

LA PANDEMIA REDEFINE EL MERCADO DE LOS SEGUROS DE SALUD Y ACCIDENTES PERSONALES EN ECUADOR: UN ANÁLISIS DE 2018-2022

THE PANDEMIC REDEFINES THE MARKET FOR HEALTH AND PERSONAL ACCIDENT INSURANCE IN ECUADOR: AN ANALYSIS OF 2018-2022

Josue Alain D'Espaux Garrido¹, Irma Yolanda Garrido Bayas², Raquel Virginia Colcha Ortiz³, Byron Napoleón Cadena Oleas⁴

{josue.despaux@udla.edu.ec¹, igarrido@esepoch.edu.ec², raquel.colcha@esepoch.edu.ec³, bcadena@esepoch.edu.ec⁴}

Fecha de recepción: 6 de mayo de 2024

/ Fecha de aceptación: 19 de junio de 2024

/ Fecha de publicación: 14 de julio de 2024

RESUMEN: La pandemia de COVID-19 ha transformado profundamente el panorama de los seguros de salud y accidentes en el Ecuador, generando conciencia sobre la vital importancia de contar con una cobertura adecuada. Este estudio aborda el desafío de comprender las características demográficas, preferencias y niveles de riesgo de los consumidores del mercado asegurador de Quito durante el periodo 2018-2020. En la investigación se utilizó una metodología con enfoque cualitativa y cuantitativa, obteniendo información crucial, que permita comprender las características demográficas del área de estudio. La población fue de 24.937 habitantes del norte de la capital, se aplicó una encuesta con preguntas cerradas obteniendo información demográfica, preferencias de proveedores de seguros y tiempo de uso del servicio. Los resultados obtenidos mostraron que más del 50% de los participantes tiene una educación superior, la mayoría carece de información precisa y completa sobre seguros, impidiendo a la población contratar un seguro. Se determinó que las personas mayores de 65 años y las personas con ingresos superiores a 2.500 dólares tienen tasas de cobertura más altas. Además, existe una preferencia por adquirir pólizas a través de agencias de seguros en lugar de corredores, por esa razón las compañías de seguros están buscando nuevas estrategias y productos para satisfacer las necesidades de los consumidores en un entorno postpandémico. La implementación de campañas educativas e iniciativas de concientización pública sobre la importancia de los seguros son de suma importancia para generar una cultura preventiva, para incrementar la cobertura de seguros en la población, así adquirir nuevos clientes y consolidarlos para alcanzar la satisfacción de la demanda cumpliendo las expectativas de los consumidores.

Palabras clave: Crisis sanitaria, pólizas, consumidores, encuesta, satisfacción del cliente

¹Universidad de las Américas, <https://orcid.org/0009-0007-5200-4643>

²Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas; <https://orcid.org/0000-0002-9738-2257>

³Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Ciencias Pecuarias; <https://orcid.org/0000-0002-3252-9158>

⁴Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas; <https://orcid.org/0000-0002-4535-5265>

ABSTRACT: The COVID-19 pandemic has profoundly transformed the health and accident insurance landscape in Ecuador, raising awareness about the vital importance of having adequate coverage. This study addresses the challenge of understanding the demographic characteristics, preferences and risk levels of consumers in the Quito insurance market during the period 2018-2020. The research used a methodology with a qualitative and quantitative approach, obtaining crucial information that allows us to understand the demographic characteristics of the study area. The population was 24,937 inhabitants of the north of the capital, a survey was applied with closed questions obtaining demographic information, preferences of insurance providers and time of use of the service. The results obtained showed that more than 50% of the participants have a higher education, the majority lack accurate and complete information about insurance, preventing the population from taking out insurance. People over age 65 and people with incomes over \$2,500 were found to have higher coverage rates. Additionally, there is a preference to purchase policies through insurance agencies rather than brokers, which is why insurance companies are looking for new strategies and products to meet the needs of consumers in a post-pandemic environment. The implementation of educational campaigns and public awareness initiatives about the importance of insurance are of utmost importance to generate a preventive culture, to increase insurance coverage in the population, thus acquiring new clients and consolidating them to achieve demand satisfaction by fulfilling consumer expectations.

Keywords: *Health crisis, policies, consumers, survey, customer satisfaction*

INTRODUCCIÓN

El sector de seguros en Ecuador ha experimentado una serie de transformaciones importantes en los últimos años, especialmente en los ramos de asistencia médica y accidentes personales durante el periodo 2018-2022. En este período, se han producido transformaciones significativas impulsadas por factores económicos, sociales y, más recientemente, sanitarios destacando la pandemia de COVID-19 ha sido un factor crucial de cambio, afectando de manera profunda la demanda de seguros y las políticas de las aseguradoras.

Durante el período de 2018-2022, el sector asegurador en Ecuador ha experimentado fluctuaciones notables en sus ingresos debido a las condiciones económicas del país. En particular, se observa una contracción significativa en la actividad económica durante el 2020, seguida de una recuperación parcial en el 2021, aunque sin alcanzar niveles previos a la pandemia.

El sector asegurador es crucial para la economía del país. En Ecuador, este sector es influenciado por varios factores económicos y regulatorios. La demanda de seguros de asistencia médica y accidentes personales ha tomado un cambio significativo durante este período, pues la incertidumbre y el miedo a la pérdida de materiales y riesgos de salud han sido factores claves para aumentar la adquisición de estos seguros (1).

Según (2), la inseguridad es un factor clave en la compra de un seguro. (3) menciona que la elección de una empresa aseguradora y la adquisición de productos apropiados depende de la

percepción de la calidad del servicio, una buena imagen institucional y la claridad de las coberturas ofrecidas.

Por su parte, (4) examina el papel de las agencias de seguros en la competencia entre compañías aseguradoras, destacando que la competencia no solo se da en términos de precios sino también en la calidad del servicio y la innovación en los productos ofrecidos. (5) señala que la recesión económica provocada por la pandemia ha sido la más profunda desde la Segunda Guerra Mundial, afectando todos los aspectos de la economía ecuatoriana, incluyendo el sector asegurador. Por lo tanto, los consumidores buscan seguridad y confianza en los proveedores de seguros.

Estructura del mercado y regulación: En Ecuador, el sector asegurador es objeto de diversos estudios que abordan desde la estructura del mercado hasta la siniestralidad y los factores de demanda. (6) clasifica al sector asegurador dentro de la venta de bienes y servicios. (7) afirman que el mercado de seguros se segmenta en diferentes ramos según la naturaleza y necesidad de la responsabilidad asumida. (8) identifica tres categorías principales de seguros: vida o salud, accidentes o daños materiales y servicios. Cada categoría representa necesidades específicas que influyen en la estructura del mercado y la oferta de productos.

El seguro de accidentes personales cubre los gastos derivados de lesiones corporales causadas por cualquier tipo de accidente, sin importar la hora del día ni el año (9). Por otro lado, el seguro de asistencia médica cubre los gastos médicos necesarios para tratar la salud de los asegurados afectados por enfermedades o accidentes (5). (10) señala que el valor a cancelar es el dinero que la aseguradora cobra para garantizar la cobertura de los riesgos mencionados anteriormente, destinados a cubrir los gastos derivados de siniestros u otros eventos adversos.

El mercado asegurador en Ecuador muestra una concentración moderada, con las principales compañías representando aproximadamente el 42% del mercado total. (11) menciona que el Índice Herfindahl-Hirschman (HHI) clasifica al mercado como no concentrado o poco concentrado, ya que sus valores están por debajo de los 1500 puntos. Además, el índice de entropía refleja una mayor incertidumbre y competencia dentro del mercado, sugiriendo que se asemeja más a un modelo de competencia perfecta. Por otro lado, el índice de dominancia se mantiene cerca de cero, indicando que el mercado no está concentrado.

Según el autor (12) establece un marco regulatorio fundamental para el sector asegurador en Ecuador. Esta normativa define reglas que deben cumplir las empresas de seguros y reaseguros para operar en el mercado, tales como la obtención de certificados específicos para cada ramo de seguro, la fijación del capital mínimo requerido para constituir compañías de seguros y reaseguros, y la obligación de constituir reservar técnicas mensuales para cubrir riesgos en cursos y obligaciones pendientes, entre otras disposiciones.

Relación entre la siniestralidad y la oferta de seguros: (13) destacan que la prima neta emitida es un indicador clave de la actividad aseguradora, capturando la precisión de la emisión de pólizas. La (11) define la prima neta emitida como las primas totales menos las devoluciones y reaseguros, proporcionando una medida exacta del impacto económico en la emisión de seguros. Además, es un indicador financiero relevante que refleja cómo las aseguradoras evalúan el riesgo.

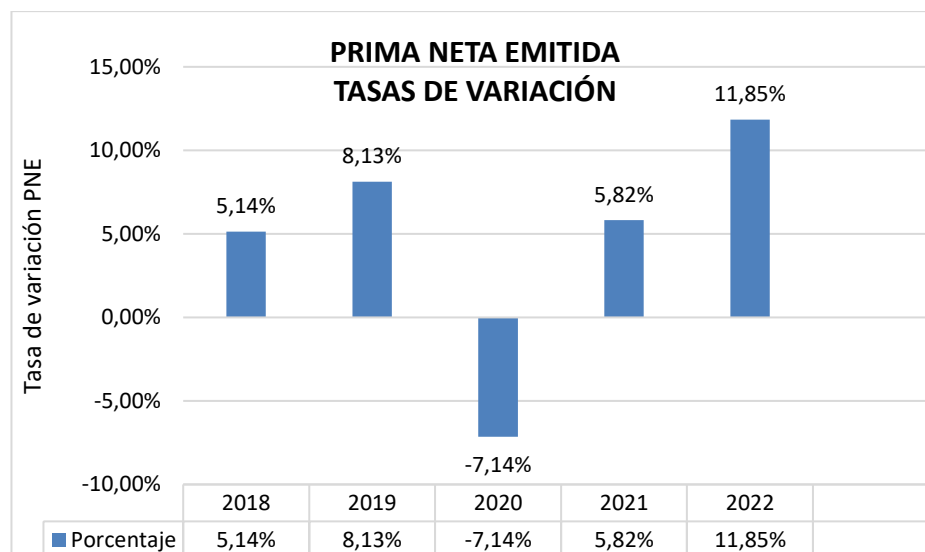


Figura 1: Prima Neta Emitida

Fuente: (11)

En el gráfico se muestra que para 2018 existe un incremento del 5.14%. Para 2019 se observó un incremento del 11.82%, mientras que para 2020 hubo una disminución del 1.42% esto se vio afectado por la crisis sanitaria. En 2021, la prima neta emitida aumentó en 6.07%, reflejando una recuperación parcial post-pandemia. A continuación, se describe la Tabla 1 que aborda los Índices HHI del período 2018-2022.

Tabla 1: Índice HHI del período 2018-2022

Prima Neta Emitida Total						
Año	Índice HHI	HHI referencial	Coficiente C4	Coficiente C8	Entropía	Dominancia
2018	964,582579	333,3333333	42,35%	64,96%	2,95368015	0,0000000017935191717203
2019	853,877786	333,3333333	46,05%	70,36%	3,09202264	0,0000000033735764929363
2020	700,977432	333,3333333	41,89%	64,07%	2,96995509	0,0000000020416446390682
2021	678,142962	333,3333333	40,02%	62,78%	3,16198526	0,0000000012622205247149
2022	919,567298	357,1428571	47,76%	76,67%	3,28908453	0,0000000020890364208647

Fuente: (11)

Para comprender la competencia en el mercado de seguros, se realizan análisis de concentración y competencia. En 2018 Seguros Sucre, Equinoccial, Chubb y Pichincha representaron el 42,345% del mercado, indicando una concentración moderada sin dominación por una sola empresa. El índice HHI en el sector de seguros se mantuvo entre 694.5825 y 2426.22, lo que sugiere un mercado moderadamente concentrado, este patrón se mantuvo por debajo de 1500 puntos. Además, el índice de entropía, que mide la incertidumbre del mercado, oscilo entre 2,95 y 3,28

en el período analizado, acercándose a un mercado de competencia perfecta más que a uno de monopolio (11).

Índice de Dominancia: En el ramo de accidentes personales, Chubb, AIG Metropolitana, Equivida y Pichincha dominan entre el 71,546% y 74,505%, indicando un mercado altamente concentrado. El índice HHI oscila entre 2171,44 y 2426,22, señalando una concentración moderada. La incertidumbre, medida por el índice de entropía, varía de 2,06 a 2,17, mostrando un grado moderado de incertidumbre (11).

Tabla 2: Accidentes personales

Accidentes personales						
Año	Índice HHI	HHI referencial	Coficiente C4	Coficiente C8	Entropía	Dominancia
2018	2171,442701	400	71,546%	87,64%	2,12132275	0,0000000068317296729061
2019	2244,287196	384,6153846	71,890%	86,71%	2,11718397	0,0000000070883309060682
2020	2272,677375	384,6153846	71,728%	86,40%	2,12802402	0,0000000073010842090862
2021	2148,052107	384,6153846	70,214%	85,85%	2,17500120	0,0000000070472030034983
2022	2426,228538	416,6666667	74,505%	87,30%	2,06378343	0,0000000074824935198953

Fuente: (11)

Para el ramo de asistencia médica, Pan American, BUPA Seguros, BMI y Seguros Sucre tiene una participación del 99,186% al 99,846%, indicando una alta concentración. El índice HHI se mantiene entre 30,75,23 y 3202,31, reflejando un mercado altamente concentrado. La entropía varía de 1,18 a 1,257, sugiriendo un mercado más cercano al monopolio (11).

Tabla 3: Asistencia médica

Asistencia médica						
Año	Índice HHI	HHI referencial	Coficiente C4	Coficiente C8	Entropía	Dominancia
2018	3169,023253	1250	99,265%	100,00%	1,2532111	0,0000000040259945982835
2019	3075,233705	1428,571429	99,186%	100,00%	1,25758562	0,0000000034151865466289
2020	3153,252385	1428,571429	99,892%	100,00%	1,21564506	0,0000000035183400641200
2021	3202,315674	1428,571429	99,856%	100,00%	1,18225378	0,0000000033301213975119
2022	3089,086425	1250	99,846%	100,00%	1,24198351	0,0000000035311433833255

Fuente: (11)

La siniestralidad se refiere a los incidentes que afectan una póliza o un grupo de pólizas (14), (15) menciona que la siniestralidad puede evaluarse en términos de incidentes como en términos de las sumas de dinero pagadas por asegurados.

En cuanto a la siniestralidad, se observa una relación inversa con la prima neta emitida (PNE). Para el 2020, la siniestralidad aumentó al 51% con la disminución del 7,12% en la PNE, y en el 2022, la siniestralidad cayó al 47% con un crecimiento del 11,45% en la PNE. La brecha de costos de siniestros en el ramo de accidentes personales disminuyó significativamente durante la pandemia, mientras que en el ramo de asistencia médica aumentaron debido a la crisis sanitaria (16).

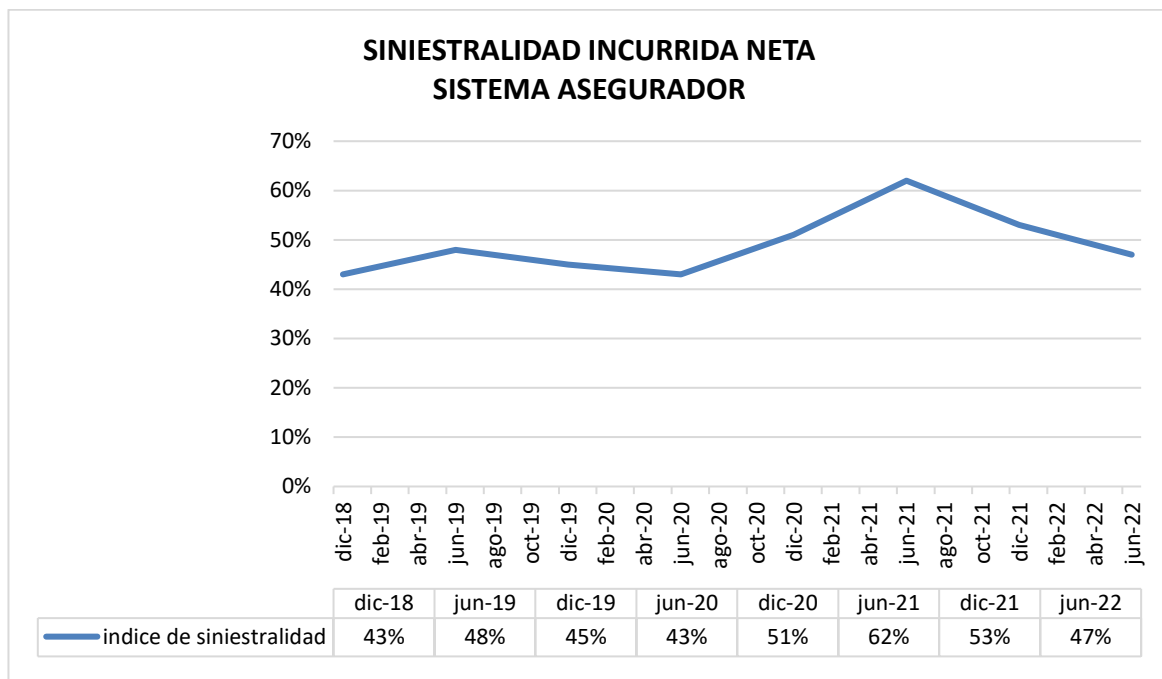


Figura 2: Siniestralidad Incurrida Neta

Fuente: (16)

Dinámica competitiva del sector asegurador: De acuerdo con (11) entre el segundo trimestre de 2022 y 2023, el sector asegurador experimentó un crecimiento sólido post-pandemia, con un aumento de 11,08% en la PNE. Sin embargo, los resultados de intermediación disminuyeron un 12,5% en los primeros dos trimestres de 2023, principalmente debido al ramo de vehículos (17) .

El sector asegurador no compite directamente en precios, sino que se enfoca en otros factores que atraen a los clientes, para los consumidores particulares, los precios son más relevantes. En el ramo de asistencia médica, la competencia es intensa, y las aseguradoras ajustan sus precios para atraer a los clientes, afectando a los márgenes de las aseguradoras (17).

Por otro lado (11) dentro del sector asegurador la distribución de las primas netas emitidas en diciembre del 2022, CHUBB SEGUROS ECUADOR SA fue líder entre las empresas aseguradas en la

rama de accidentes personales, teniendo una aceptación del 46% del total, seguido de ello está la aseguradora EQUINOCCIAL con un 25% y AIG MEROPOLITANA con un 11%. El resto de las compañías como PICHINCHA y otras, que se dividieron entre el 10 y 8% como se muestra en la Figura 3.

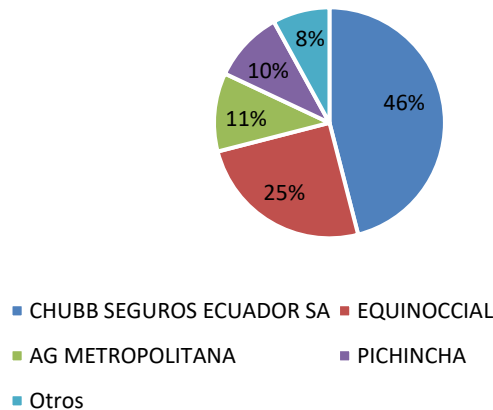


Figura 3: Prima neta emitida Accidentes personales diciembre 2022

Fuente: (11)

En el ramo de accidentes personales, el crecimiento está impulsado por contratos con grandes empresas, lo que proporciona estabilidad financiera y acceso a carteras significativas, por ejemplo, los contratos públicos con Seguros La Unión con Petroecuador por \$99,1 millones. Las aseguradoras también utilizan estrategias de personalización, como Salud S.A. que ofrece descuentos en primas mediante la promoción de actividad física (18).

Determinantes de la demanda de seguros privados en asistencia médica y accidentes personales en Quito: En el sector asegurado, es vital entender las características demográficas, preferenciales y riesgos de los consumidores con el fin de crear productos que satisfacen las necesidades, para (19) menciona que los factores que se deben considerar son la edad, ocupación e ingresos, estos aspectos son importantes para segmentar el mercado, debido a las necesidades y preferencias demográficas. Asimismo, (20) señala que conocer las preferencias del consumidor permite a las aseguradoras personalizar sus productos, mejorando la satisfacción del cliente.

Para (21) sugiere que los modelos de teoría del consumidor es importante entender las decisiones de compra en el mercado de seguros. El adaptar estos modelos a las preferencias y necesidades de los consumidores es clave para diseñar productos que se alineen a sus necesidades y su actividad económica, pues ellos son quienes son los que evalúan la relevancia del seguro en sus vidas y los posibles riesgos asociados a la falta de cobertura.

De acuerdo con (9) y (22) investigan la relación entre el crecimiento económico y el sector asegurador, sugiriendo que un mercado de seguros robusto puede contribuir significativamente al desarrollo económico al proporcionar estabilidad financiera y reducir la incertidumbre ante eventos adversos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Durante el desarrollo del documento, se utilizó tesis, artículos, blogs y revistas, se llevó a cabo una metodología que consta una revisión bibliográfica para poder realizar el análisis respectivo, se aplicó el método cuali-cuantitativo, a través del uso de técnicas la recolección y tabulación de la información. Posterior se analizó e interpretó la tabulación de la información, además ayudó a la contribución del marco teórico en base a las fuentes bibliográficas consultadas.

Para el análisis específico, se consideró una población de 24,937 habitantes del Norte de Quito con un equilibrio de 46 % de mujeres y 54 % de hombres, totalizando 97 observaciones, este análisis abarca las características demográficas y riesgos asumidos por los consumidores es fundamental para diseñar servicios que se acoplen a las necesidades de las personas, específicamente hablando de la cobertura de los seguros hay que adaptar estrategias específicas para diseñar pólizas que se ajuste a las necesidades individuales, lo que permite mejorar la satisfacción del cliente, porque comprende precios justos y accesibles.

La técnica e instrumento de recolección de información que se planteó es un cuestionario donde realizamos una encuesta con preguntas cerradas, que nos permitirá recolectar información oportuna y confiable relacionada directamente con el tema de los seguros a través de la pandemia. Una vez obtenida la información adecuada para la redacción de la investigación, se empezó a elegir los trabajos más abordados. Por lo tanto, nos ayudó a realizar las preguntas para la encuesta con temas relacionados como por ejemplo los tipos de seguros que existen en Ecuador, las modalidades para contratar un seguro a través de una agencia o de un bróker. Las edades para poder contar con un seguro y el nivel de ingresos de la población, que aseguradoras son las más solicitadas en Ecuador. La información es valiosa cuyas respuestas nos servirán para poder analizar, interpretar y tener un panorama más cerca de la realidad.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tras realizarse la encuesta se presentan los siguientes resultados obtenidos: Características socioeconómicas.

Pregunta 1

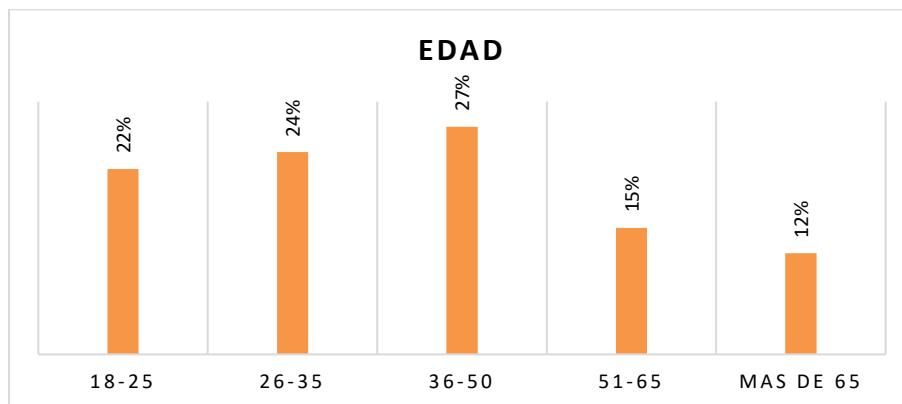


Figura 4: Edad de la muestra aplicada

Análisis: dentro de la población encuestada, se observa una distribución de edad que refleja una estructura demográfica diversa, el grupo de edad más representado es de 36-50 años, que comprende el 27% de la muestra, seguido del grupo de 26-35 años, que representa el 34%. En tercer lugar, se encuentran las personas de 18-25 años, que constituyen el 22% de la población encuestada. Por otro lado, las personas de 51-65 años representan el 15%, mientras que aquello con más de 65 años comprenden el 12%.

Pregunta 2

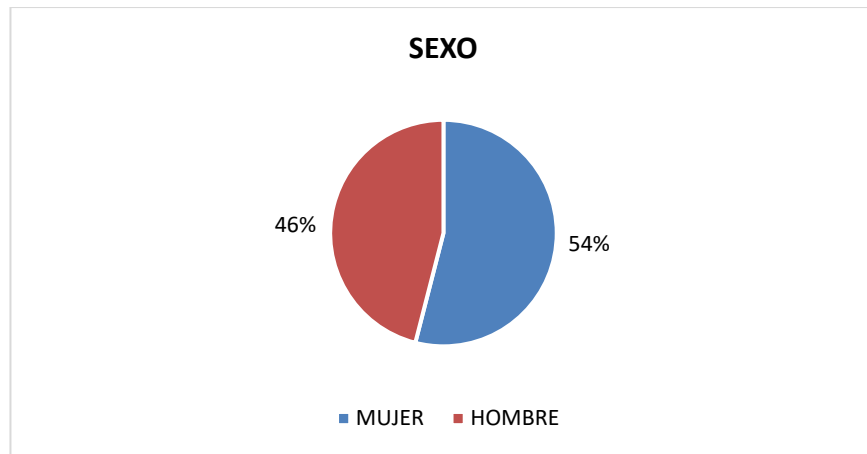


Figura 5: Sexo de la población encuestada

Análisis: el análisis de la distribución de género dentro de la población estudiada revela que los hombres representan el 54% de la muestra, mientras que las mujeres representan el 46%. Esta distribución muestra una mayor proporción de hombres dentro de la población estudiada.

Pregunta 3

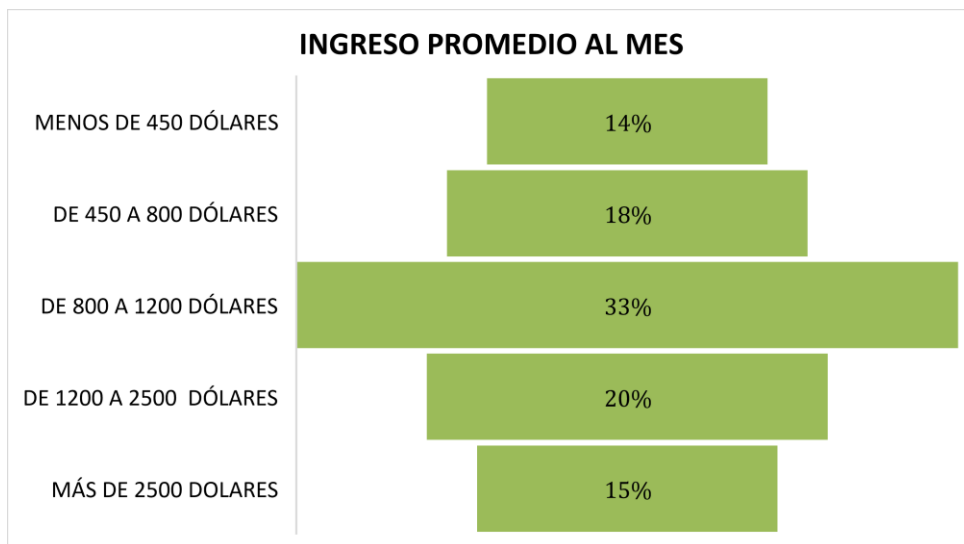


Figura 6: Ingreso promedio al mes de la población

Análisis: La distribución del ingreso promedio mensual de la población analizada se concentra en un rango de \$800-1200, con un 33% de la población. El 49% de la población se encuentra en rangos menores con ingresos por debajo de \$1200, mientras que el 15% de la población se encuentra en un rango de ingreso más alto, con ingresos superiores a \$1500.

Pregunta 4

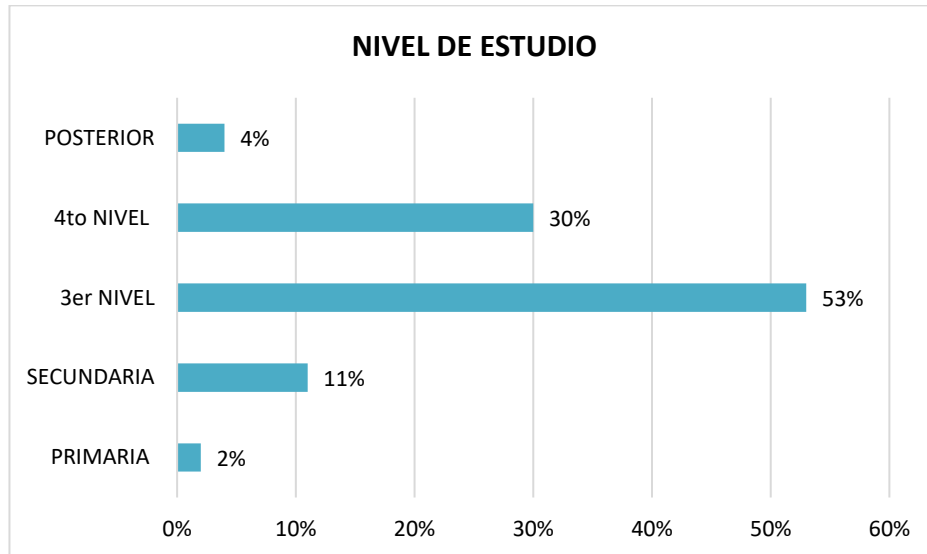


Figura 7: Nivel de Educación de la población

Análisis: en el análisis, se observa que el 53% de la población cuenta con estudios superiores. El 30% posee títulos de cuarto nivel, mientras que el 11% ha completado estudios secundarios. Además, el 4% de la población tiene un nivel educativo no especificado y finalmente, el 2% cuenta únicamente con educación primaria.

Pregunta 5

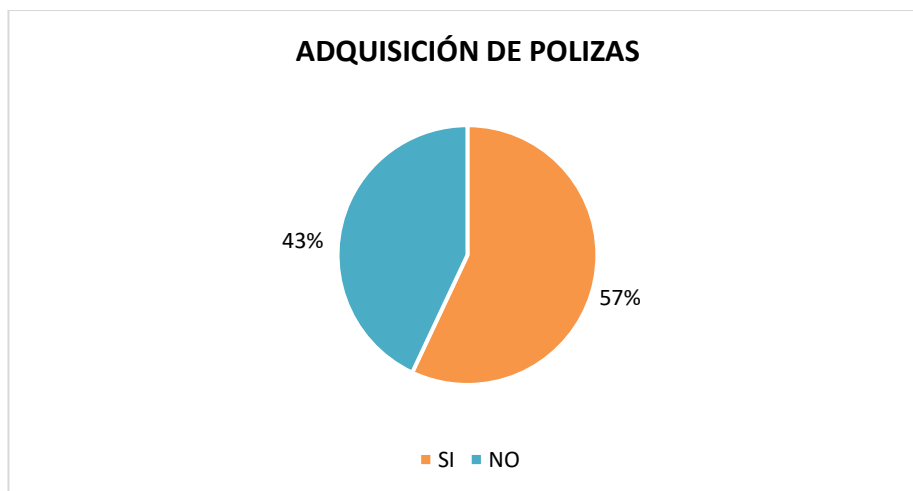


Figura 8: Adquisición de pólizas

Análisis: en relación con la adquisición de pólizas, más de la mitad de las personas 57% han adquirido un, mientras que el 43% aún no cuenta con ninguna póliza.

Pregunta 6

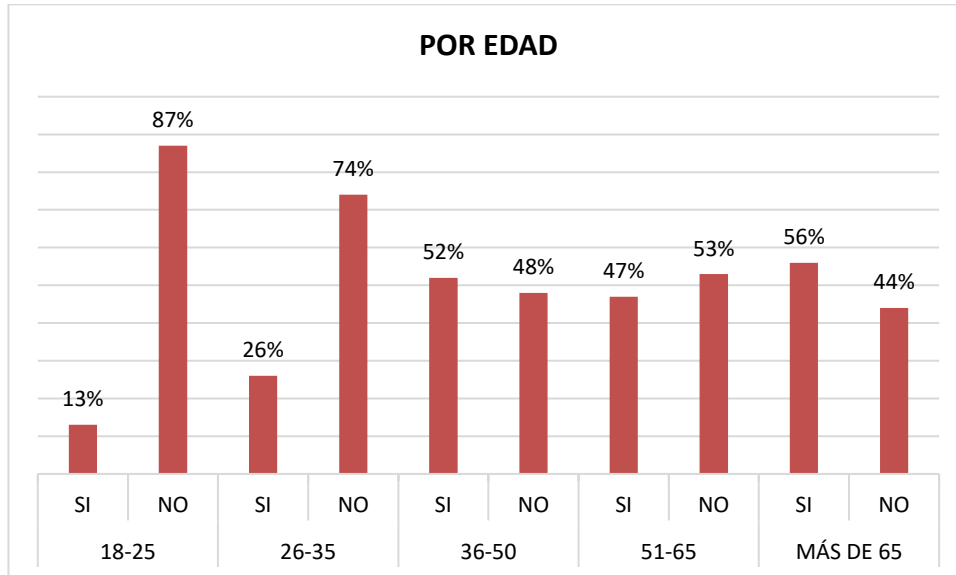


Figura 9: Adquisición de seguros por edad

Análisis: el análisis de la población revela que las personas mayores de 65 años son las que más cuentan con un seguro, representando el 56%. Le sigue las personas entre 36 y 50 años, con un 52%. El resto de la población cuenta con porcentajes mínimos de la adquisición de seguros, mientras que, en su mayoría no cuenta con un seguro.

Pregunta 7

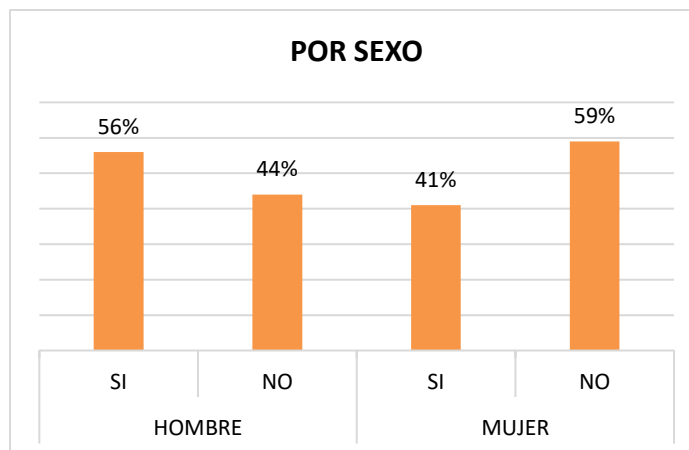


Figura 10: Adquisición de seguro por sexo

Análisis: las personas con mayor cantidad de seguros son los hombres, representando un 56%. Les siguen las mujeres, con un 41% aseguradas. El resto de la población no cuenta con seguros.

Pregunta 8

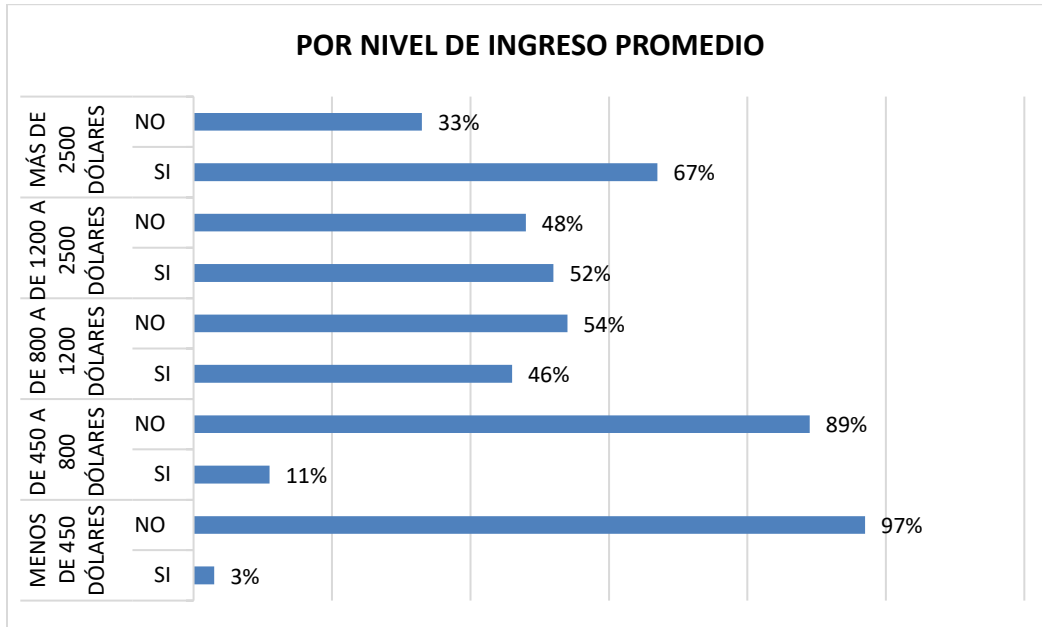


Figura 11: Adquisición de seguros por el nivel de ingresos

Análisis: las personas con ingresos superiores a \$2500 representan el grupo con mayor cobertura de seguros, alcanzando el 67%. Les siguen aquellos con ingresos entre \$1200 y \$2500, con un 52% de asegurados. Aunque el resto de la población también cuenta con seguros, la mayoría no posee cobertura en función de sus ingresos.

Pregunta 9

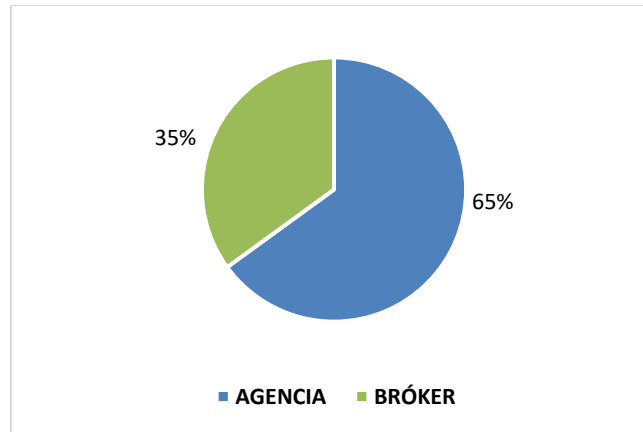


Figura 12: Método de contratación de póliza

Análisis: El 65% de la población opta por contratar agencias que ofrezcan seguros, buscando la estabilidad y seguridad que estas proporcionan. El restante 35% prefiere trabajar con corredores de seguros (brókers) para gestionar sus pólizas. Esta preferencia se puede dar por la percepción de mayor confianza y soporte en caso de siniestro, en el caso de los brókers se eligen por su capacidad para ofrecer opciones más variadas y personalizadas de acuerdo con la necesidad del cliente.

Pregunta 10

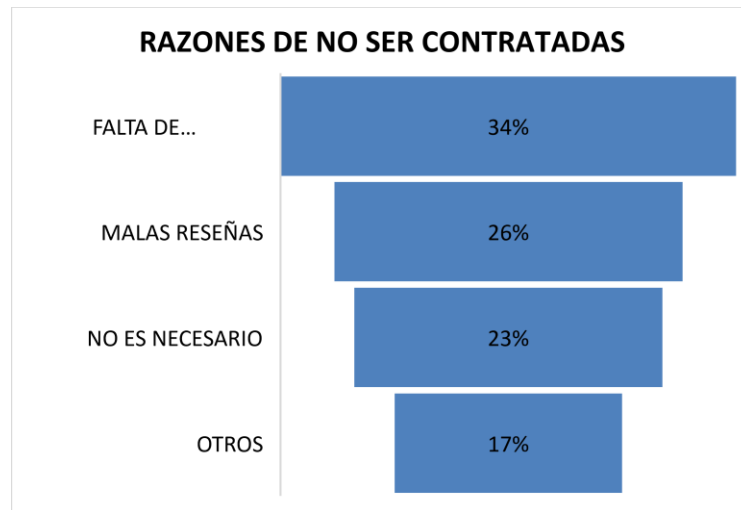


Figura 13: Razones por no contratar seguros

Análisis: Una de las principales razones por lo que las personas no cuentan con seguros es la falta de información, afectando al 34% de la población. El 26% menciona que no tienen seguro debido a malas reseñas. Además, el 23% considera que no es necesario tener un seguro, y el 17% atribuye su decisión a otros factores.

Pregunta 11

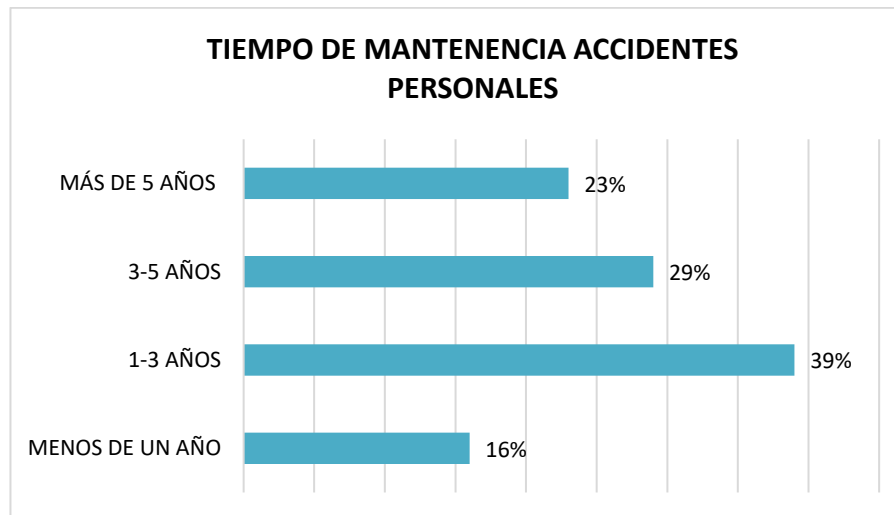


Figura 14: Tiempo de mantenimiento de accidentes personales

Análisis: en la población estudiada, el 39% mantiene un seguro durante un período de 1 a 3 años. Le sigue el 29% de la población que mantiene su seguro por 3 a 5 años. Por último, el 23% tiene seguros por más de 5 años, mientras que el 16% los mantiene por menos de un año.

Pregunta 12

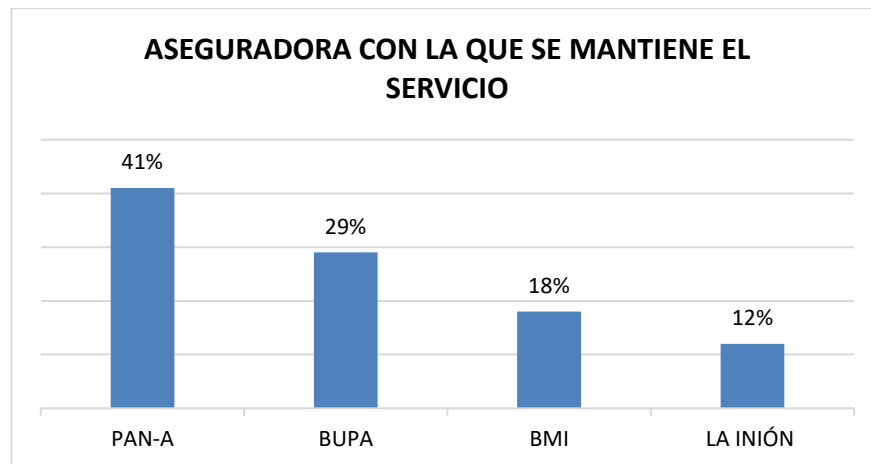


Figura 15: Aseguradoras que mantienen el servicio

Análisis: para la población analizada la aseguradora con la que más trabaja y mantienen y servicio es PAN-A, con un 41% de preferencia. Le sigue BUPA, con un 29%. En tercer lugar, se encuentra BMI, con un 18% y finalmente, LA INION, con un 12%. Esta distribución refleja las distintas percepciones de confianza y satisfacción por parte de los clientes.

Pregunta 13

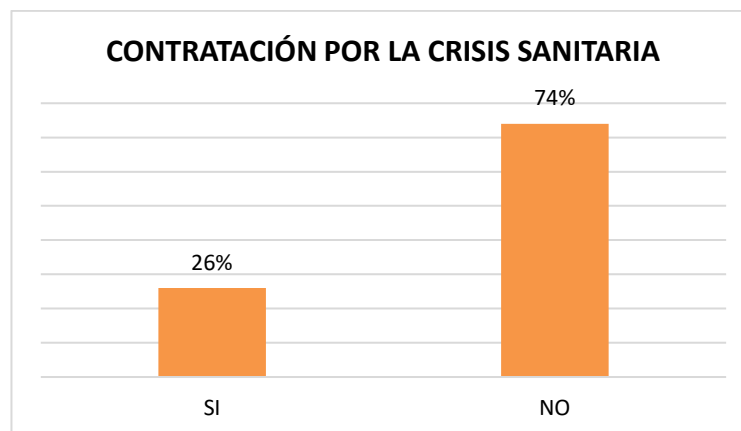


Figura 16: Contratos de seguros en la crisis sanitaria

Análisis: en medio de la crisis sanitaria, se observa que solo el 26% de la población ha optado por contratar seguros, buscando protegerse antes posibles eventualidades. Por otro lado, es notable que el 74% restante de la población aún no ha considerado la posibilidad de contar con un seguro, lo que refleja la falta de conciencia sobre la importancia de la protección financiera en situaciones de emergencia.

Pregunta 14

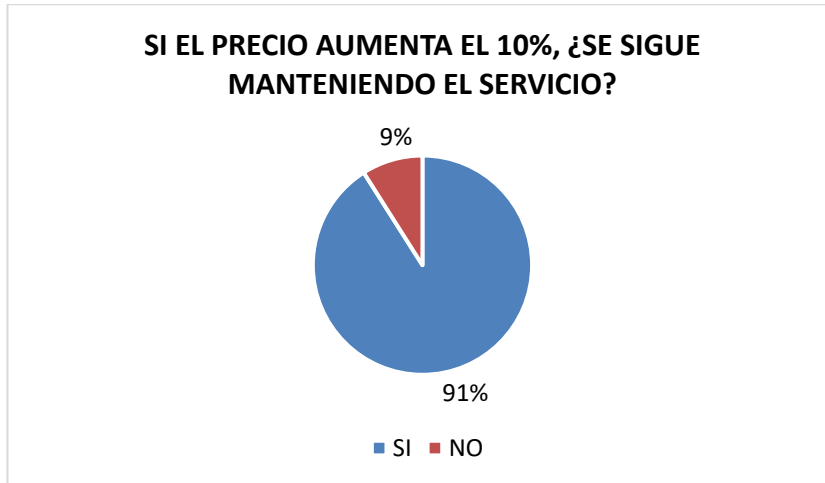


Figura 17: Mantendría el servicio, si hay un aumento de precio

Análisis: según la opinión de las personas, si el precio del seguro aumentara en un 10%, el 91% de la población afirma que seguiría manteniendo el servicio de los seguros. Sin embargo, el 9% indicó que dejaría de utilizar el servicio en caso de un incremento en el costo.

Pregunta 15

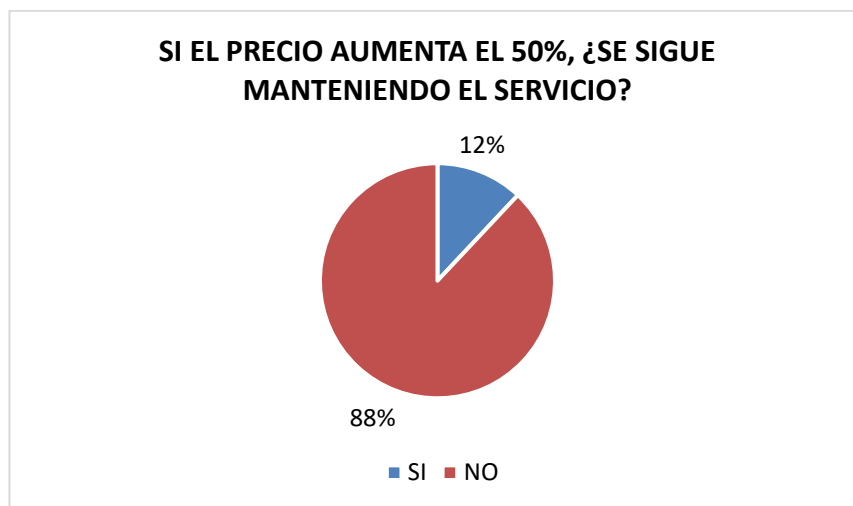


Figura 18: Incremento del precio al 50%

Análisis: en el caso de que se aumente el precio en un 50%, el 88% de la población señaló que ya no contrataría el servicio de la aseguradora. Por otro lado, el restante 12% aun optaría por mantener dicho servicio a pesar del incremento en el costo.

Pregunta 16

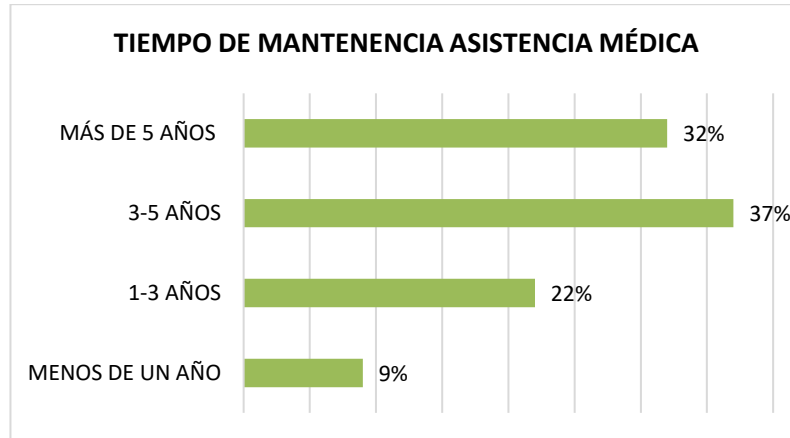


Figura 19: Tiempo de mantenimiento de asistencia médica

Análisis: en cuanto a la duración de la asistencia médica, el 37% de las personas han mantenido cobertura por un periodo de 3 a 5 años. Le sigue un 32% que han permanecido con su seguro por más de 5 años. Un 22% de la población ha tenido su seguro entre 1 y 3 años, y, por último, el 9% lleva menos de un año de cobertura.

Pregunta 17

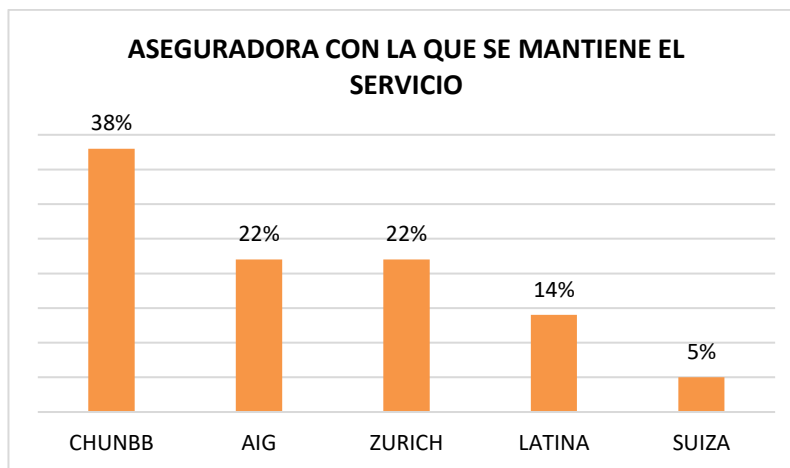


Figura 20: Aseguradora con la que se mantiene el servicio

Análisis: la aseguradora con mayor porcentaje de clientes es CHUBB, con un 38%. Le sigue AIG y ZURICH, cada una cuenta con un 22%. Latina tiene una cuota del 14%, y SUIZA cuenta con el 5% restante.

Pregunta 18



Figura 21: Contratos en la crisis sanitaria

Análisis: durante la crisis sanitaria el 43% de la población decidió contratar seguros, buscando protegerse frente a posibles eventualidades. Sin embargo, el 57% restante prefirió no adquirir estos servicios, posiblemente debido a factores como la incertidumbre económica, la falta de información sobre los beneficios de los seguros o la percepción de que no eran necesarios en ese momento.

Figura 19



Figura 22: Aumento del precio del servicio de seguro

Análisis: en cuanto al seguro de accidentes personales, el 93% de la población estaría dispuesta a pagar un incremento en el costo del servicio. Sin embargo, el 7% no está de acuerdo en asumir el aumento del precio, esta disposición mayoritaria a aceptar un incremento refleja la valoración que la mayoría de las personas otorgan a la protección adicional que ofrecen estos seguros.

Pregunta 20

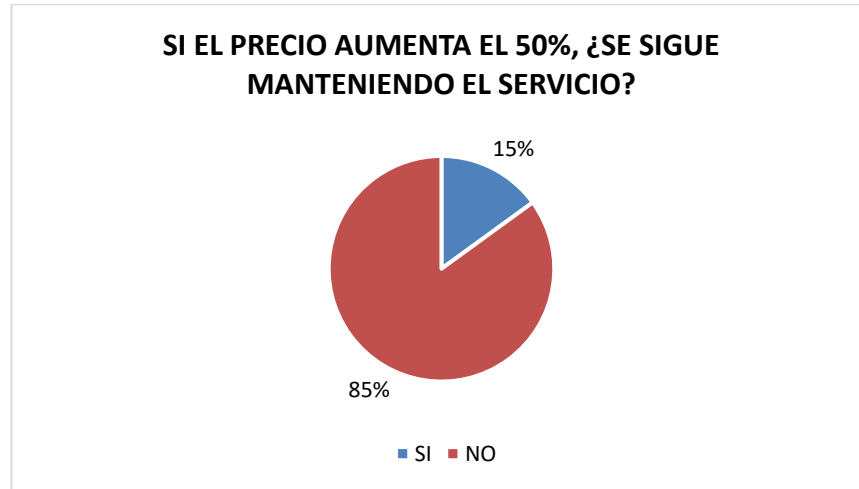


Figura 23: Incremento del seguro en un 50%

Análisis: las personas encuestadas mostraron diversas opiniones sobre un posible incremento en el precio de los seguros. El 15% está de acuerdo con el aumento y dispuesto a pagarlo, mientras que el 85% no está de acuerdo con el incremento y buscaría otras empresas que mantengan sus precios estables. La diferencia destaca la sensibilidad de la mayoría de los consumidores ante cambios en el costo de los servicios de seguros y su disposición a cambiar de proveedor para evitar pagar más.

Pregunta 21

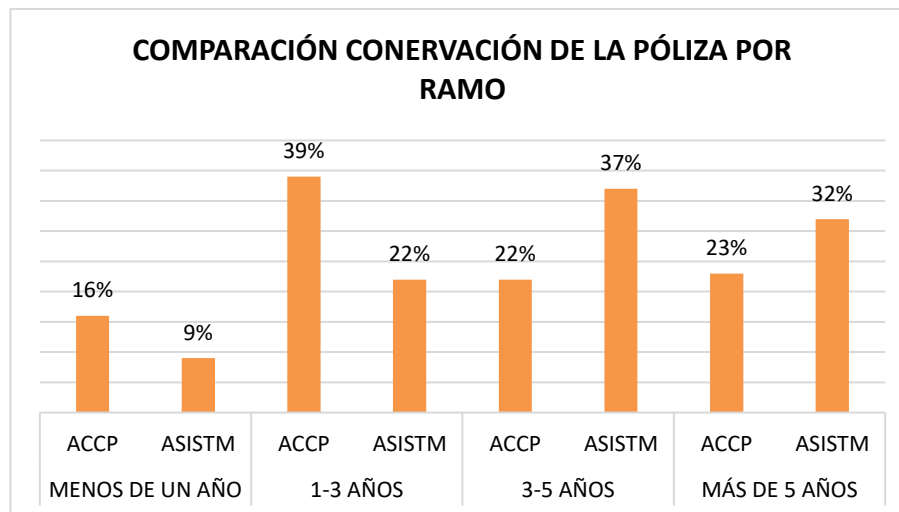


Figura 24: Pólizas por ramo

Análisis: los encuestados han presentado diversas duraciones en la tenencia de la póliza ACCP. Un 39% ha mantenido su póliza entre 1 y 3 años, seguido por un 23% que ha tenido el seguro por más de 5 años. Un 22% ha mantenido el seguro durante 3 a 5 años, y el 16% ha tenido la póliza por menos de un año. En cuanto al seguro ASISTM, el mayor porcentaje, es de un 37%, ha

mantenido su cobertura entre 3 y 5 años. Le siguen un 32% que ha tenido el seguro por más de 5 años, un 22% con una duración de 1 a 3 años, y finalmente un 9% que ha mantenido la póliza por menos de un año.

DISCUSIÓN: Desde la pandemia del COVID-19 vemos cómo influye la compra de seguros, contamos con un 57% de la población encuestada que han adquirido una póliza esto se debe porque según (23) manifiesta que un seguro es muy importante porque cuenta con hospitalizaciones, cuidados intensivos, telemedicina esto tiene un beneficio porque puede ser atendido en el lugar que se encuentre, por otro lado (24) manifiesta que existen desventajas al momento de contratar un seguro, primero porque las primas son de acuerdo a la economía, segundo que las coberturas adicionales no podrían conseguirse de manera unilateral en un mercado local, por lo cual vemos reflejado un 43% que no cuenta con ninguna póliza. Cabe recalcar que un 56% de la población encuestada son hombres y un 46% representa a las mujeres.

Uno de los hallazgos más relevantes al contratar seguros médicos, es el tiempo de duración existe el 32% de la población dura más de 5 años porque según (25) manifiesta que es mejor tener un contrato de más de 5 años para no estar renovando cada 12 meses es decir cada año. Por otro lado, según (26) manifiesta que es bueno tener un contrato de 1 a 5 años porque después de ese tiempo puedes verificar si quieres seguir teniendo ese seguro y así no pondrá en riesgo su economía ni su salud.

Por la flexibilidad que ha demostrado las aseguradoras adaptando políticas y procedimientos fue clave para mantener satisfecho al cliente, porque son herramientas que nos protegen de posibles imprevistos, el valor del pago del seguro genera tranquilidad de contar con un respaldo, no lo ven como un gasto si no como una inversión (27). Ahora bien, el contratar un seguro no nos aporta tranquilidad, porque estamos con miedo y frustración por no tener una estabilidad financiera para poder pagar el valor del seguro y eso afecta nuestra salud (28).

Hoy en día la digitalización es un tema muy tratado en la sociedad, es el proceso por el cual procesos analógicos y objetos físicos se convierten al formato digital, como lo menciona en su blog, la transformación digital en las compañías de seguros influye en todas las etapas y a la vez ayuda a generar nuevos productos, para mejorar la calidad de la experiencia del cliente externo que son los asegurados y los internos que son agentes y brokers. Por otro lado, (29) nos dice que la transformación digital está provocando la creación de productos a medida en el sector de los seguros. Por la demanda de clientes involucrados en la tecnología gracias a la inteligencia artificial, pretende crear nuevos servicios y productos que estén en línea y que todos puedan conocer sin tener la necesidad de acercarse a las aseguradoras.

CONCLUSIONES

Durante la crisis sanitaria de COVID-19, la demanda de seguros médicos y accidentes personales experimentó un aumento significativo en Ecuador. Un 43% de la población optó por contratar seguros médicos y accidentes personales, mientras que el 57% decidió no hacerlo. Este cambio refleja una mayor percepción de riesgo y la necesidad de protección en tiempos de alta

incertidumbre sanitaria. La crisis también se evidenció una flexibilidad del sector asegurador frente a desafíos imprevistos, adaptándose a las necesidades de la población y ofreciendo una importante cobertura médica y financiera, llevando una mayor adquisición de seguros.

La mayoría de los asegurados mantienen sus pólizas durante periodos de largo plazo, por ello un 37% tiene seguros entre 3 y 5 años, siendo el más representativo del mercado la aseguradora CHUNBB liderando con un 38% de la participación, así mismo las asegurados AIG y ZURICH son otras de las aseguradoras con un alto porcentaje representado un 22%. La preferencia por estas aseguradoras indica la fuerte influencia de estas compañías y la alta competitividad entre consumidores, además la preferencia por estas aseguradoras está vinculada por la capacidad de ofrecer servicios variados, precios competitivos y una sólida reputación en el mercado.

La población muestra una notable sensibilidad a los aumentos en el costo de los seguros. En este caso si el precio incrementa en una 10%, la mayoría de los asegurados (91%) estarían dispuestos a mantener su cobertura, reflejando a absorber incrementos moderados al valor percibido de los seguros. Sin embargo, si existe un aumento del 50% más de 88% estaría dispuesto a cambiar de aseguradora por ello la alta sensibilidad al precio se ve como una competencia entre las aseguradoras ya que los consumidores buscan opciones más asequibles y competitivos.

El sector asegurador ha demostrado una notable capacidad para adaptarse y recuperarse frente a desafíos del mercado. Después de enfrentar una caída durante el periodo 2020, ha logrado levantarse con fuerza, gracias a las estrategias que mejoran día a día a la atención del cliente, ofreciendo productos únicos y personalizados, con el fin de atraer y retener clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Sabater Castro A. El desarrollo del sector asegurador y el crecimiento económico: un análisis empírico para 47 países. Scielo. 2017; 22(52).
2. Vera Vera CG. Índices de concentración de mercado de las ramas de actividad económica del Paraguay como instrumentos determinantes de estructura.. Población y Desarrollo. 2018; 25(48).
3. Gutierrez Villca AM. DETERMINANTES DE LA PRODUCTIVIDAD TOTAL DE FACTORES EN AMÉRICA DEL SUR. scielo. 2019; 19(2).
4. Medrano L. El papel de las agencias de seguros en la competencia entre compañías aseguradoras. [Online].; 2018 [cited 2024 Junio 8. Available from: <https://www.eltrimestreeconomico.com.mx/index.php/te/article/view/403/598>.
5. Berrones S, Díaz J. Las consecuencias económicas del Covid-19 en la economía ecuatoriana. Dialnet. 2021; 31(3).
6. Ochoa Carrasco. Repositorio Institucional del Organismo de la Comunidad Andina, CAN. [Online].; 2021 [cited 2024 Junio 8. Available from: <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8280>.
7. PRÁCTICA EN REFERENCIA A ALEMANIA Y CHILE.. [Online].; 2020 [cited 2024 Junio 8. Available from: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/407891/retrieve>.
8. Benavides J. ¿Qué tipos de Seguros existen en Ecuador? [Online].; 2019 [cited 2024 Junio 8. Available from: <https://segurosdelpichincha.com/blogs/tipos-de-seguro-en-ecuador>.

9. Villalobos Monroy G. Capital Humano México: Universidad Autónoma Del Estado de México; 2009.
10. Hernández Solís M, Lozano Colomer C, Vilar Zanón L. La prima de riesgo recargada en un seguro de rentas: tarificación mediante el uso de una medida de riesgo coherente. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*. 2013 Junio; 15(151-167).
11. Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros. Portal de información/seguros. [Online].; 2023 [cited 2024 Junio 9. Available from: <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInformacion/seguros.html>.
12. LEY GENERAL SEGUROS. Ley general de seguros. [Online].; 2014 [cited 2024 Junio 9. Available from: <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/LEY-GENERAL-SEGUROS.pdf>.
13. Coronel Perez V, Bunay Cantos J. Gestión de los seguros ante desastres naturales en el Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*. 2018; 10(4).
14. Rojas Yanguas , Rodrigo Guzmán D. Teoría del Caos Aplicada a Series. *Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*. 2023; 25(25).
15. Márquez Romero. “Nivel de concentración de mercado en las empresas de seguros del Ecuador”. [Online].; 2022 [cited 2024 Junio 9. Available from: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/36186>.
16. Bank Watch Ratings S.A. Empresa de Seguros Ecuatoriano Suiza S.A. [Online].; 2022 [cited 2024 Junio 9. Available from: <https://bankwatchratings.com/componente-bwr/descarga.php?ind=2856&name=&id=0:&Itemid=>.
17. FasterCapital. Competencia En El Mercado De Seguros Médicos Y Precios De Primas. [Online].; 2024 [cited 2024 Junio 9. Available from: <https://fastercapital.com/es/tema/competencia-en-el-mercado-de-seguros-m%C3%A9dicos-y-precios-de-primas.html>.
18. El Universo. Seguros La Unión se lleva polémico contrato de seguros de Petroecuador por \$ 99,1 millones. 2023 Agosto.
19. Reyes Sanchez C. Returns to investment in education. An application using government records data. *Revista de El Colegio de San Luis*. 2007; 10(21).
20. MAPFRE. El Mercado de Seguros. [Online].; 2019 [cited 2024 Junio 9. Available from: <https://segurosypensionesparatodos.fundacionmapfre.org/seguros/definicion-seguro-asegurar/funcionamiento-mercado-seguros-asegurar/>.
21. Nicholson W. Teoría Microeconomía Principios Basicos y Ampliaciones. Novena edición ed. Martínez JR, editor. México: Editorial Latinoamérica; 2008.
22. Lima LVdA, Orleans Silva , Machado R. Relación entre el impuesto sobre el valor agregado y el crecimiento de las empresas. *Contaduría y administración*. 2020; 65(3).
23. BMI. SEGUROS DE SALUD: ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ADQUIRIRLO? [Online].; 2021 [cited 2024 Junio 10. Available from: <https://www.bmicos.com/blog/seguros-de-salud-por-que-es-importante-adquirirlo/>.
24. Mc Lennan. Ventajas y desventajas de los programas mundiales de seguros. [Online].; 2018 [cited 2024 Junio 10. Available from: <https://www.marsh.com/mx/services/multinational-client-service/insights/advantages-and-disadvantages-of-global-insurance-programs.html>.
25. Healthcare C. Cómo funcionan los seguros de salud. [Online].; 2023 [cited 2024 Junio 10.

- Available from: <https://www.cigna.com/es-us/knowledge-center/how-health-insurance-works>.
26. Asertec. Recuerda estar siempre protegido con un seguro de salud. [Online].; 2023 [cited 2024 Junio 11. Available from: <https://www.asertec.com.ec/blog/por-ti-familia/4cosas-seguro-de-salud/>.
 27. Comfama. ¿Por qué es importante adquirir un seguro? [Online].; 2024 [cited 2024 Junio 11. Available from: <https://www.comfama.com/finanzas/seguros/por-que-es-importante-tener-un-seguro/#:~:text=Contar%20con%20un%20seguro%20nos,o%20desamparados%20en%20momentos%20dif%C3%ADciles>.
 28. MAPFRE. El seguro como protector de bienes y su importancia en la economía. [Online].; 2022 [cited 2024 Junio 11. Available from: <https://www.mapfre.com/actualidad/seguros/el-seguro-como-protector-de-bienes/>.
 29. Axis Corporate. [Online].; 2023 [cited 2024 Junio 11. Available from: <https://axiscorporate.com/article/transformacion-digital-sector-seguros/>.