en el Sector Asegurador

Según Vector (2020) la situación de emergencia ha inducido la disminución de la

35

comercialización de seguros afectando negativamente al sector asegurador. Según los datos, los altos directivos del seguro se muestran de acuerdo en que la caída en la venta ha sido el aspecto del negocio que más ha sufrido, seguido de la situación financiera (30%) y el aumento de la siniestralidad (13%).

Las primordiales derivaciones del Covid-19 en el sector asegurador dejan ver diferencias según los ramos de contratación:

El desarrollo del seguro de hogar y de auto se ha mantenido similar al del PIB, que en los últimos años ha mostrado una tendencia a la baja.

El seguro de salud puede presentar un comportamiento anticíclico, diferente a períodos anteriores, por estar relacionado directamente con la propia crisis.

En vida ahorro, se acentuará la tendencia negativa de los últimos años.

Durante la crisis, la llegada de nuevos clientes particulares ha disminuido en casi un 60%, mientras que, a nivel de empresas, el descenso de contrataciones ha sido de hasta un 80%.

Los porcentajes de anulación se incrementarán hasta un 15% en relación con los actuales, variando según el tipo de riesgo.

La siniestralidad ha sido más baja de lo habitual por la menor incidencia de seguros de auto y viajes.

La siniestralidad ha aumentado en impago de alquileres, en vida y decesos.

De acuerdo con los datos en este primer trimestre, el impacto del Covid-19 en la industria aseguradora es probablemente más profundo y amplio de lo que parece actualmente, y podría durar

hasta el tercer trimestre o más. Como resultado de los efectos del virus, el crecimiento del PIB mundial en 2020 podría reducirse hasta en un 1%, del 3,3% al 2,3%, haciendo poco probable la recuperación en 2021.

2.2.13. Evolución de Ventas de Microseguros en tiempo de Pandemia

En primer lugar es importante mencionar que, el término "microseguro" se emplea para referirse a los seguros dirigidos a poblaciones de bajos ingresos, los cuales pueden englobarse dentro de una categoría más amplia denominada "seguros inclusivos", que son seguros dirigidos a colectivos generalmente excluidos o insuficientemente atendidos por el mercado asegurador, tal y como se puede observar en el grafico siguiente:



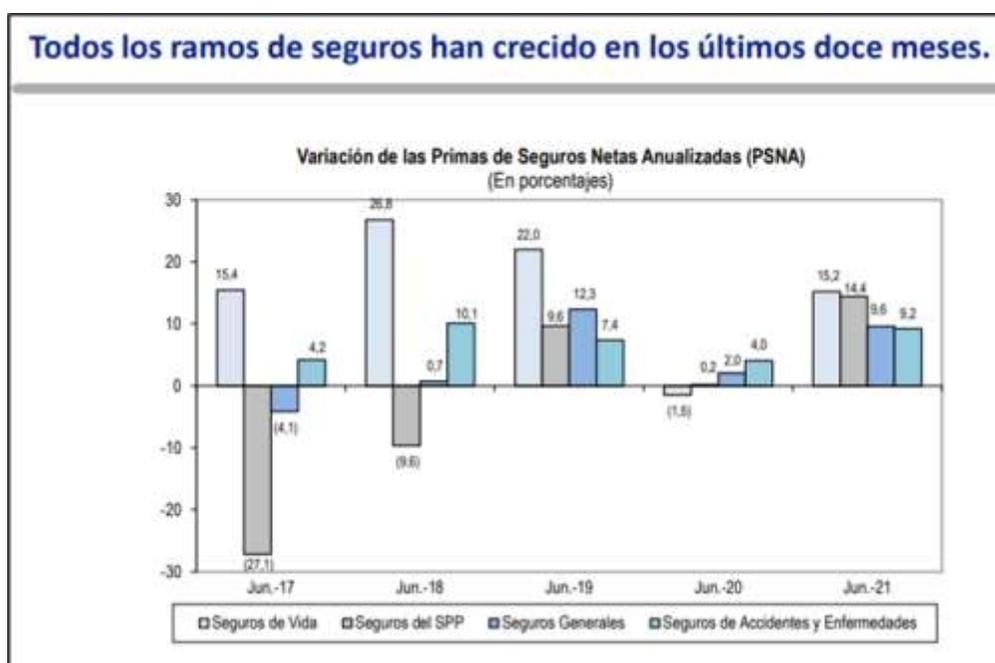
Fuente: MAPFRE Economics

Cabe señalar que, los microseguros permiten a los ciudadanos resguardarse económicamente frente accidentes personales, enfermedades o riesgos en general, mediante el pago mensual de S/ 17 o menos. En el Perú, a inicios de la pandemia, según Marcel Fort, gerente general de Crecer Seguros, aseguradora del banco Pichincha, el 5.2% de la población estuvo afiliada algún microseguro, con lo cual el país tenía la penetración más baja que el promedio en América Latina. Sin embargo el contexto económico proyectaba a que este podría ampliarse al 7.5% de la población nacional en tres o cuatro años.

Con la llegada de la pandemia, se vivió un panorama no sólo de crisis económica, sino también de incertidumbre para los próximos años, que hacían prever que el crecimiento de los microseguros iba ser afectado notoriamente. Sin embargo, el crecimiento ha sido positivo en el año 2020 aunque no significativo. Así se puede observar en el gráfico que, a junio del año 2019, los seguros que presentaron un crecimiento fueron Seguros del SPP, Seguros Generales y

Seguros de accidentes y enfermedades, con 0.2%, 2% y 4% respectivamente. Sólo el segmento de seguro de vida cayó en 1.5%. Si estos resultados son comparados con el año 2020, podemos decir que existe un crecimiento importante, pues los seguros del SPP, Seguros Generales y Seguros de accidentes y enfermedades crecieron 14.4%, 9.6% y 9.2% respectivamente y, los seguros de vida que tuvieron un crecimiento negativo en el año 2020, fue el que más creció con 15.2%.

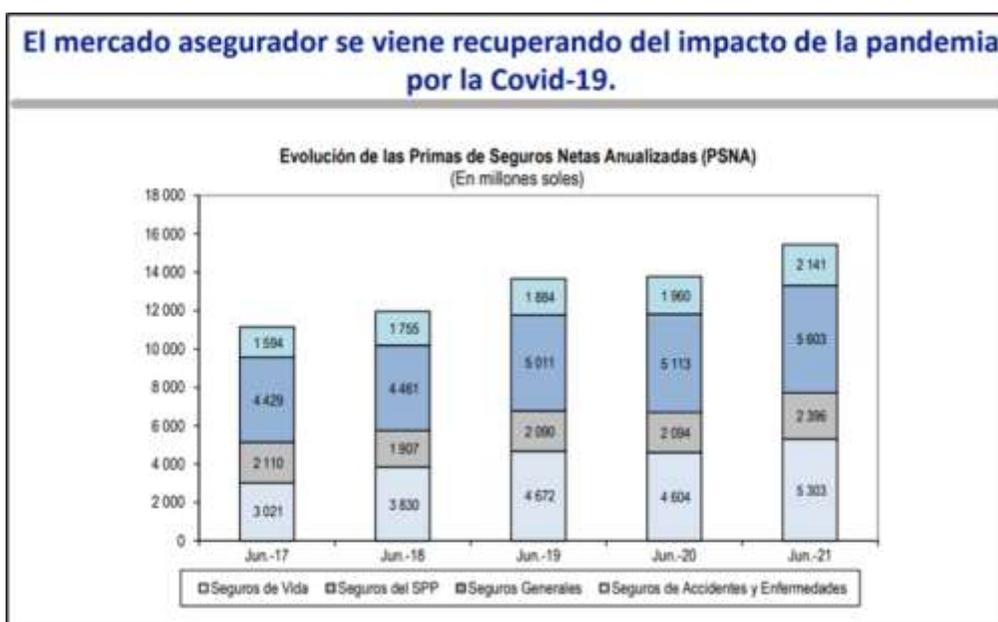
No obstante el mejor panorama que presento el sector de seguros aún no llega a nivelarse con el crecimiento que se obtuvo en el año 2020, en la rama de seguros de vida y seguros generales. Los otros seguros si han logrado alcanzar y sobrepasar el crecimiento alcanzado en el referido año.



Fuente: Superintendencia de Banca, seguros y AFP

En cuanto a la primas de seguros, se observa también un crecimiento en todos los segmentos de seguros, a junio del 2021; así tenemos que en seguros de vida, se alcanzaron primas por la suma de S/. 5,303 millones de soles cifra superior al alcanzado a junio del 2020. De igual manera paso con los seguros del SPP, Seguros Generales y Seguros de accidentes y enfermedades y, los seguros de vida que alcanzaron montos de S/ 2,396, S/. 5,603, y 2,141 millones de soles respectivamente.

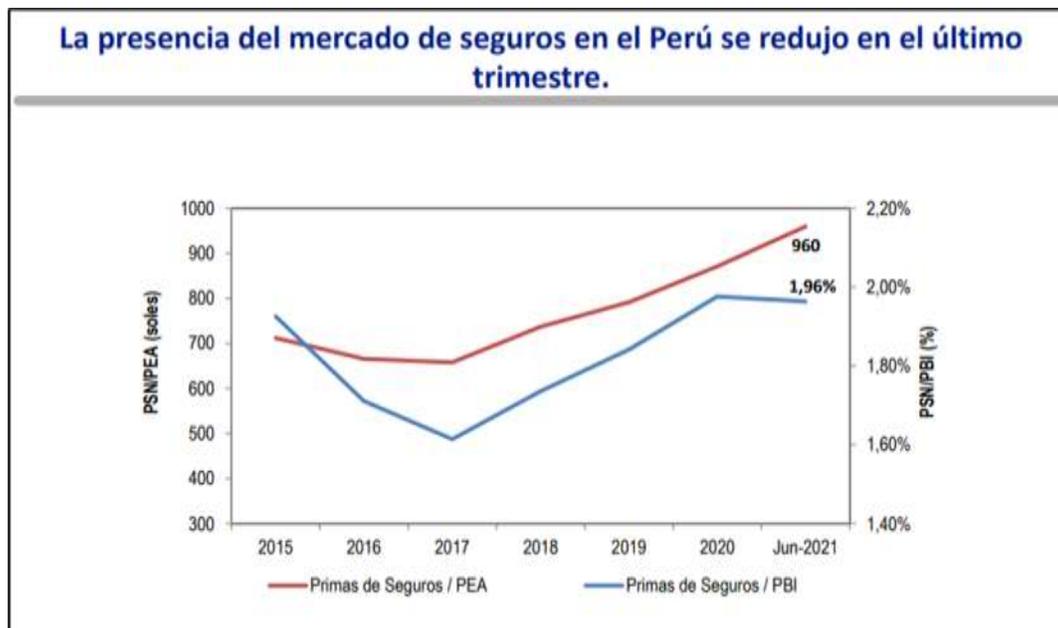
Si se efectúa un análisis desde junio del año 2017, se puede observar que el crecimiento del sector ha sido positivo y en aumento, salvo en el periodo 2019 – 2020, donde este fue poco significativo y, eso como consecuencia de la pandemia del Covid - 19



Fuente: Superintendencia de Banca, seguros y AFP

De otro lado cabe señalar que si bien es cierto que el mercado se viene recuperando

rápidamente, la presencia del mercado asegurador se redujo en el último trimestre en el Perú, tal y como se observa en el gráfico:



Fuente: Superintendencia de Banca, seguros y AFP

Finalmente, es preciso resaltar que, el sistema de seguros en el Perú está compuesto de 18 empresas, que en conjunto poseen activos por S/. 63.3 mil millones de soles, donde las empresas que vende seguros mixtos son las más representativas, con S/. 63,201 millones de soles.

El sistema de seguros está compuesto por 18 empresas que poseen activos por S/ 63,2 mil millones.

Empresas del Sistema Asegurador				
(Al 30 de junio de 2021)				
	Número de empresas	Activos (En millones de soles)	Primas de Seguros Netas Anualizadas (En millones de soles)	Patrimonio (En millones de soles)
Generales	7	4 783	2 796	1 217
Vida	4	8 076	1 974	935
Mixtas	7	50 343	10 673	5 915
Total	18	63 201	15 443	8 067

Fuente: Superintendencia de Banca, seguros y AFP

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Aislamiento

Separar a una persona o grupo de personas que se sabe o se cree que están infectadas con una enfermedad transmisible de aquellas que no están infectadas, para prevenir la propagación de la enfermedad. (Comparar con cuarentena).

2.3.2. Asintomático

No tener ningún síntoma de enfermedad.

2.3.3. Cobertura

Es la obligación principal del asegurador en un contrato de seguro, consistente en hacerse cargo, hasta el límite de la suma asegurada, de las consecuencias económicas que se deriven de un siniestro.

2.3.4. Coronavirus

Un grupo de virus que incluye muchos tipos diferentes, algunos de los cuales pueden causar enfermedades en humanos.

2.3.5. COVID-19

El nombre dado a la enfermedad causada por el nuevo coronavirus que surgió en China en diciembre de 2019.

2.3.6. Distanciamiento social

Medidas tomadas para evitar la propagación de la enfermedad al permanecer fuera de lugares públicos abarrotados, evitar reuniones masivas y mantener una distancia de al menos 6 pies o 2 metros de otros cuando sea posible.

2.3.7. Gastos de siniestro

En sentido amplio, son los derivados de la acción indemnizatoria de una entidad aseguradora. En sentido estricto, los que, sin ser exactamente indemnizaciones derivadas de

43

siniestro (a los propios asegurados o a terceros), son consecuencia de las actuaciones derivadas de la liquidación de expedientes, tales como honorarios profesionales, peritaciones, gastos judiciales, etc.

2.3.8. Gestión del riesgo

Es el análisis, desarrollo e implementación de la estrategia general de la gerencia de riesgos, normalmente operacionales y financieros, de una empresa.

2.3.9. Microseguros

Son aquellos instrumentos financieros que tienen el objetivo de apoyar a la persona o el conjunto de personas de bajos ingresos, de forma inmediata ante un siniestro.

2.3.10. Provisión de seguros

Son obligaciones expresas o tácitas, claramente especificadas en cuanto a su naturaleza, pero que, en la fecha de cierre del ejercicio, son indeterminadas en cuanto a su importe exacto o a la fecha en que se producirán.

2.3.11. Pandemia

Una epidemia que ocurre en todo el mundo, o en un área muy amplia, que cruza las fronteras internacionales y generalmente afecta a un gran número de personas. (Comparar con epidemia)

44

2.3.12. Póliza de seguro

Documento en el que constan las condiciones del contrato de seguro en las que se reflejan las normas que, de forma general, particular o especial regulan las relaciones contractuales convenidas entre el asegurador y el asegurado. Es un documento cuya inexistencia afectaría a la propia vida del seguro, ya que sólo cuando ha sido emitido y aceptado por ambas partes se puede decir que han nacido los derechos y obligaciones que del mismo se derivan.

2.3.13. Prima

Aportación económica que ha de satisfacer el contratante o asegurado a la entidad aseguradora en concepto de contraprestación por la cobertura de riesgo que este le ofrece. Desde un

punto de vista jurídico, es el elemento real más importante del contrato de seguro, porque su naturaleza, constitución y finalidad lo hacen ser esencial y típico de dicho contrato.

2.3.14. Rentabilidad

Es la relación existente entre el capital invertido y los beneficios netos producidos por el mismo. No entre los beneficios y el capital.

2.3.15. Riesgo

En la terminología aseguradora, se emplea este concepto para expresar indistintamente dos ideas diferentes: de un lado, riesgo como objeto asegurado; de otro, riesgo como posible

45

ocurrencia por azar de un acontecimiento que produce una necesidad económica y cuya aparición real o existencia se previene y garantiza en la póliza y obliga al asegurador a efectuar la prestación, normalmente indemnización, que le corresponde.

2.3.16. Seguros

Es una operación de contraprestación en virtud de la cual, una parte (el asegurado) se hace acreedor, mediante el pago de una remuneración (la prima), de una prestación que habrá de satisfacerle la otra parte (el asegurador) en caso de que se produzca un siniestro.

Capítulo III: Metodología de la Investigación

3.1. Enfoque de la Investigación

La investigación tiene un enfoque cualitativo que según (Álvarez et al., 2014) es un modo de investigar los fenómenos sociales, en el que se persiguen determinados objetivos para así, dar respuesta a algunos problemas concretos a los que se enfrenta esta misma investigación.3.3.

VARIABLES

3.3.1. Operacionalización de las variables

VARIABLES	INDICADOR	ITEM	INSTRUMENTOS
Variable Independiente Contexto del covid-19	Ciclos de pandemia. Mercado de seguros.	1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos? 2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más? 3. ¿Crees que la pandemia influyó en las ventas?	ENTREVISTAS
Variable Dependiente Colocación de Microseguros en el mercado de seguros y reaseguros de lima	Producto del ramo de renta vitalicia Motivos de compra Compra del ramo vehicular Ventas a largo plazo	4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros? 5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?	

3.4. Tipo de Investigación

La investigación es de tipo aplicada, la cual según Vara (2010) “se caracteriza porque identifica la situación del problema y busca, dentro de las posibles soluciones, aquella que pueda ser la más adecuada para el contexto específico, siendo sus resultados utilizados inmediatamente en la solución del problema.

3.5. Diseño de la Investigación

Es no experimental y de corte transversal (Hernández et al., 2003), porque es una investigación donde se observa hechos ya ocurridos y se buscan factores que los hayan ocasionados. por (Monje, 2011, pág. 103)

Es transversal porque estudia y evalúa a la misma muestra en un solo período de tiempo (Myers, 2006).

3.6. Población y Muestra

3.6.1. Población

La población es el conjunto de argumentos que presentan similares características, distinguiéndose de otras para llevar a cabo una investigación (Hernández, Fernández y Baptista Lucio, 2010).

En ese escenario, la población de la investigación estará compuesta por personal que labora

en el área de microseguros de una empresa de seguros.

3.6.2. Muestra

Es parte de la población que tiene por finalidad llevar a cabo un proceso de levantamiento de información que será posteriormente analizada y que identificará a la población. (Bernal, 2010, p. 161).

Para efectos de determinar la muestra de la investigación, se ha considerado por conveniencia, que sea 7 personas que labora en el área de ventas de microseguros

3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica por utilizar serán las encuestas, las mismas que según Arbaiza (2014), son las más confiables para el levantamiento de información.

En ese sentido, las técnicas utilizadas para el levantamiento de información corresponden a análisis documental y encuestas, siendo los instrumentos la ficha de observación y las entrevistas.

Capítulo IV: Resultados

4.1. Análisis de Resultados

Como ya se mencionó en la parte metodológica, para efectos del levantamiento de información, se utilizaron como instrumentos, las entrevistas abiertas y las fichas de observación.

Con respecto al primer instrumento, éstas se constituyen como una técnica de investigación que permite conocer en profundidad la situación y el contexto a investigar.

Cabe señalar que, con este instrumento, se pretende obtener información detallada relacionada con la evolución de los microseguros durante el aislamiento social por el COVID-19, y para ello, se efectuaron siete (7) entrevistas transcritas.

Con respecto al criterio que se consideró para realizar selección de participantes, este estuvo enmarcado, en ser profesional en Seguros y que tengan relación con las ventas de microseguros en el marco del aislamiento social por el COVID-19.

Asimismo, se utilizaron como instrumento adicional, las fichas de observación que, complementan los resultados obtenidos en las entrevistas.

A continuación, mostramos detalle de nuestra muestra:

Tabla 1 Entrevistas efectuadas

Genero	Cantidad
Masculino	2
Femenino	5
Total	7

Nota. Elaboración propia

Asimismo, se presenta a continuación, el cuadro resumen de los participantes en la investigación y las fechas en las que se realizaron las entrevistas:

Tabla 2 Participantes de las entrevistas

Genero	Fecha
Masculino	05.03.2021
Mujer	05.03.2021
Mujer	10.03.2021
<u>Masculino</u>	<u>10.03.2021</u>

Nota. Elaboración propia

4.2. Entrevistas

Entrevista 1: Género Masculino

1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Renta hospitalaria

2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Por qué crees que ese ramo se vendió más?

Por la pandemia

- 3 ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas?

Si

- 4 ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Por el bajo costo y las coberturas que ofrecen

- 5 ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?

Seguirá incrementando

Entrevista 2: Género Masculino

1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Las ventas se han comportado bajas respecto al año 2020, el ramo más vendido son Asistencia Médica Familiar y Accidentes Personales

2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?

Por las coberturas que brindan

3. ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas?

La pandemia influye en las ventas

4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Para proteger sus familias

5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?

Incrementará las ventas

Entrevista 3: Género Femenino

1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Excelentes

2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?

De salud

3. ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas?

Si

4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Porque son montos más accesibles

5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?

Irán aumentando

Entrevista 4: Género Femenino

1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Los vehiculares y asistencia médica son los más vendidos actualmente

2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?

Asistencia médica por la actual situación respecto al Covid

3. ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas?

Si

4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Porque son más accesibles

5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?

Podría mejorar

Entrevista 5: Género Femenino

1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Aumentaron, ramos desgravamen y riesgo

2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?

Por la cantidad de préstamos y tarjetas

3. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Aumentaron, ramos de desgravamen y riesgo

4. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Por qué crees que ese ramo se vendió más?

Por la cantidad de préstamos y tarjetas

- 6 ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas? Sí

- 7 ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Es un requisito para un préstamo

8 ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses? Seguirá alta la demanda

56

Entrevista 6: Género Femenino

1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

En aumento / vehículos

2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?

Por el bajo costo de microseguros

3. ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas?

No

4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Factor precio.

5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?

Irá en ascenso.

Entrevista 7: Género Femenino

1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Los vehiculares y asistencia médica son los más vendidos actualmente

2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?

Asistencia médica por la actual situación respecto al Covid

3. ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas?

Si

4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Porque son más accesibles

5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?

Podría mejorar

4.3. Análisis de Entrevistas

Cabe señalar que es una investigación descriptiva, cualitativa y en las entrevistas particularmente, se aporta una gran cantidad de información de la cual es necesario seleccionar los datos relevantes para el tema materia de investigación. En ese marco, se articularon las entrevistas con la finalidad de extraer información acerca de la evolución de los microseguros en tiempos de pandemia – Covid 19.

De las entrevistas realizadas, se puede observar que, en el contexto del aislamiento social

58

por el COVID19, inicialmente no hubo un crecimiento en la utilización de medios digitales, sino hasta que se presentó el primer deceso y el incremento de los contagiados en el país.

Tabla 3 Cuadro de entrevistas

Genero	1. ¿cómo se han comportado las ventas de microseguro y cuáles son los ramos más vendidos?	2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?	3. ¿Crees que la pandemia influyo en las ventas?	4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?	5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, despues de las pandemia?
Hombre	Renta hospitalaria	Por la pandemia	Si	Por el bajo costo y las coberturas que ofrecen	Seguirá incrementando
Mujer	Excelentes	De salud	Si	Porque son montos mas accesibles	Iran aumentando
Mujer	Los vehiculares y asistencia medica son los mas vendidos actualmente	Asistencia medica por la actual situacion respecto al covid	Si	Porque son más accesibles	Podria mejorar
Mujer	Aumentaron, Ramos desgravamen y riesgo	Por la cantidad de préstamos y tarjetas	Si	Es un requisito para un préstamo	Seguirá alta la demanda
Mujer	En aumento / Vehiculos	Por el bajo costo en microseguros	No.	Factor precio.	Irá en ascenso.
Mujer	Los vehiculares y asistencia medica son los mas vendidos actualmente	Asistencia medica por la actual situacion respecto al covid	Si	Porque son más accesibles	Podria mejorar
Hombre	Las ventas se han comportadodo Bajas respecto al año 2020, el ramos más vendido son asistencia médica Familiar y accidentes personales	Por las coberturas que brindan	La pandemia influye en la ventas	Para proteger su familias	Incrementara las ventas

Nota. Elaboración propia

4.4. Análisis de Fichas de Observación

Tabla 4 Análisis de Fichas de Observación

	<p>19.02.2019</p>	<p>“En el Perú, el 5.2% de la población está afiliada a algún <u>microseguros</u>, lo cual representa la penetración más baja que el promedio en América Latina, por lo que este porcentaje podría ampliarse hasta el 7.5% de la población nacional en tres o cuatro años, estimó, con un crecimiento de 50%.”^a</p>	<p>Marcel Fort, gerente general de Crecer Seguros, aseguradora del banco Pichincha.</p>
<p>Diario Gestión (4)</p>	<p>24.07.2018</p>	<p>“Perú es el segundo país en el mundo, y primero en América Latina, en tener una regulación de <u>microseguros</u>. “Un segmento que crece respaldado por la banca que se ha convertido en un canal para llegar a nuevos emprendedores”. Prueba de ello es el hecho de que, <u>Mibanco</u> tienen más de 2 millones de pólizas vigentes y más de 800 mil son optativas. Es decir, siete de cada 10 clientes de</p>	<p>Sergio Lozano, gerente del Área de <u>Microfinanzas y Servicios de Pacífico Seguros</u>.</p>

		Mibanco tienen un producto optativo. ^b	
	31.12.2019	“En el Perú, el sector de <u>microseguros</u> no está muy desarrollado, pero exhibe un elevado potencial.” ^c	Mario Ventura, gerente general de <u>Protecta Security</u>
	07.11.2017	“La informó que el mercado de <u>microseguros</u> cuenta con 62 productos que aseguran a un total de 4'870,508 usuarios. Las empresas de seguros que ofrecen productos de <u>microseguros</u> en el mercado son: <u>Cardif</u> , <u>Chubb Perú</u> , <u>Pacífico Seguros</u> , <u>La Positiva</u> , <u>La Positiva Vida</u> , <u>Mapfre Perú</u> , <u>Mapfre Perú Vida</u> , <u>Protecta</u> , <u>Rimac Seguros</u> y <u>Sura</u> . Asimismo, al cierre del año 2019, las primas por productos de <u>microseguros</u> ascienden a S/ 65.9 millones, las cuales equivalen al 0.58% del total de primas de seguros netas del mercado.” ^d	Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)
Diario El Comercio (2)	19.02.2019	“El mercado de <u>microseguros</u> en el Perú viene creciendo sostenidamente y ofreciendo pólizas económicas diseñadas para cubrir los riesgos de los sectores de menores ingresos. Solo entre el 2013 y 2017, las primas crecieron 328%, generando al cierre del 2017 ingreso por S/89.9 millones en primas y	Marcel Fort, Gerente General de Crecer Seguros.

		asegurando 5.5 millones de pólizas. ^e	
	24.05.2016	“El costo máximo legal será S/17 mensuales. Se espera alcanzar a 2 millones de peruanos en mediano plazo.” ^f	<u>Apeseg</u>

Nota. ^aRedacción Gestión (2019a). ^bRedacción Gestión (2018). ^cRedacción Gestión (2019b). ^dRedacción Gestión (2017). ^eMaza (2019). ^fSaavedra (2016).

4.5. Discusión

Pregunta 1. ¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?

Ante la primera pregunta, una gran mayoría de entrevistados manifestó que las ventas de los microseguros se han visto incrementadas, asimismo se puede apreciar que el ramo AMF, ha elevado sus ventas, ocupando el 1er lugar, seguido por el ramo vehicular, de renta hospitalaria, desgravamen, riesgos y accidentes personales que ocuparon los últimos lugares.

Se observa asimismo que, a junio del 2021, la SBS verifico un crecimiento en todos los segmentos de seguros,; así tenemos que, en seguros de vida, alcanzaron primas por la suma de S/. 5,303 millones de soles, cifra superior al alcanzado a junio del 2020. De igual manera pasó con los seguros del SPP, Seguros Generales, Seguros de accidentes y enfermedades y, los seguros de vida que alcanzaron montos de S/ 2,396, S/. 5,603, y 2,141 millones de soles respectivamente. En esSi se efectúa un análisis desde junio del año 2017, se puede observar que el crecimiento del sector ha sido positivo y en aumento, aun mas en el periodo 2019 – 2020, donde este fue de gran significancia y, eso es a consecuencia de la pandemia del Covid – 19

Por su parte, Mario Ventura Verme, Gerente General de Protecta Security Compañía de Seguros, manifestó que en el sector seguros ha tenido un crecimiento de primas, tanto a nivel

general como en el ramo de vida específicamente. En ese marco, las utilidades de las empresas aseguradoras si tuvieron una caída relevante, de casi 30% en su conjunto siendo los ramos de

seguros, como Vida Ley, Desgravamen, Invalidez y Sobrevivencia y algunos otros relacionados al ramo de vida, fueron los más afectados debido al incremento de la siniestralidad asociada a la crisis sanitaria, como así también el resultado de las inversiones, debido a la caída de ingresos vinculados a instrumentos de renta fija, de renta variable y alquileres asociados al mercado inmobiliario. (Ventura, 2020)

En ese marco, Apeseg en el 2019, indica que el ramo AMF quedo el puesto 5° con un 10% de ventas y el seguro vehicular quedo en el puesto 6° con un 8% de ventas. En comparación a las ventas reportadas en el 2020, el ramo AMF fue el ramo más vendido, seguido del ramo vehicular. Donde se verifica que la pandemia influencio en el alza de ventas de seguros de salud y vehicular.

Igualmente, **Michel Fort Valdez**, Gerente de Negocio Salud de La Positiva Seguros, en una entrevista para el diario Comercio indico “Esta pandemia está cambiando de alguna manera la cultura de tener un seguro. Y es lo que ha generado un incremento importante”. Confirmando el incremento de ventas para el ramo de salud y la adquisición de la cultura de seguros, por parte de la población, que ante una crisis sanitaria nuestro sistema de salud se vio afectada. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/ejecutivos/la-positiva-nuestra-cartera-deproductos-para-independientes-ha-tenido-un-crecimiento-por-encima-del-150-cade-ejecutivosnoticia/>. Esta situación concuerda por lo indicado por Escobar (2019), en el sentido que

Colombia tiene un gran potencial de mercado en el sector de seguros para personas de bajos recursos que no ha sido explotado aún.

Según Matías Stäger, cofundador de QuePlan.pe. Indico que el 57% de peruanos cuenta con EsSalud o Seguro Integral de Salud y el 43% cuenta con un seguro privado. Considerando que las personas acceden a un seguro de salud privado, debido a las coberturas que estas ofrecen y los precios accesibles. Asimismo, el seguro privado tiene el respaldo de las mejores clínicas nacionales, donde el asegurado puede acceder previa compra de una póliza. Plataforma_glr (21 de mayo de 2019). Surgen los Microseguros dirigidos a los más pobres. La República, Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/235883-surgen-los-microseguros-dirigidos-a-los-mas-pobres/>

Pregunta 2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?

Según los entrevistados, la principal causa o razón por la cual se vendieron más microseguros, en los ramos mencionadas, fue principalmente por la pandemia de la Covid-19, que representa el 42.87% del total de causas. Otras razones que se mencionaron fueron la disponibilidad de recursos con que contaban en sus tarjetas de crédito, así como el bajo costo de los microseguros y las coberturas que brindan éstos, cada con una participación del 14.28%.

En cuanto a la participación de primas de microseguros por riesgo, los productos más demandados fueron vida individual a corto plazo con un 23%, robo y asalto con 22% y accidentes

personales con un 22% hasta el cierre de diciembre del 2020 según la Superintendencia de Banca y Seguros.

65

Por otro lado, según la empresa PROTECTA SECURITY COMPAÑÍA DE SEGUROS, uno de los seguros con mayor crecimiento fueron los Seguros de Accidentes Personales y Enfermedades, al cierre del año 2020 en 2.2% respecto del año anterior, alcanzando una cifra cercana a los S/. 2,027 millones. Ello se explicaría por la mayor necesidad de ciertos sectores de la población de tomar seguros médicos como consecuencia de la pandemia. Asimismo, se evidenció que la participación de este rubro sobre el total de la producción del mercado asegurador fue muy similar al del año 2019, con niveles de alrededor del 14.5%.

En términos de primas de seguros netos, durante el primer semestre del 2020, estas ascendieron a S/ 6,534.14 millones, registrando una contracción de 4.98% respecto a lo registrado en el mismo periodo del 2019 (frene a un crecimiento promedio anual de 6.81% durante el quinquenio 2015-2019). En el primer semestre del 2020, los ramos de seguros generales y accidentes y enfermedades han representado 50.8% de la producción total (52.3% en promedio en los últimos cinco años), y los ramos de vida y del Sistema Privado de Pensiones-SPP representaron 49.2% del total (47.7% en promedio en los últimos cinco años). Este desempeño se ha observado en casi todos los ramos de seguros, con impactos diferentes por el efecto particular en cada ramo de la paralización temporal de la actividad económica, el incremento en el desempleo y la contracción en la capacidad financiera de personas y empresas, sumado a la incertidumbre en los

plazos de la reactivación de la economía. (Cárdenas, 2020). Pero manteniendo una posición contraria a los entrevistados, que son los que están frente a los clientes,

Bnamericas, proyecta un decrecimiento de 1.14% y 0.35% del PIB per cápita para 2020 y 2021

66

de las ventas de los microseguros y, aunque, se espera que los crecimientos en la industria se mantengan presionados en el mediano plazo. Bnamericas (09 de diciembre de 2020). Panorama de Seguros en Perú: septiembre 2020. Recuperado de <https://www.bnamericas.com/es/noticias/panorama-de-seguros-en-peru-septiembre-2020>.

Pregunta 3. ¿Crees que la pandemia influyo en las ventas?

Con relación a la principal causa que influyó en las ventas de los microseguros, el 85.71% concordó en que fue por la pandemia de la Covid 19.

Esto debido principalmente por los altos niveles de contagio y fallecimientos ocurridos en el país. Según el Ministerio de Salud, el Perú tiene en estos momentos 1.466.326 personas confirmadas de coronavirus. Actualmente, la tasa de pacientes confirmados de coronavirus en los últimos 14 días es de 311,78 por cada cien mil habitantes, que es dentro del contexto actual una tasa que podemos considerar moderada.

En cuanto a los fallecimientos, hay 50.198 personas fallecidas por coronavirus.

Con relación al año 2019, en el Perú fallecieron 515 personas, cifra que este año podría verse incrementada por la cifra de muertes por coronavirus.

De otro lado, el diario El Comercio señaló que, en setiembre del año 2020, el país contaba con 29,000 fallecidos por el coronavirus, registrando 88 muertes por cada 100,000 habitantes, siendo la tasa más alta a nivel global, y el quinto país del mundo y el segundo de Latinoamérica

67

en casos confirmados al acumular más de 652,000 contagios, equivalente al 2% de su población, en el referido período.

La tasa de mortalidad en el país por el Covid 19 se ha centrado en el 2.84%, que está por debajo del promedio mundial que asciende al 7.1%.

También el Ministerio de Salud precisó que en el país existen más de 24 millones de personas que tienen un seguro de salud, sea este del Sistema Integral de Salud (SIS), EsSalud o de entidades privadas. Resaltó que de los 16 millones de afiliados al SIS más de cuatro millones son niños de 0 a 11 años.

Pregunta 4 ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?

Con respecto a esta pregunta y, luego de haber aplicado las entrevistas respectivas, se pudo observar que el 71.43% de los entrevistados, manifestaron que la accesibilidad del precio se

constituyó como el principal factor del crecimiento de las ventas, seguida por la de protección familiar y finalmente por el hecho de que se constituye en un requisito para adquirir un préstamo.

De otro lado, al finalizar el año 2019, los microseguros representaron una prima total de S/. 118'338, 256.94, de los cuales el 24.6% corresponde a la empresa Rímac, con 457,846 asegurados, seguido de muy lejos por la empresa Mapfre Perú con 10% de participación y 253,463 asegurados. Finalmente, en el tercer lugar se encuentra la empresa Pacifico con el 8% del total y con 504,784 asegurados. En términos monetarios, la participación en el mercado de las

68

tres empresas más representativas, alcanzan operaciones por los montos de S/. 29'083,717.9, S/. 11'788,612.00 y S/. 9'503,272.00 respectivamente.

Los seguros asociados a estas empresas son Microseguros Familia Segura de Rímac, contratado por Caja Arequipa. En el caso de Mapfre Perú, se encuentra el producto Incendio y en Pacifico, tenemos a Seguro de Vida Protección Financiera.

Cabe señalar de otro lado, que La Positiva a pesar de tener 2'307,581 asegurados, por encima de las tres primeras empresas más importantes en cuanto a prima, representa sólo un cuarto lugar con S/. 8'298,779.47.

De otro lado, Mario Ventura Verme, Gerente General de Protecta Security Compañía de Seguros, manifestó que se logró pasar el año 2020 en forma muy aceptable, ya que, si bien no se lograron los resultados presupuestados en ventas, si se lograron en resultados netos.

Pregunta 5 ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?

Las perspectivas de venta post pandemia de la Covid 19, es que la demanda y venta de los microseguros irá en un fuerte crecimiento, tal y como lo mencionó Marcel Fort, Gerente General de Crecer Seguros, aseguradora del banco Pichincha, que indica que los microseguros sólo tienen una penetración de sólo 5.2% en el país, y se espera un crecimiento del 50% en los próximos años.

También concuerda con lo concluido por Escobar (2019) en el sentido de que Colombia tiene

69

un gran potencial de mercado en el sector de seguros para personas de bajos recursos que no ha sido explotado aún. De igual manera se refiere Mario Ventura. Gerente General de Protecta Security, quien señalo que el sector de microseguros a pesar de no estar muy desarrollado exhibe un elevado potencial de ventas.

Por ello, para alcanzar los objetivos de crecimiento de los microseguros postpandemia, es importante que las compañías de seguros de la mano con el Estado, promueva su consumo, tal y como lo señala Aguirre (2019), quien indica que debe haber un cambio cultural y un sentido de

prevención, con una acertada difusión en seguros, ya que como dice Parra (2014), existe un desconocimiento de los clientes por parte de los referidos productos.

+

70

Conclusiones

1. De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación, se ha podido notar que en el marco de la pandemia del COVID 19, el volumen de ventas de los microseguros tuvo un crecimiento mínimo con respecto al año anterior, siendo sólo los seguros de vida los que presentaron un deterioro de 1.5%. No obstante, ello, el balance general fue positivo.

2. En el periodo comprendido entre los años 2019 (febrero) y junio del 2020, las ventas de seguros por renta vitalicia, al igual que los demás seguros tuvieron un crecimiento débil en el 2019, pero que se recuperaron con una mayor apertura de la actividad económica en el país, al ya contarse con la vacuna contra el virus, y que llevo a una nueva normalidad al país.
3. No obstante que el gobierno dictó medidas drásticas para reducir los contagios por el Covid 19 en el país, como por ejemplo el confinamiento, esta situación trajo como consecuencia, una desaceleración económica a nivel nacional, con efectos negativos en todos los sectores, sin embargo, el sector asegurados en general y de microseguros no se vieron afectados de forma significativa por la pandemia y muestra de ello, es el crecimiento positivo que alcanzaron todos, en el periodo 2019 – 2020.
4. El hecho de querer mantenerse aislado de las personas por voluntad propia y por normas dictadas por el gobierno, muchas personas hicieron esfuerzos por adquirir vehículos y comprar los seguros respectivos. Asimismo, los que ya contaban on una unidad vehicular, ante el riesgo de perder la vida por el Covid – 19, contrataron los seguros vehiculares, como una forma de salvaguardar un activo líquido, en caso sea necesario utilizarlo.

5. En el año 2019, se visualizaba un panorama sombrío para el sector seguros producto de la crisis financiera que provoco el Covid 19, previendo crecimientos negativos, sin embargo, se ha podido constatar que, esto no fue así y que por el contrario hubo un crecimiento, poco significativo en el 2019, pero que se fue recuperando en el año 2020, con lo que, se prevé que

para los próximos años el crecimiento de este sector se siga fortaleciendo aún más y en un contexto de menos riesgos económicos y sanitarios.

Recomendaciones

1. Efectuar un análisis estratégico del mercado, con la finalidad de identificar las nuevas necesidades de los ciudadanos, luego de la experiencia que significó vivir en una crisis

sanitaria, con la finalidad de poder ofrecer una mayor cartera de productos y servicios, que permita alcanzar una mayor cobertura.

2.Promover la venta de seguros de renta vitalicia, dada la coyuntura vivida, para que los ciudadanos cuenten con recursos, en su vejez y puedan afrontar imprevistos no sólo de salud, sino de cualquier índole.

3.Fomentar una mayor inclusión de personas de bajos recursos en la adquisición de microseguros, principalmente, en los ramos de salud y vehicular, considerando que el sector microasegurador, no fue afectado de forma significativa por la pandemia.

4.Tomando en cuenta que muchas personas consideran a sus autos como un activo, en el que pueden apoyarse ante un imprevisto de salud u otro, es importante evaluar potenciar la venta de seguros vehiculares o fomentando las renovaciones de pólizas, con mejores beneficios para el cliente.

5.Considerando la existencia de un mejor panorama económico en el país, luego de la pandemia, es importante fortalecer las estrategias a fin de mantener y fortalecer el crecimiento de los microseguros en el país.

Referencias

Abraham, M. y González, C. (2020). *Sector asegurador. Para poder hacer de la crisis una oportunidad.* <https://www.willistowerswatson.com/es-PE/Insights/2020/04/la-tormentaperfecta-primeras-reacciones-ante-el-covid-19-del-sector-asegurador-a-nivel-mundial>

Acuña, P. O. (2013). *Evolución del mercado de seguros en la economía peruana periodo 2003-2013 – Lima – Perú.* [Tesis para obtener título profesional]. Universidad Nacional de Ingeniería.

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUNI_1e44e82f0f0edd7280c7b8153e488db7/Description#tabnav

Alumni U.P. El imperio del virus naciente. *Periódico para la comunidad de egresados de la Universidad del Pacífico*, 9(28). <https://www.up.edu.pe/Documents/ALUMNI-UP-junio-2020-x-pagina.pdf>

Anfossi, M. M. López, T. N., Montoya, T. P., y Ramírez, V. M. (2017). *Planeamiento Estratégico del Sector Seguros en el Perú* [Tesis de maestría]. Universidad Católica del Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8251>

Apostolakis, G., Dijk, G. y Drakos, P. (2015). Microinsurance performance – a systematic narrative literature review. *Corporate Governance*, 15 (1), 146-170. doi: <https://doi.org/10.1108/CG08-2014-0098>

Asociación Peruana de Empresas de Seguros. (2019). *Composición de mercado*. APESEG.

<http://www.classrating.com/informes/positiva1.pdf>

Brau, C. J., Merrill, C. y Staking, B. K. (2011). *Seguro. Teoría y desafíos frente al desarrollo de mercado de microseguros*.

https://www.researchgate.net/publication/263864325_Insurance_Theory_and_Challenges_Facing_the_Development_of_Microinsurance_Markets

Bravo, R. J. (2006). *Crecimiento y desarrollo del sector asegurador; frente a la evolución cultural de las empresas de familia*. <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq/vol1/iss5/11/>

Camargo, A. y Furst, G. L. (2014). Fomento del acceso a los seguros en el Perú: Cambios en el entorno de los seguros en beneficio de la población poco y no atendida. (Proyecto “Implementación de Estándares de Regulación y de Supervisión en los Mercados de Microseguros de América Latina”).

https://a2ii.org/sites/default/files/reports/fomento_del_acceso_a_los_seguros_en_el_peru.pdf

Cárdenas, E. J. (25 de setiembre de 2020). *Fundamentos de Clasificación de Riesgo. La Positiva Vida Seguros y Reaseguros*. Class & Asociados S.A. Clasificadora de riesgo.

<http://www.classrating.com/informes/positiva1.pdf>

incidencia en la economía periodo 2006-2012 [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santiago de Guayaquil <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1446/1/T-UCSGPRE-ECO-CECO-5.pdf>

Churchill, F. C. (2009). *Protecting the poor. A microinsurance compendium*. Genova: International Labour Office. https://www.ilo.org/global/publications/ilo-bookstore/orderonline/books/WCMS_090714/lang--en/index.htm

Coronel, N. C., Ignacio, A. L., Quispe, M. L., Rivera, N. E. y Zamalloa, S. V. (2020). *Ecosistema inteligente para bodegas en el contexto de la COVID-19* [Tesis de maestría]. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17635/Ecosistema%20inteligente%20para%20bodegas%20en%20el%20contexto%20de%20la%20COVID-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Delgado, P. D. (2020). *La covid-19 en el Perú: Una pequeña tecnocracia enfrentándose a las consecuencias de la desigualdad*. <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/05/AC-26.-2020.pdf>

Devarakonda, S. (2018). Micro the perceptions, problems and opportunities. *International Journal of trade and Policy*, 1(1). doi: <https://escipub.com/Articles/IJTP/IJTP-2018-02-2801>

Economía L. R (2020). El 57% de peruanos cuenta con EsSalud o Seguro Integral de Salud. *La*

76

República. <https://larepublica.pe/economia/2020/10/19/el-57-de-peruanos-cuenta-con-essalud-o-seguro-integral-de-salud/>

Estivill, J. (2003). *Panorama de la lucha contra la exclusión social: conceptos y estrategias* (Primera ed.). Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
<http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/panorama-de-la-luchacontra-la-exclusion-social.pdf>

Félix, C. F. y Egúsquiza, P. B. (2020) Efectos laborales de la pandemia por la COVID-19 en el Perú. Incertidumbre y desafíos <https://actualidadlaboral.com/efectos-laborales-de-lapandemia-por-la-covid-19-en-el-peru/>

Frisancho, A. J. (2018). *Microseguros en el Perú: evolución, situación actual y comparación con otros países*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12060>

Garayoa, A. F., De la Cuesta, G. M. y Paz, C. C. (2016). Equilibrio entre performance social y económica en los mercados de microseguros. Análisis de Colombia, Perú y Brasil. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa* 22, pp. 17-41.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sxi&AN=116770957&lang=es>

Garand, D., Tatin-Jaleran, C. y Wipf, J. (2006). *Risk and financial management*, in C. Churchill (ed.): *Protecting the poor: A microinsurance compendium* (Geneva and Munich, ILO and

77

Munich Re Foundation), pp. 254–269. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_175786.pdf

Lanchipa, R. A. (2011). *Contribución del microseguro en las microfinanzas y reducción de riesgos* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar.]
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/278>

MAPFRE. (2019). *Mercado asegurador latinoamericano*. <https://www.mapfre.com/informacion-sectorial/mercado-asegurador-latinoamericano/>

Maza, K. (2019). Penetración de microseguros puede crecer 50% en 3 a 4 años. *El Comercio*.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/penetracion-microseguros-crecer-50-3-4-anosnoticia-609383-noticia/>

Oliva, F. y Flores, M. (s.f.). *La transformación de las compañías de seguros en la era digital*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/uy/es/pages/strategy-operations/articles/Latransformacion-de-las-companias-de-seguros-en-la-era-digital.html>

Ortiz, L. y Roca L. C. (2020). *Impacto del Covid-19 en los problemas sociales en contextos urbanos y rurales del Perú*. <https://centrumthink.pucp.edu.pe/expertos/cristian-roca>

Pablos, E., Rubio A. J., Gonzales, A. M., Hortal, A., Ribredo, M. y Paván H. (2017). *El sector del seguro, la transformación hacia el risk management integral y personalizado*.

78

https://www.minsait.com/sites/default/files/newsroom_documents/informetendenciasseguros17.pdf

Parra, P. C. (2014). *Microseguros y la economía familiar de los trabajadores de la provincia de Trujillo*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8/browse?value=Parra+Panduro%2C+Cynthia+Katherine&type=author>

Peña, S. I. (2017). *Tarifificación de microseguros: una aplicación del modelo tweedie*, Madrid

<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/119109/retrieve>

PeruInforma. (2019). *Primas de microseguros crecieron más de 4 veces en 5 años*. Perú Informa.

<https://www.peruinforma.com/primas-de-microseguros-crecieron-mas-de-4-veces-en-5anos/>

Pulvermacher, H. (2018). Mapping the Landscape of Microinsurance. *Microinsurance Network's annual journal*, Issue No. 4.

https://microinsurancenetwork.org/sites/default/files/SoM_2018_WEB_final.pdf

Redacción E.C. (2021). La Positiva: “Nuestra cartera de productos para independientes ha tenido un crecimiento por encima del 150%”. *El Comercio*.

[https://elcomercio.pe/economia/ejecutivos/la-positiva-nuestra-cartera-de-productos-para-](https://elcomercio.pe/economia/ejecutivos/la-positiva-nuestra-cartera-de-productos-para-independientes-ha-tenido-un-crecimiento-por-encima-del-150-cade-ejecutivos-noticia/)

[independientes-ha-tenido-un-crecimiento-por-encima-del-150-cade-ejecutivos-noticia/](https://elcomercio.pe/economia/ejecutivos/la-positiva-nuestra-cartera-de-productos-para-independientes-ha-tenido-un-crecimiento-por-encima-del-150-cade-ejecutivos-noticia/)

Redacción Gestión. (2017). SBS: 4.8 millones de usuarios están protegidos con microseguros.

Gestión. <https://gestion.pe/economia/sbs-4-8-millones-usuarios-protegidos-microseguros-149913-noticia/>

Redacción Gestión. (2018). 7 de cada 10 emprendedores eligen un seguro como producto optativo, según Mibanco. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/mercados/7-10-emprendedoreseligen-seguro-producto-optativo-mibanco-239425noticia/#:~:text=m.,y%20Servicios%20de%20Pac%C3%ADfico%20Seguros.>

Redacción Gestión. (2019a). Crecer Seguros: en tres o cuatro años penetración de microseguros puede crecer 50%. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/crecer-seguros-tres-cuatro-anospenetracion-microseguros-crecer-50-259127-noticia/>

Redacción Gestión. (2019b). ¿La utilización de smartphone impulsará productos de microseguros? *Gestión*. <https://gestion.pe/opinion/pregunta-de-hoy/la-utilizacion-de-smartphoneimpulsara-productos-de-microseguros-noticia/?ref=signwall>

Rivera, V. J. y Caro, C. J. (2009). Las microfinanzas y los microseguros en América Latina y el Caribe: situación y perspectivas (33-49). <https://www.asocam.org/sites/default/files/publicaciones/files/165f2c3701c5a74f9334a99fe2e437ac.pdf>

Saavedra, P. M. (2016). Apeseg: microseguros costarán entre S/1 y S/5 mensuales. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/economia/peru/apeseg-microseguros-costaran-s-1-s-5-mensuales-217617-noticia/>

Superintendencia de AFP (Banca, Seguros y SBS) (noviembre, 2017). Microseguros: Un Mercado

que empieza a tomar impulso. *Boletín de la SBS*, 13.

http://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/BOLETIN-SEMANAL/Boletin_Semanal_N13.pdf

Universidad de San Martín de Porres. (2020). *Cátedra Perú desarrolló su sesión XCII denominada:*

“Investigación para el diagnóstico, tratamiento y vacuna frente al COVID-19. Los avances en el Reino Unido y alternativas para el Perú”.

https://www.usmp.edu.pe/index.php?pag=novedades&sec=nov20_83

Willis T. W. (2020). *Estado del Mercado Asegurador en relación con el Covid-19.*

<https://www.willistowerswatson.com/es-CO/Insights/2020/06/estado-del-mercadoasegurador-en-relacion-con-el-covid-19>

Worku, A., y Asmare, A. (2018). Determinants of Micro-Insurance Business Performance in

Ethiopia. *Journal of Accounting, Finance & Auditing Studies*, 4(4), 160–172. doi:

<https://doi.org/10.32602/jafas.2018.010>.

Yore, R y Faure, W. J. (2018). Microinsurance for disaster recovery: Business venture or

humanitarian intervention? An analysis of potential success and failure factors of

microinsurance case studies. *International Journal of Disaster Risk Reduction* 33, 16-32. doi:

<https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2018.09.003>



Anexo 1

Instrumento de entrevista Cuestionario de la evolución del sector

Microasegurador y su relación con el covid19, en lima

Metropolitana. Año 2020.

GENERO :	F		M
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDAD : _____			
INSTRUCCIONES:			
Lea las siguientes preguntas y conteste con sinceridad.			
1. ¿cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?			
2. Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?			
3. ¿Crees que la pandemia influencio en las ventas?			
4. ¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?			
5. ¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?			

**Elaboración propia.*

Anexo 2

Matriz Operacional

VARIABLES	INDICADOR	ITEM	INSTRUMENTOS
La colocación de microseguros	<p>Ciclos de pandemia.</p> <p>Mercado de seguros.</p>	<p>¿Cómo se han comportado las ventas de microseguros y cuáles son los ramos más vendidos?</p> <p>Según lo respondido en la pregunta uno, ¿Porque crees que ese ramo se vendió más?</p> <p>¿Crees que la pandemia influyó en las ventas?</p> <p>¿Por qué crees que las personas compran un microseguros?</p> <p>¿Cómo crees que ira las ventas de microseguros, dentro de 3 meses?</p>	Observación
	<p>Producto del ramo de renta vitalicia</p> <p>Motivos de compra</p> <p>Compra del ramo vehicular</p> <p>Ventas a largo plazo</p>		Cuestionarios

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 3

Matriz de Consistencia “Colocación de Microseguros en una Empresa de Seguros y Reaseguros de Lima Metropolitana en Tiempos del Covid-19

Problema	Objetivos	Variable	Indicadores	Diseño de Investigación
<p align="center">Problema General</p> <p>¿De qué manera evolucionaron las colocaciones de microseguros en una empresa de seguros y reaseguros de Lima Metropolitana en tiempos del covid-19 periodo 2020?</p> <p align="center">Problemas Específicos</p> <p>P1: ¿De qué manera evolucionaron las ventas del producto del ramo de renta vitalicia en tiempos de la Covid19?</p> <p>P2: ¿Cuáles fueron los efectos de la pandemia en el sector microasegurador?</p> <p>P3: ¿Cuáles fueron los motivos de compra del ramo vehicular en tiempos de la Covid-19?</p> <p>P4: ¿De qué manera evolucionará las ventas de largo plazo de microseguros en tiempos de la Covid-19?</p>	<p align="center">Objetivo General</p> <p>Determinar de qué manera evolucionaron las colocaciones de microseguros en una empresa de seguros y reaseguros de Lima Metropolitana en tiempos del covid-19 Periodo 2020.</p> <p align="center">Objetivos Específicos</p> <p>O1: Determinar de qué manera evolucionaron las ventas del producto del ramo de renta vitalicia en tiempos de la Covid-19</p> <p>O2: Conocer cuáles fueron los efectos de la pandemia en el sector microasegurador.</p> <p>O3: Identificar cuáles fueron los motivos de compra del ramo vehicular en tiempos de la Covid19.</p> <p>O4: Definir cómo evolucionará las ventas de largo plazo de microseguros en tiempos de la Covid-19</p>	<p align="center">La colocación de microseguros</p>	<p>Evolución de colocación de microseguros</p> <p>Resultado de ventas de producto</p> <p>Efectos de la pandemia en el sector Microasegurador</p> <p>Motivo de compra</p> <p>Largo plazo</p>	<p align="center">Tipo</p> <p>La investigación es de tipo aplicada, según Vara (2010) reconoce la situación del problema y busca la que pueda ser la más adecuada para un contexto específico.</p> <p>Es descriptivo, pues se consideran los hechos tal y como ocurren sin ser alterados en ninguna para analizarlos (Hernández et al., 2003).</p> <p align="center">Técnicas e Instrumento</p> <p>La técnica serán las encuestas, las que según Arbaiza (2014), son las más confiables recoger información. También para levantamiento de información los instrumentos la ficha de observación y las entrevistas</p> <p align="center">Población y Muestra</p> <p>En ese escenario, la población de la investigación estará compuesta por personal que labora en el área de microseguros de una empresa de seguros.</p> <p>Para la muestra de la investigación, se ha considerado por conveniencia, que sea 7 personas que labora en el área de ventas de microseguros.</p>

Cuadros de Similitud

I TESIS FINAL DE MAVELIN LLOCLLA		
INFORME DE ORIGINALIDAD		
12%	13%	1%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES
		5%
		TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
FUENTES PRIMARIAS		
1	elcomercio.pe Fuente de Internet	2%
2	es.scribd.com Fuente de Internet	2%
3	gestion.pe Fuente de Internet	2%
4	www.classrating.com Fuente de Internet	1%
5	www.cnbs.gob.hn Fuente de Internet	1%
6	ciencia.lasalle.edu.co Fuente de Internet	1%
7	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%
9	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	1%

10	Submitted to delasalle Trabajo del estudiante	1%
11	repositorio.ute.edu.ec Fuente de Internet	1%
12	www.eumed.net Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

JUICIO DE EXPERTOS

VALIDACIÓN CON JUICIO DE EXPERTO: CUESTIONARIO

TÍTULO DE TESIS: COLOCACIÓN DE MICROSEGUROS EN UNA EMPRESA DE SEGUROS Y REASEGUROS DE LIMA METROPOLITANA EN TIEMPOS DEL COVID-19

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
 2. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.
- 1: Muy Malo
2: Malo
3: Regular
4: Bueno
5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible.					X
2	Objetividad: Permite medir hechos observables.				X	
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	Organización: Presentación ordenada.				X	
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad.					X
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos.				X	
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos.					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems.					X
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

Apellidos y Nombres del Juez Experto: Magister HECTOR PORTILLO RIOS

DNI: 25548961

Especialidad de Juez Experto: INGENIERO ADMINISTRATIVO, especialista en GESTION EMPRESARIAL, Catedrático con más de 27 años de experiencia en Universidades Nacionales y privadas, he sido Coordinador de la FISYC de la UIGV, Jefe de Servicios Académicos de la FISYC de la UIGV. Jefe de la Oficina de Marketing de la UIGV. Coordinador de la Carrera Profesional de INGENIERIA ADMINISTRATIVA de la UIGV, Director de Estudios de PAEE, Docente de la UPC. de la Facultad de Negocios y también Catedrático de la Escuela Nacional de Marina Mercante ENAMM.

Grado del juez experto: MAGISTER EN ADMINISTRACION

Decisión del juez experto: El trabajo es afirmativo

Fecha: 26 de febrero 2021



Firma:
MAG. HECTOR PORTILLO RIOS
CIP: 043772
Catedrático de la UPC-UIGV- ENAMM

TÍTULO DE TESIS: COLOCACIÓN DE MICROSEGUROS EN UNA EMPRESA DE SEGUROS Y REASEGUROS DE LIMA METROPOLITANA EN TIEMPOS DEL COVID-19

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
2. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.

- 1: Muy Malo
2: Malo
3: Regular
4: Bueno
5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible.					X
2	Objetividad: Permite medir hechos observables.					X
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4	Organización: Presentación ordenada.					X
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad.					X
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos.					X
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos.					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems.					X
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X

Apellidos y Nombres del Juez Experto: MARCELINO HECTOR RIOS ZARZOSA

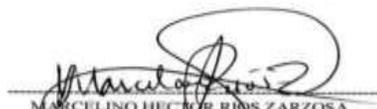
DNI: 06900125

Especialidad de Juez Experto : GESTION EMPRESARIAL

Grado del juez experto : MAESTRO EN ADMINISTRACION

Decisión del juez experto : FAVORABLE

Fecha: 24 de febrero 2021


MARCELINO HECTOR RIOS ZARZOSA
DNI: 06900125

VALIDACIÓN CON JUICIO DE EXPERTO: CUESTIONARIO

TÍTULO DE TESIS: COLOCACIÓN DE MICROSEGUROS EN UNA EMPRESA DE SEGUROS Y REASEGUROS DE LIMA METROPOLITANA EN TIEMPOS DEL COVID-19
JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
 2. Marque con un aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión sobre el cuestionario.
- 1: Muy Malo
 2: Malo
 3: Regular
 4: Bueno
 5: Muy Bueno

N°	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Está formulado con el lenguaje apropiado y comprensible.					X
2	Objetividad: Permite medir hechos observables.					X
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4	Organización: Presentación ordenada.					X
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y claridad.					X
6	Pertinencia: Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos.					X
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos.					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítems.					X
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10	Aplicación: Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X

Apellidos y Nombres del Juez Experto: Dr. Ing. ESCOBEDO APESTEGUI, Franklin

DNI: 08257238

Especialidad de Juez Experto: Gestión Empresarial y Educador

Grado del juez experto: Dr. en Ciencias de la Educación

Decisión del juez experto: Favorable

Fecha: 25 de febrero 2021



 Dr. Ing. ESCOBEDO APESTEGUI, Franklin
 DNI: 08257238



Empresas de seguros y reaseguros

RIMAC

 **pacífico** seguros


MAPFRE
PERÚ

La Positiva
Seguros

**Mejores seguros privados de
salud en el Perú**

Rankia