



POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-50-30-No.502-2019

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL

TEMA:

IMPACTO DE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN LA VENTA DE NUEVAS PÓLIZAS Y RENOVACIONES EN LOS RAMOS DE VIDA, ASISTENCIA MÉDICA Y VEHÍCULOS, EN LA EMPRESA SERVISEGUROS S.A. PERIODO 2019-2021

AUTOR:

KATHERINE LOURDES IZURIETA VALLEJO

DIRECTOR:

LUZ MARITZA PEÑA MONTENEGRO

QUITO - ECUADOR
2023

Autora:



Katherine Lourdes Izurieta Vallejo
Ingeniera en Gerencia y Liderazgo
Candidato a Magíster en Administración de Empresas por la
Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito
kizurieta@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



Luz Maritza Peña Montenegro
Magíster en Dirección Internacional de Empresas
Ingeniera de Empresas
lpenam@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2022 © Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO– ECUADOR – SUDAMÉRICA

Katherine Lourdes Izurieta Vallejo

IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LA VENTA DE NUEVAS PÓLIZAS Y RENOVACIONES EN LOS RAMOS DE VIDA, ASISTENCIA MÉDICA Y VEHÍCULOS, EN LA EMPRESA SERVISEGUROS S.A. PERIODO 2019-2021 DE LA CIUDAD DE QUITO

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	7
Abstract.....	8
1. Introducción.....	9
2. Marco teórico.....	11
2.1. Mercado de seguros	11
2.2. Tipos de seguros	12
2.3. Factores de riesgo para suscribir nuevas pólizas y renovación de contratos de seguros.....	13
2.4. Riesgo de crédito en el mercado asegurador.....	14
2.5. Mercado de seguros en Latinoamérica	14
2.5.1. Mercado de seguros de Latinoamérica en 2019	14
2.5.2. Seguros de Latinoamérica en 2020.....	17
2.5.3. Seguros de Latinoamérica en 2021.....	20
2.6. Mercado de seguros en Ecuador	22
2.6.1. Mercado de seguros ecuatoriano	22
2.7. Siniestralidad en Ecuador	24
2.8. Estrategias para la contratación o renovación de seguros.....	25
3. Materiales y metodología	28
3.1. Tipo de investigación.....	28
3.2. Población y muestra.....	28
3.3. Métodos a emplear.....	28

3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de información	29
3.5.	Proceso de información	30
4.	Resultados y discusión	31
4.1.	Análisis financiero	31
4.1.1.	Índices de liquidez	33
4.1.2.	Índices de eficiencia o actividad.....	35
4.1.3.	Índices de endeudamiento	36
4.1.4.	Índices de rentabilidad.....	40
4.2.	Análisis de las primas y siniestralidad incurrida por Serviseguros S.A.	43
4.2.1.	Renovación y venta de nuevas primas en los ramos vida, vehículos y asistencia médica	44
4.2.2.	Análisis de la siniestralidad incurrida.....	50
4.3.	Estrategias para la venta y renovación de pólizas de la aseguradora Serviseguros S.A.	51
5.	Conclusiones.....	56
6.	Recomendaciones	58
	Referencias	59
	Anexos.....	64
	Anexo 1. Entrevista dirigida al gerente	64
	Anexo 2. Resultados de la entrevista.....	66

Índice de figuras

Figura 1 Evolución de las primas de seguro de vida y no vida	15
Figura 2 Tasa de crecimiento de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2019	16
Figura 3 Tasa de participación de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2020	17
Figura 4 Tasa de crecimiento de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2020	18
Figura 5 Tasa de participación de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2020	19
Figura 6 Tasa de crecimiento de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2021	20
Figura 7 Tasa de participación de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2021	21
Figura 8 Tasa de participación de primas de seguros en Ecuador 2019.....	22
Figura 9 Tasa de participación de primas de seguros en Ecuador 2020.....	23
Figura 10 Tasa de participación de primas de seguros en Ecuador 2021.....	24
Figura 11 Siniestralidad en el mercado de seguros en Ecuador 2014-2021	25
Figura 12 Análisis horizontal de las principales cuentas del balance general.....	32
Figura 13 Razón Corriente de la aseguradora 2019-2021	33
Figura 14 Capital de trabajo de la aseguradora 2019-2021	34
Figura 15 Indicadores periodo medio de cobranza de la aseguradora 2019-2021	35
Figura 18 Análisis de la venta y renovación de primas 2019-2021	44
Figura 19 <i>Análisis de la venta y renovación de primas en el 2020 en el ramo asistencia médica</i>	46

Figura 20 Análisis de la venta y renovación de primas en el 2020 en el ramo vehículos	47
Figura 21 Análisis de la venta y renovación de primas en el 2020 en el ramo vida	49
Figura 22 Análisis de la siniestralidad incurrida en los ramos 2019-2021.....	50
Figura 23 Análisis de la cantidad de siniestros incurrida en los ramos 2019-2021	51
Figura 24 Objetivos y estrategias para clientes potenciales de Serviseguros S.A.....	53
Figura 25 Objetivo de estrategias de clientes actuales de Serviseguros S.A.....	54

Índice de tablas

Tabla 1 Análisis FODA de Serviseguros S.A.	52
Tabla 2 Desarrollo de las estrategias para la implementación en Serviseguros S.A.	55

RESUMEN

La crisis financiera ocasionada por la pandemia del COVID-19 causó una inestabilidad económica mundial, afectando a todos los sectores económicos, la industria de seguros no es la excepción. Bajo esta perspectiva, la presente investigación tiene el objetivo de analizar el impacto de la pandemia de COVID – 19 en la venta de pólizas nuevas y renovaciones en los ramos de vida, asistencia médica y vehículos en Serviseguros S.A. en la ciudad de Quito en los años 2019,2020 y 2021. Para ello se realiza un análisis financiero y de los datos históricos del bróker.

Los resultados muestran que durante el 2020 Serviseguros S.A. tienen mayor impacto en la rentabilidad disminuyendo entre el 13% y 16% el margen de utilidad, la rentabilidad de los activos y el retorno sobre la inversión con respecto al 2019. El ramo que mayor afectación tuvo fue el de vida por la disminución en la renovación durante el 2020, pero se incurrió en mayor medida en siniestralidad presentada.

Palabras clave: seguro de vida, COVID-19, rentabilidad, liquidez, estrategia.

ABSTRACT

The financial crisis caused by the COVID-19 pandemic caused a global economic crisis, affecting all economic sectors; the insurance industry is no exception. From this perspective, the present investigation aims to analyze the impact of the COVID-19 pandemic on the sale of new policies and renewals in the life, medical assistance and vehicle branches at Serviseguros S.A. in the city of Quito in the years 2019, 2020 and 2021. For this, a financial analysis and historical data of the broker are carried out.

The results show that during 2020 Serviseguros S.A. have the greatest impact on profitability, decreasing between 13% and 16% the profit margin, the profitability of assets and the return on investment compared to 2019. The branch that had the greatest impact was life due to the decrease in renewal during 2020, but it incurred to a greater extent in claims presented.

Keywords: life insurance, COVID-19, profitability, liquidity, strategy.

1. INTRODUCCIÓN

La crisis financiera causada por la pandemia de COVID-19 ocasionó una inestabilidad económica mundial, afectando a todos los sectores económicos, la industria de seguros. Es así que las aseguradoras a nivel mundial según estudios tuvieron un crecimiento del 3,0% en el 2019, mientras que en el 2020 disminuyó en un 1,3%, según expertos los seguros de vida se vieron afectados en mayor medida en comparación que las otras ramas, tal es el caso del segmento de salud que creció de forma significativa a nivel mundial (MAPFRE Economics, 2020).

En relación a Latinoamérica, el área aseguradora antes de la pandemia en el 2019 incremento en apenas un 0,1%, pero en el 2020 a raíz de la pandemia disminuyó en un 7%, esto debido a la contracción de la oferta y demanda por las medidas implementadas en cuanto al confinamiento y distanciamiento social (MAPFRE Economics, 2020).

En el Ecuador el mercado de seguros representa alrededor del 2% del Producto Interno Bruto (PIB), en comparación con otros países latinos es mínima la aportación (Lucero, 2020). La baja demanda de seguros se adjudica a la cultura de la sociedad que no tiene la costumbre de usar este tipo de servicios, debido a que lo consideran innecesario (Coronel y Buñay, 2018).

De acuerdo con datos de la Federación Ecuatoriana de Empresas de Seguros (FEDESEG, 2021), la prima neta emitida a partir de la declaratoria de pandemia en el país en marzo del 2020, disminuyeron en un 7% con respecto al 2019; en cambio en el 2021 se evidencia una recuperación importante que evidencia un incremento del 10% en los seguros de personas y en un 12,6% en los otros ramos.

En virtud de lo expuesto se evidencia que el mercado de seguros enfrentó tres hitos importantes, en el 2019 como un escenario pre pandemia que evidencia la baja demanda en el caso de Ecuador, en el 2020 que implica una situación durante la crisis sanitaria, en

el que se evidencia la afectación no solo en la venta, también en la renovación de pólizas. Por último, en el 2021 un contexto post pandemia que evidencia una leve recuperación del mercado. Aunando a este entorno, se evidencia la disminución de la venta y renovación de pólizas de vida y un incremento en otros ramos de seguro.

A raíz de lo expuesto surge la presente investigación, que se enfoca en analizar el impacto de los tres escenarios que afrontó el mercado asegurador desde el caso de estudio de la empresa Serviseguros S.A, para ello se toma como referencia tres ramos: vida, asistencia médica y vehículos.

El objetivo es analizar el impacto de la pandemia por COVID-19 en la venta de pólizas nuevas y renovaciones en los ramos de vida, asistencia médica y vehículos en Serviseguros S.A. ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador. Para ello se prevé una investigación con un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo. El primero con una entrevista realizada al gerente y la segunda por un análisis de las cifras del bróker en los años 2019,2020 y 2021.

Para cumplir con el objetivo propuesto el documento se dividió en tres secciones, la primera que aborda la introducción con el contexto de la problemática, la segunda corresponde a los fundamentos teóricos y cifras del sector. En la tercera sección se presentan los principales resultados del análisis del bróker y las estrategias propuestas para incrementar la venta y renovación de nuevas pólizas, con base a ello se plantearon las principales conclusiones y recomendaciones.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Mercado de seguros

Las aseguradoras tienen las siguientes funciones: la primera es el tratamiento del factor riesgo en diferentes situaciones, en esta sección la institución tiene como meta la reducción de la incertidumbre, lo cual le permite establecerse de manera sólida. La segunda es el aspecto financiero, se relaciona con el ahorro y el financiamiento, mismos que deben estar en equilibrio para su correcto funcionamiento, además se corresponde con la aportación que el sector hace a la economía del país (Sabater, 2017).

A criterio de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2020), el seguro es un contrato a través del cual se acuerda el pago de una prima a cargo de una de las partes, a cambio del aseguramiento de un bien o servicio por parte de la institución; mismo que puede estar en riesgo en cualquier momento debido a situaciones inciertas o naturales, como por ejemplo la pandemia actual atravesado por el mundo.

En la opinión de Vázquez (2021) el seguro es un contrato que busca la protección de bienes o personas frente a situaciones inesperadas o de riesgos, por ello, las empresas aseguradoras son personas jurídicas que ejecutan contrato de seguro actuando como proveedoras de servicios de protección para los asegurados quienes se comprometen a pagar un monto de cobertura. Así, surge una relación mercantil que se sirve de la legislación y estatutos jurídicos que buscan el aseguramiento del asegurado.

A criterio de Ocampo (2019), el contrato de seguros es especial con la generación de obligaciones entre dos partes, donde una persona jurídica (aseguradora) admite riesgos que son autorizados y regulados por un marco normativo. La otra parte bajo la figura de asegurado tiene la obligación monetaria conforme las condiciones del contrato firmado, que en caso de ocurrir el riesgo tiene la obligación legítima de exigir el pago de indemnización a la aseguradora.

Por parte de León y León (2019) en todo seguro se debe delimitar el interés asegurable para establecer la cobertura que se espera obtener con los seguros. De esta forma, las empresas aseguradoras buscan proteger a las personas o sus bienes en eventos de fuerza mayor o sucesos fortuitos.

2.2. Tipos de seguros

Según Véliz Proaño (2020) consideran que la clasificación de los seguros varía de acuerdo a la necesidad de la población de salvaguardar el patrimonio, bienes o artículos de valor; ya que se busca adquirir contratos de seguros para responder ante eventos inesperados. Es por ello, que la responsabilidad de la empresa radica cubrir los riesgos que se hayan pactado con anterioridad.

En cuanto a la clasificación de seguros, se determinan dos líneas principales: seguros de vida y no vida. Estos se subdividen en función de las principales actividades y la cobertura de seguros establecidos en el marco legal (MAPFRE, 2021).

Los seguros de vida que comprenden modalidades de cobertura en caso de muerte o condiciones de salud tras accidentes que lesiones la integridad del asegurado. En el caso de que ocurra el siniestro (fallecimiento) o lesiones, de acuerdo a las condiciones del contrato la empresa aseguradora indemnizará a los beneficiarios del asegurado (Carrión, 2021).

Por otra parte, los seguros de no vida se caracterizan porque no se puede conocer con anterioridad el monto de la indemnización porque el cálculo depende de la pérdida económica que se produzca al momento del siniestro y no se sabe con certeza cuando va a ocurrir (Sandí, 2021).

En la opinión de Ortiz et al. (2022) en el marco de los seguros también se involucran seguros relacionados al sector de la salud, la cobertura o asistencia médica, en este caso se cubren las intervenciones requeridas tras presentarse siniestros o las eventualidades

pactadas en los contratos. En todo caso, con el paso del tiempo se diversifica la oferta de este tipo de productos.

2.3. Factores de riesgo para suscribir nuevas pólizas y renovación de contratos de seguros

La confianza juega un papel fundamental en la intención de compra, de manera que la desconfianza es un riesgo para evitar la suscripción de pólizas, esta situación ocurre durante la fase de negociación entre las partes. Por ende, los clientes ponen especial atención en la organización y la responsabilidad que refleja la aseguradora, caso contrario se mantiene la idea de que la aseguradora podría incumplir con lo pactado (Pino et al., 2018).

A criterio de Pulido (2021) el incremento de la desconfianza en el mercado de los seguros se agudiza con la presencia de algunos casos donde el manejo de fondos las aseguradoras son ilícito, por ejemplo, en las pólizas de seguros de vida se presentan casos de estafas. Tales hechos al quedar expuestos ante la sociedad producen impresiones negativas tanto en los clientes actuales como en los posibles clientes.

En el contexto de pandemia, la presencia de crisis económicas se concibe como un factor que limita la adquisición de primas, es una situación que ocasionó pérdidas al sector asegurador (Terán, 2020). Se trata de un riesgo que se puede minimizar desde la organización internada de los seguros con acciones como el aprovisionamiento en situaciones contingentes, garantizar la estabilidad en el sector y mitigar el impacto para los consumidores (Bernardino, 2020). En todo caso de desataca la importancia de considerar la percepción de los clientes y con ello establecer metas organizacionales.

Desde la perspectiva de Hemrit, (2021) sostiene que otro de los riesgos para el sector de los seguros corresponde a problemas relacionados con la política económica, es decir aspectos que el manejo gubernamental generan efectos de inflación, incertidumbre y

dispersión de pronósticos económicos impiden la expansión de las actividades del mercado asegurador.

2.4. Riesgo de crédito en el mercado asegurador

Se define como la como el riesgo de pérdida o el resultado de los movimientos de los recursos financieros que forman parte de las actividades económicas de las aseguradoras.

Una de las formas de riesgo implica el incumplimiento de la contraparte en la parte de los contratos de seguros (Fundación MAPFRE, 2020).

En el mercado de los seguros, las empresas buscan los mecanismos para garantizar que quien adeuden cumpla con lo antes establecido, en caso (Financial, Stability y Reviek, 2012).

Desde la Superintendencia de Bancos y Seguros (2004) el riesgo se sustenta en un hecho probable que al momento de ocurrir se convierte en una acción que conlleva pérdidas afectado el valor económico. En la rama ama de los seguros, Fierro (2020) reconoce que el riesgo de crédito es actividad caracterizada por complicaciones monetarias, sin embargo, se compone de unidades una consecuencia que surge sólo en casos donde una de las partes de los seguros no cumple con las obligaciones establecidas.

2.5. Mercado de seguros en Latinoamérica

En el siguiente apartado se presentan cifras del mercado de seguros a nivel de Latinoamérica en los diferentes países y en ramos específicos, para ello se toma como referencia los informes presentados por MAPFRE Economics que realiza estudios de la industria aseguradora a nivel mundial a partir del 2015.

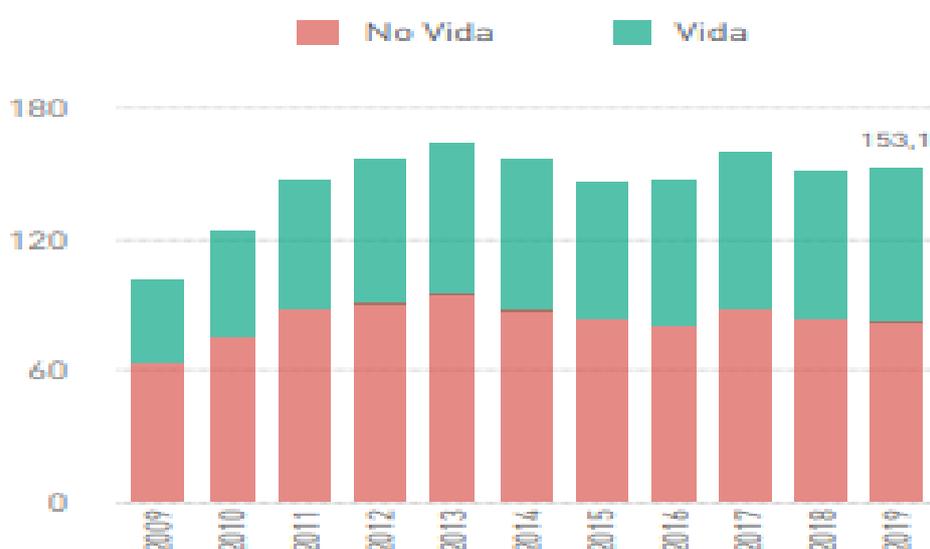
2.5.1. Mercado de seguros de Latinoamérica en 2019

En el 2019 de acuerdo con MAPFRE Economics (2019) el mercado asegurador en la región Latinoamericana no resulta significativo como otras regiones, es así que

contribuye apenas con un 2,4% de las primas de seguro a nivel mundial, lo anterior debido a las diferentes crisis económicas que enfrenta, como es la depreciación de monedas nacionales frente al dólar en algunas naciones, en otras el impacto de la estructura económica. A continuación, se muestra la evolución del mercado de seguros en Latinoamérica:

Figura 1

Evolución de las primas de seguro de vida y no vida



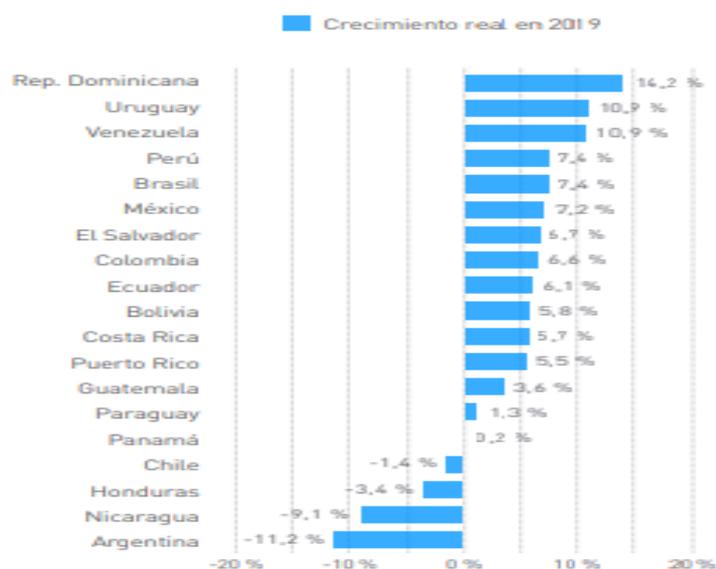
Elaborado por: MAPFRE Economics (2019)

En la figura 1 se muestra que las primas de seguro presentan diferentes fluctuaciones, presentando un alto valor entre 2012 y 2013, pero en los siguientes años no se evidencia un crecimiento significativo. En cuanto al tipo de seguros, se identifica que, en el 2019, el 54% corresponde a seguros no vida y el 46% a los de vida (MAPFRE Economics, 2019). Lo que demuestra que en los últimos tiempos otros tipos de seguro son parte de la preferencia de los latinoamericanos.

Al analizar a nivel de país, se muestran que en el 2019 el crecimiento del mercado de seguros no es homogéneo en la región. A continuación, se muestra el porcentaje de crecimiento real:

Figura 2

Tasa de crecimiento de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2019

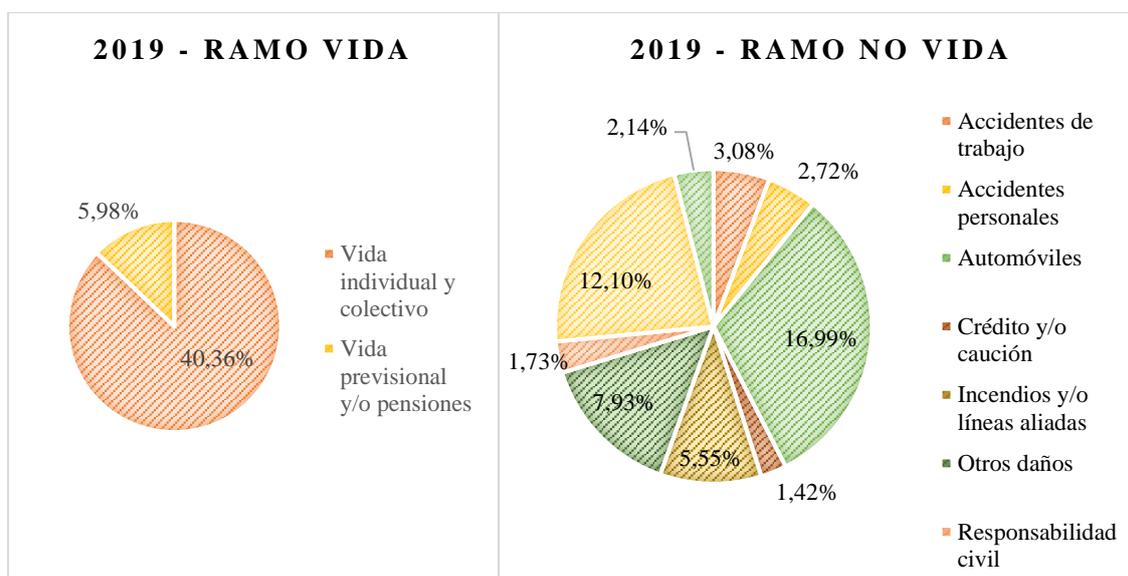


Elaborado por: MAPFRE Economics (2019)

En la figura 2 se evidencia que el crecimiento a nivel de primas de seguro en general es positivo y en mayor medida en República Dominicana, Uruguay y Venezuela, pero existe un decrecimiento en Chile, Honduras, Nicaragua y Argentina. En el caso de Ecuador se encuentra dentro del promedio un crecimiento del 6,1% con respecto al 2018.

Figura 3

Tasa de participación de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2020



Elaborado por: MAPFRE Economics (2020)

Los resultados de la participación de las primas de seguro en 2019 establecen que el 40,36% de las pólizas corresponden a los seguros individual y colectivo, En segundo lugar, se ubican los aspectos de los contratos referentes a la vida previsional y pensiones. En tercer, se ubicaron los seguros que realizan prestación de asistencia en accidente.

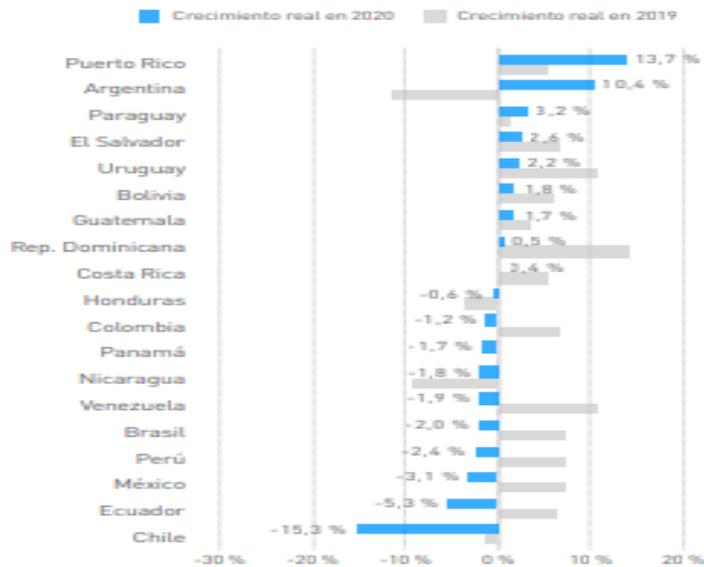
2.5.2. Seguros de Latinoamérica en 2020

Durante el año 2020 el mundo tenía una preocupación generalizada por la cantidad de contagios y muertes a razón de un nuevo coronavirus descubierto en China al que se denominó COVID-19. El mercado asegurador de Latinoamérica enfrentó incertidumbre por las consecuencias que tendría para el sector las medidas adoptadas para disminuir la expansión del virus.

En efecto las primas de seguro disminuyeron en un 11,9% con respecto al 2019, esto debido a la crisis económica por el cierre de empresas y despidos de miles de empleados, que generó que los agentes económicos prefieren incrementar la inversión en ahorros para tener mayor liquidez, que en otro tipo de inversión como los seguros.

Figura 4

Tasa de crecimiento de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2020

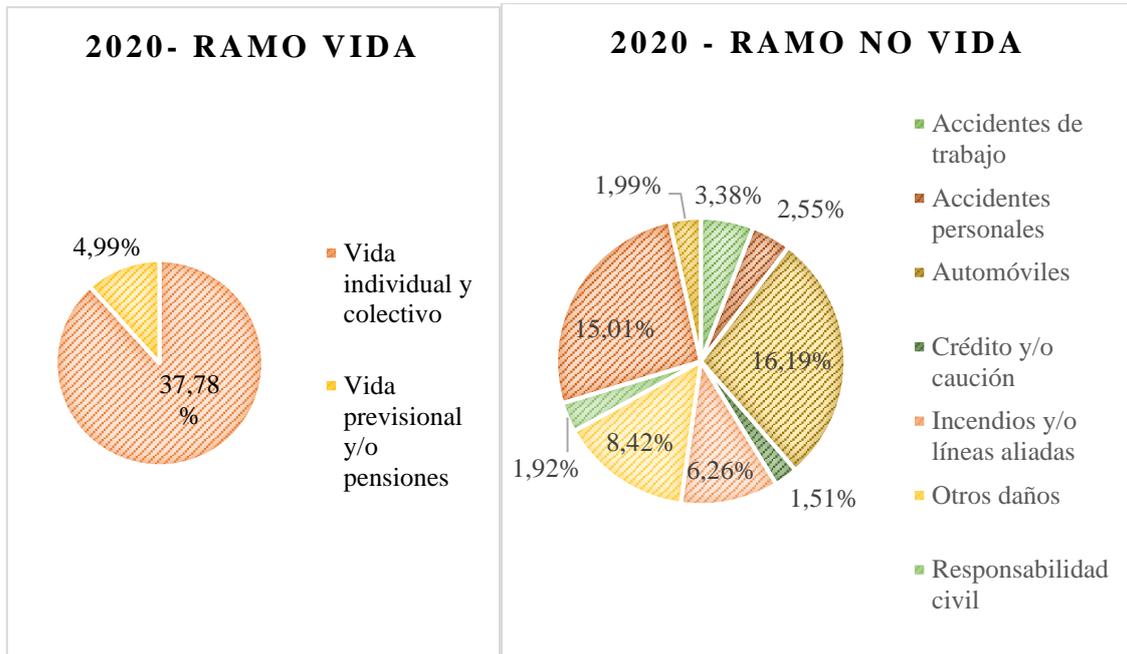


Elaborado por: MAPFRE Economics (2020)

En la figura 4 se evidencia que la tasa de crecimiento de las primas de seguro en los países de Latinoamérica en el 2020 muestra diferencias significativas con relación al 2019. Así, en el caso de Puerto Rico muestra un incremento en primas en el 2020 del 13,7%, de igual manera en el caso de Argentina, que en el 2019 evidenció un receso de primas, en el 2020 muestra un incremento del 10,4%. Por el contrario, en Venezuela, Brasil, Perú, México y Ecuador que incrementaron la tasa de pólizas de seguro en el 2019, en el 2020 la tasa resulta ser negativa. Con ello es evidente, que existe una disminución de primas en gran parte de la región.

Figura 5

Tasa de participación de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2020



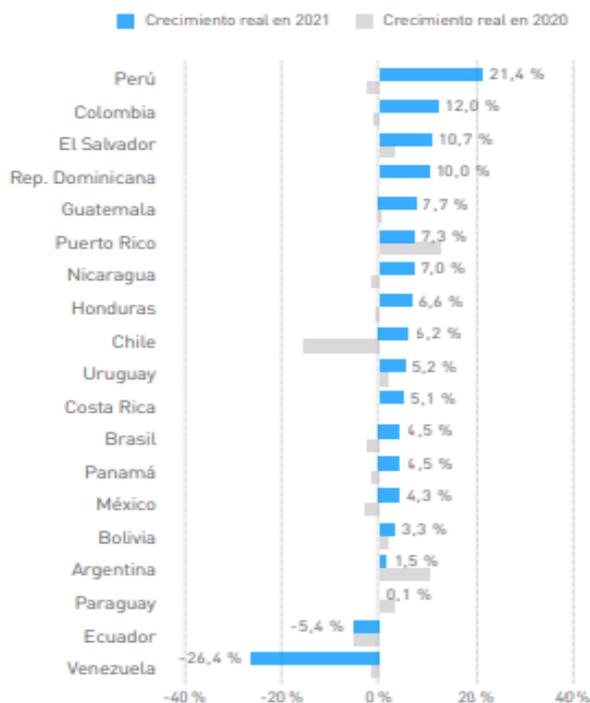
Elaborado por: MAPFRE Economics (2020)

Los datos expuestos en la figura anterior, de forma general se observan cambios en las variables por ejemplo en la valoración del 37,78 % en el caso de las pólizas individuales y colectivas. Desde luego, la presencia de este tipo de productos en función de las necesidades de los clientes.

2.5.3. Seguros de Latinoamérica en 2021

Figura 6

Tasa de crecimiento de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2021



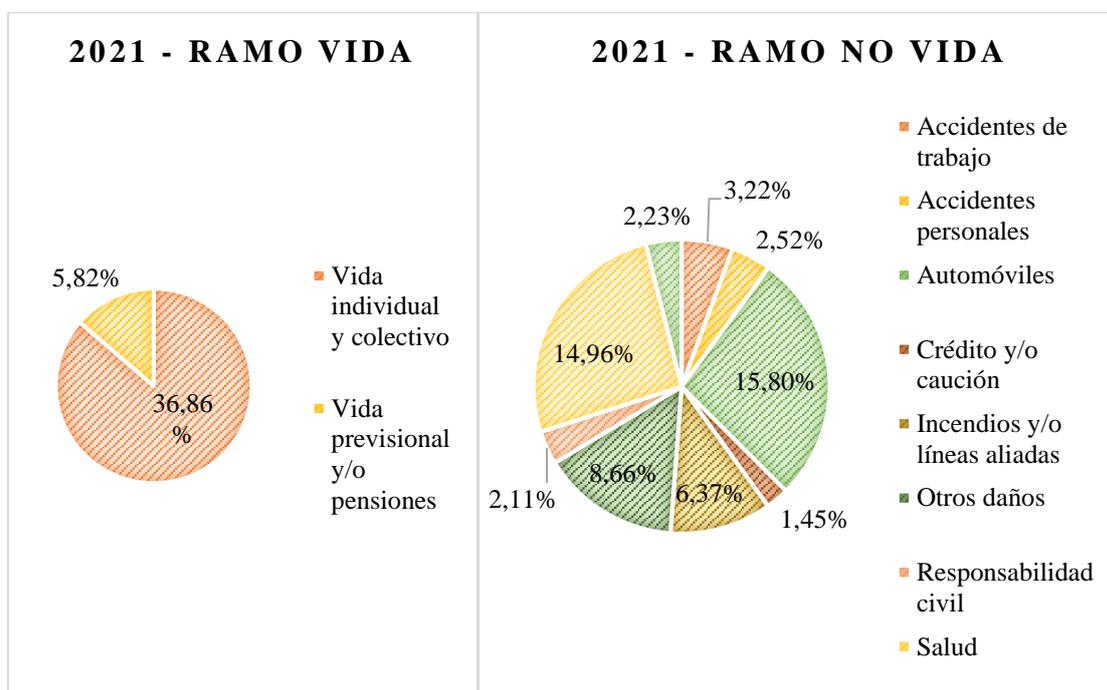
Elaborado por: MAPFRE Economics (2022)

En lo que respecta a la tasa de crecimiento de las primas de seguro en 2021, en el ranking latinoamericano países como Perú, Colombia y El Salvador ocupan los tres primeros puestos con el porcentaje de crecimiento con el 21,4%, 12% y 10,7% respectivamente. El resto de países de la región se mantienen con un crecimiento entre el 7 al 4%, de esta manera, la prima de seguros es positiva para la mayoría de naciones.

No obstante, en Venezuela presentó un decrecimiento del -26,4% y Ecuador enfrentó una disminución de primas de -5,4%. En este caso, la población no dispuso de recursos para cubrir obligaciones con las aseguradoras ante situaciones de riesgos.

Figura 7

Tasa de participación de primas de seguros en países de Latinoamérica en el 2021



Elaborado por: MAPFRE Economics (2022)

La información detallada en la figura anterior refleja que en 2021 los resultados de la participación de Latinoamérica en el ramo de vida: en primer lugar, se ubican las pólizas de seguros de vida con el 36,86% corresponde a la vida previsional y/pensiones y el 5,82% refiere a la vida individual y colectivo.

En cambio, en el grupo de seguros de no vida, con el mayor porcentaje se ubican los seguros de automóviles (15,80%), luego de ubican las pólizas sobre salud (14,96%) y el tercer lugar corresponde a otros daños (8,66%); los datos expuestos reflejan un descenso en comparación con el 2020. Desde luego, la cuota de los seguros en accidentes de trabajo, accidentes personales, transporte tiene una menor participación.

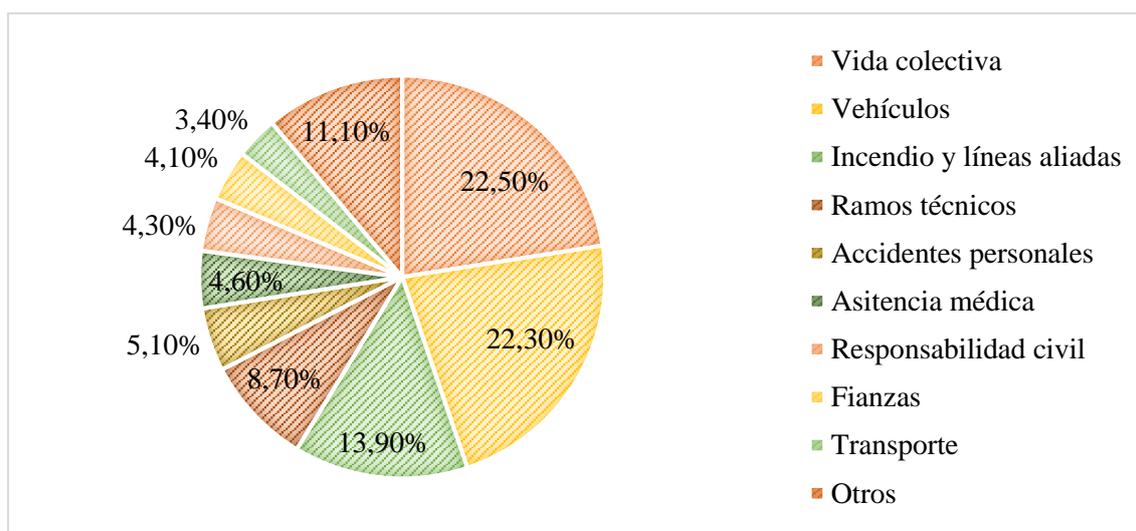
2.6. Mercado de seguros en Ecuador

En la presente sección se detalla el mercado de seguros en Ecuador, así, las compañías de seguros tienen un rol fundamental en la economía local, se encuentran bajo la regulación de la Superintendencia de Compañías, Valores, Bancos y Seguros. En 2018 alcanzaron \$1,689 millones de dólares, una cifra que conlleva un incremento positivo de 3,6% con en comparación con el 2017. No obstante, las condiciones del mercado afectan al mercado de seguros porque la población desconoce de los beneficios y no valora la idoneidad de adquirir un seguro en los diferentes contextos (Eras y Redrobán, 2020).

2.6.1. Mercado de seguros ecuatoriano

Figura 8

Tasa de participación de primas de seguros en Ecuador 2019



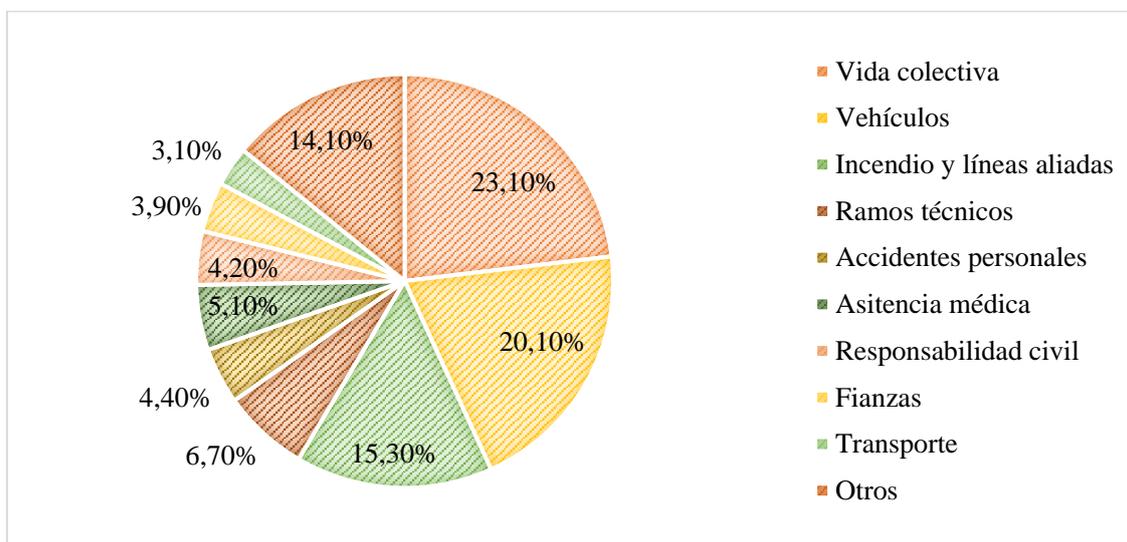
Elaborado por: FEDESEG (2023)

El mercado de seguros ecuatoriano en 2019, las primas en su mayoría corresponden a la vida colectiva con el 22,50%, en segundo lugar, se ubican los vehículos (22,30%) y en tercer lugar se ubican las primas de seguro en caso de incendio incendios y las líneas aliadas (13,90%), adicional, la asistencia médica tiene una participación del 4,60%. Los

datos expuestos reflejan que las aseguradoras en el territorio ecuatoriano se caracterizan por mantener primas de vida colectiva que aplica en la muerte por cualquier causa.

Figura 9

Tasa de participación de primas de seguros en Ecuador 2020



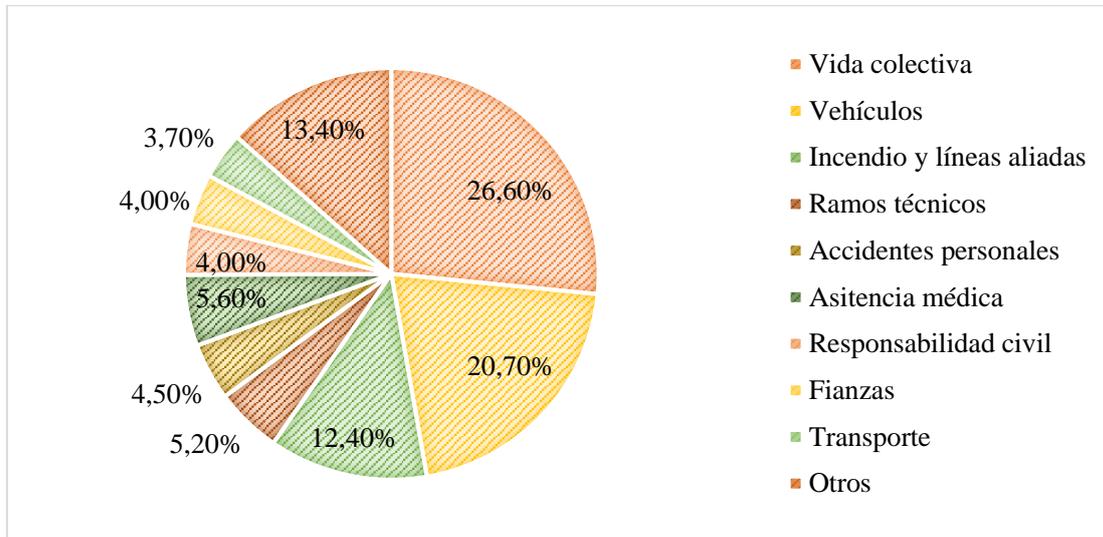
Elaborado por: FEDESEG (2023)

En el 2020, las primas de seguros en su mayoría se ubican a los seguros de vida colectiva (23,10%), vehículos (20,10%), incendios (15,30%), asistencia médica (5,10%). En este caso, se observa un decrecimiento en el seguro de vehículos en comparación con el periodo anterior, una de las condiciones relacionadas con este hecho es la restricción vehicular que se vivió en la mayoría de las urbes, además que los ingresos económicos se distribuyeron para cubrir otros gastos impidiendo la renovación de pólizas.

Por otra parte, las primas en salud se incrementaron una condición que se derivaría al interés de la población a mantener cobertura de los seguros ante posibles afectaciones que requieran atención médica.

Figura 10

Tasa de participación de primas de seguros en Ecuador 2021



Elaborado por: FEDESEG (2023)

En el año 2021, el mercado se caracterizó por la participación mayoritaria de vida colectiva (26,60%), vehículos (20,70%), incendios (12,40%). Luego, se ubican los ramos de asistencia médica (5,60%), accidentes personales (4,50%). En reflexión a estos porcentajes, se mantiene un crecimiento en la participación de las primas de seguros en cuanto la vida colectiva y la asistencia médica se incrementó en comparación con el periodo 2019-2020.

En el caso de los vehículos se determinó una disminución de las primas de vehículos e incendios y líneas aliadas, esta situación implica que en el mercado de seguros ecuatoriano existe una menor predisposición para adquirir productos relativos al segmento de seguros de no vida.

2.7. Siniestralidad en Ecuador

A continuación, se presenta el valor de siniestralidad que pagaron las empresas aseguradoras en el Ecuador en los años 2014-2021:

Figura 11

Siniestralidad en el mercado de seguros en Ecuador 2014-2021



Elaborado por: FEDESEG (2023)

Con relación a las tasas de siniestralidad en el periodo 2014-2017 tuvo una tendencia decreciente desde \$1.703,00 logrando \$1.631,00 por concepto de pago sobre los siniestros ocurridos. En 2018, se incrementa el monto para la cobertura de siniestros con \$1.689,00 alcanzado un valor máximo de \$1.797,00 en 2019. Sin embargo, en los años siguientes en 2020 obtuvo un valor de \$1.696,00, mientras que en 2021 el valor para cubrir de primas de responsabilidad alcanzó un valor de \$1,606,00.

Las cifras describen una variabilidad de la tasa de siniestralidad en el mercado de seguros de Ecuador, por tanto, las aseguradoras deben mantenerse atentas a este indicador para tomar decisiones oportunas.

2.8. Estrategias para la contratación o renovación de seguros

En la opinión de Vázquez y Vidal (2017) reconocen que la configuración de los servicios de las empresas de seguros debe procurar garantizar el cumplir con las obligaciones adquiridas con los beneficiarios, de esta forma las estrategias se centran en mejorar la percepción y la aceptación de éstos frente a las condiciones de los ramos que se ofertan.

En el marco de estrategias para mejorar al sector de las aseguradoras, se trata de un mercado con alta competitividad en cuanto a promociones y precios, por tanto las estrategias deben procurar una experiencia única para los clientes con acciones centradas en la movilización y digitalización de los servicios por medio de la anticipación de necesidades, simplificación de trámites y la interpretación de datos por medio del análisis de métricas para la toma de decisiones (ACF Technologies, 2022).

En el caso de las grandes corporaciones se centran en desarrollar estrategias comerciales basadas fortalecer la red de distribución por medio de intermediarios, con ello, se insta a la aplicación de estrategias comerciales diferenciadas para lograr una mayor cobertura en el mercado (Gómez, 2022).

En la opinión de Esteva (2021) las compañías aseguradoras deben implementar estrategias para enfrentar los desafíos de esta industria, en el caso de las empresas de seguros de los segmentos de vida y gastos médicos las estrategias implican la adaptación del producto y precio con las expectativas de los clientes.

En el caso ecuatoriano, Salas (2021) reconoce tras las complicaciones del mercado por COVID-19 las acciones de reactivación en primer lugar estaban dirigidas por el Estado que involucra el apoyo al sector empresarial para la reactivación económica, sin embargo, los resultados no lograron recuperar el nivel de ventas.

En este escenario, se considera importante que el mercado asegurador se adapte a las condiciones de mercado (Peña de Ricaurte, 2021), entre las principales acciones se destacan las siguientes actividades:

- La incorporación de políticas de seguros en la gestión de las empresas de seguros.
- Inversión fuerte para la protección de activos en maquinaria, equipos, mercadería.
- Prestar atención en las cuentas por cobrar
- Recurrir al seguro de créditos

- Implementar políticas de ventas agresivas
- Acceder a líneas de crédito
- Prestar atención a la liquidez de las empresas
- Atender a las necesidades de los clientes como parte de la fidelización.
- Fomentar una cultura sana de prevención.

La información descrita sobre la reactivación económica, el uso de estrategias conlleva ir más allá de vender pólizas, en este caso se debe procurar el principio básico de los seguros que se basan en reflejar el principio básico del seguro que se centra en demostrar que se trata de un negocio de buena fe (Peña de Ricaurte, 2021).

Por parte de León y León (2019) reconocen que en el mercado asegurador es importante establecer estrategias que incluyan asesoría comercial como parte de las acciones de mercadeo, establecer estrategias de promoción en función del nivel del lugar donde aplican e implementar estrategias internas con la elaboración de módulos de capacitación para el personal.

En la opinión de Dalal et al. (2022) la distribución de seguros conlleva a prestar atención en función del tipo de segmento y a la capacidad de la empresa, de ello se destacan acciones como la venta de seguros por medio de redes de corresponsables, establecer convenios con redes empresariales e incluso contar agentes de ventas por temporadas, sin embargo, las estrategias también deben pensarse en función de la liquidez de la organización.

3. MATERIALES Y METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, que según Hernández et al. (2014) implica medir o recolectar información sobre las características de un fenómeno de estudio determinado y describirlas, sin encontrar una relación entre las variables. En este sentido, en el estudio se obtuvo información financiera, de las ventas y renovación de pólizas, de la siniestralidad e información proporcionada por el gerente, por consiguiente, se detallaron los hallazgos más importantes.

Es importante que la investigación tiene un enfoque mixto, es decir cuantitativo y cualitativo, el primero debido a que se presentaran diferentes aspectos que describan la situación financiera, la venta y renovación de pólizas en la aseguradora Serviseguros S.A. en el periodo 2019-2021 que evidencien el impacto de la pandemia de COVID-19. En cambio, la parte cualitativa se aplicó para recabar información desde la voz del gerente para ello se aplica técnica como la entrevista estructurada. Adicional en la parte cualitativa se contempla la revisión de aportes teóricos y empíricos que contribuyeron a establecer los fundamentos conceptuales.

3.2. Población y muestra

El objeto de estudio de la presente investigación se constituye por la información de Serviseguros S.A. en los años 2019,2020 y 2021, en cuanto a las ventas, renovaciones de pólizas, siniestralidad pagada y estados financieros de la entidad, con enfoque en los ramos de seguro de vida, atención médica y vehicular.

3.3. Métodos a emplear

En el siguiente apartado se abordan los métodos que se utilizaron en la investigación para cumplir con los objetivos de estudio.

- **Análisis bibliográfico:** implica recolectar información acerca de los avances científicos, donde se busca enfocarse en un ámbito de estudio y detallarlo con más especificidad, para ello se debe recurrir a fuentes de información confiable y útil para aportar con los fundamentos teóricos al fenómeno de estudio (Gallegos et al., 2017). Se utilizó para establecer los fundamentos teóricos de la investigación y se plasmaron en el primer capítulo.
- **Método inductivo – deductivo:** involucra dos métodos contrapuestos pero complementarios, pero en los dos casos se aplica la razonabilidad, así la parte inductiva se aplica al analizar hechos particulares y generalizarlos, en cambio, el deductivo pasa de hechos generales a particulares. La combinación de los métodos permitió plantear las estrategias que se deberían implementar, en tanto que se realizó un análisis bibliográfico sobre las estrategias que se implementaron en el mercado asegurador y se aplicó a aseguradora de análisis.
- **Revisión documental:** trae consigo el análisis de documentos e informes que se realizaron con otra intención distinta a la investigación, pero que sirve de fundamento para dar respuestas a los objetivos de estudio (Betancur y Jaramillo, 2021).
- **Investigación de campo:** de acuerdo con Ortega (2017) este método permite obtener información de forma intencional para identificar la realidad del objeto o sujeto de estudio. En este caso se aplicó una entrevista para identificar las diferentes particularidades de Serviseguros S.A.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para la obtención de la información se recurre a las siguientes técnicas:

- **Entrevista estructurada:** se realizará una entrevista a dos empresas dedicadas a la exportación y asesoramiento para exportar café. Lo anterior se realizará para

obtener información sobre las ventas y renovación de pólizas de los ramos de seguro, vida y vehículos de Serviseguros S.A. (Ver anexo 1).

3.5. Proceso de información

Para cumplir con los objetivos de estudio la presente investigación se realizó en las siguientes fases:

- **Fase 1. Recolección de fundamentos teóricos:** establecer el esquema de los fundamentos teóricos de la investigación con base a la revisión bibliográfica que se identificó los principales aportes teóricos.
- **Fase 2. Planteamiento de instrumentos de recolección de información:** se planteó una guía de entrevista para recolectar información pertinente con base a los objetivos.
- **Fase 3. Investigación de campo y documental:** se realizó una visita a Serviseguros S.A. para realizar la entrevista al gerente y pedir información financiera y de la venta – renovación de pólizas por ramo de seguro.
- **Fase 4. Tabulación y análisis de la información:** se identificó los datos pertinentes de los informes proporcionados por la empresa y se presentaron en figuras y tablas para el análisis, donde se pudo contrarrestar con lo expuesto por el gerente.
- **Fase 5. Planteamiento de estrategias:** con base a la información analizada se establecieron estrategias que le permitan a la asegurada incrementar la venta y renovación de pólizas en los ramos de asistencia médica, vida y vehículos.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

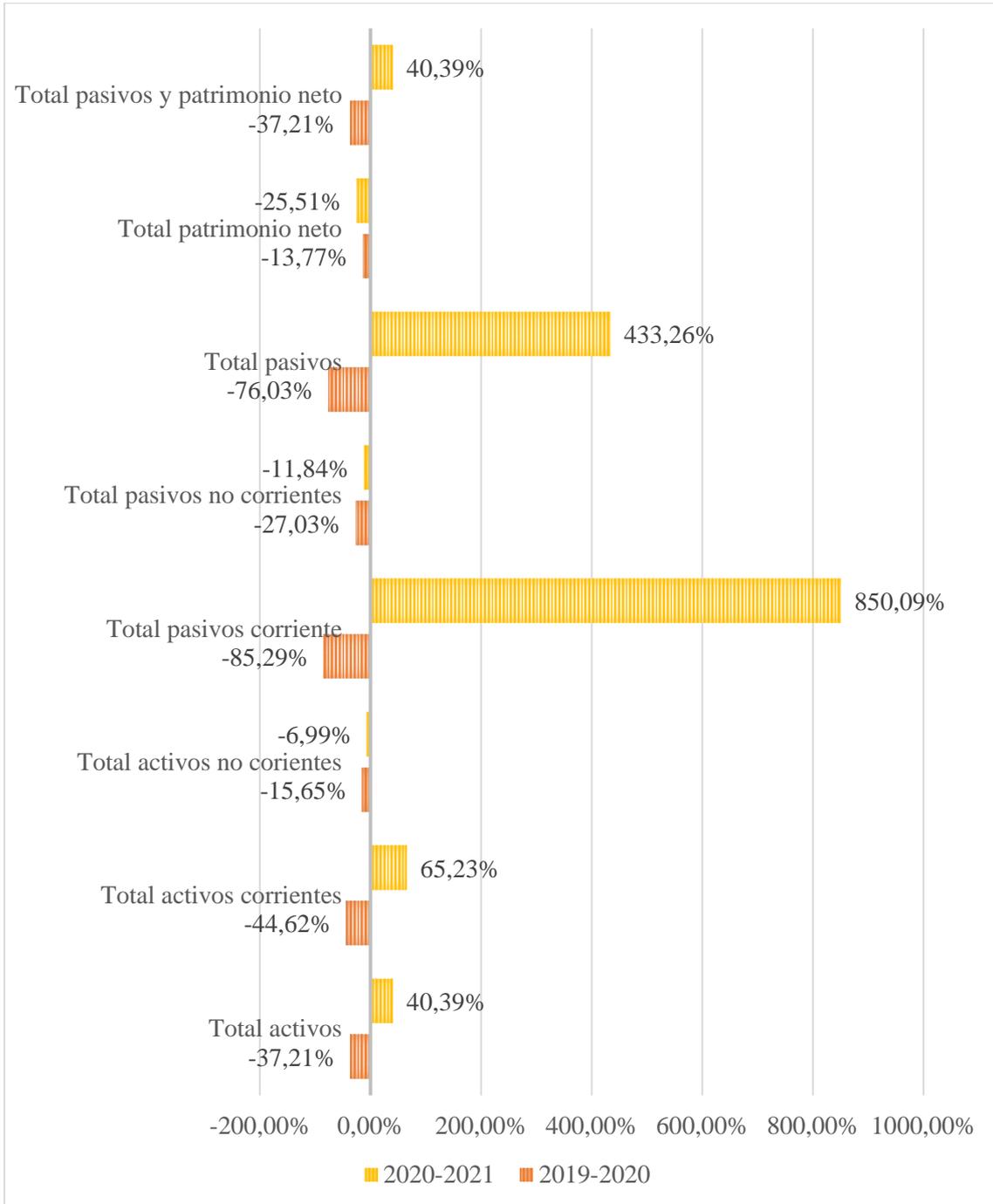
En el siguiente ítem se presentan los principales resultados en lo que respecta a los estudios financieros a través de un análisis horizontal del estado de situación financiera y de indicadores financieros, de la venta y renovación de pólizas, así como la siniestralidad incurrida, los dos últimos aspectos se realiza por cada ramo de seguro de análisis: asistencia médica, vida y vehículos.

4.1. Análisis financiero

Para el análisis financiero se presentan diferentes figuras que ilustran las principales cuentas del estado de situación financiera en los tres años de estudio (2019-2021), de igual manera se presentan los ratios financieros.

Figura 12

Análisis horizontal de las principales cuentas del balance general



Elaborado por: Katherine Izurieta

En cuanto al análisis de las cuentas principales, en primer lugar, sobresale el total de pasivos corrientes que 2019-2020 tuvo una variación de -85,29% lo que implica que la

empresa redujo el número de obligaciones adquiridas con terceros. Sin embargo, el periodo 2020-2021 se determinó una variación significativa de 850,09% total de los pasivos corrientes, lo que implica que la aseguradora tuvo mayores deudas y obligaciones a corto plazo.

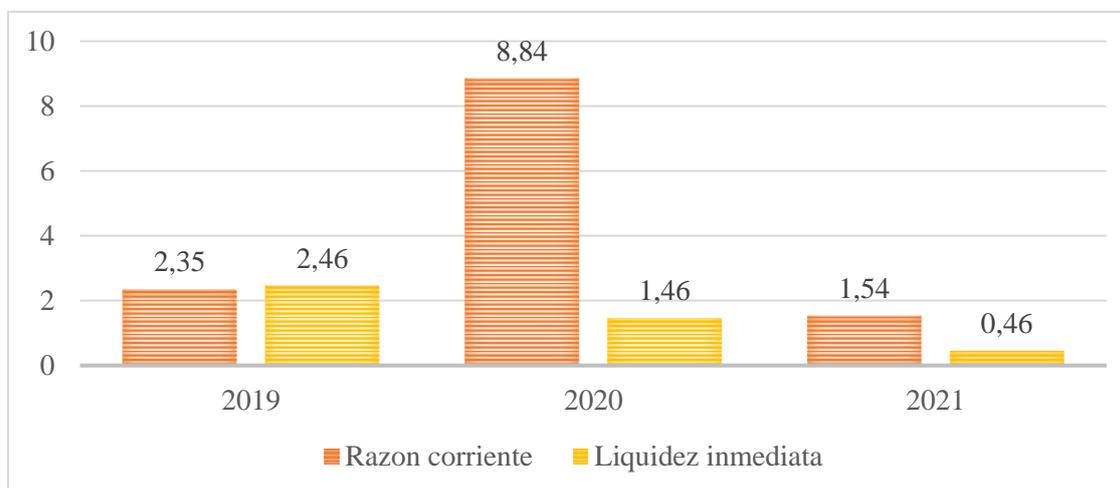
De esta manera el total de pasivos pasó de -76,03% (2019-2020 a una variación de 466,26% en el periodo 2020-2021, de esta forma Serviseguros S.A enfrentó una variación importante en el total de pasivos, con repercusiones en el balance general.

En lo que respecta a los activos, entre el 2020 y 2021 se obtuvieron cifras alentadoras con el incremento del total de activos con 40,39%, esto ocasionado por el movimiento de los activos corrientes como son las cuentas por cobrar y movimientos de efectivos y bancos en el mercado.

4.1.1. Índices de liquidez

Figura 13

Razón Corriente de la aseguradora 2019-2021



Elaborado por: Katherine Izurieta

En el año 2019 y 2020 la liquidez de Serviseguros S.A. fue de 2.35 y 8.84 respectivamente, se observa que la empresa mantuvo un manejo inadecuado de los activos

corrientes, tuvo exceso de liquidez y activos circulantes pocos productivos, es decir, la empresa mantuvo activos ociosos que no generaban rentabilidad a corto plazo.

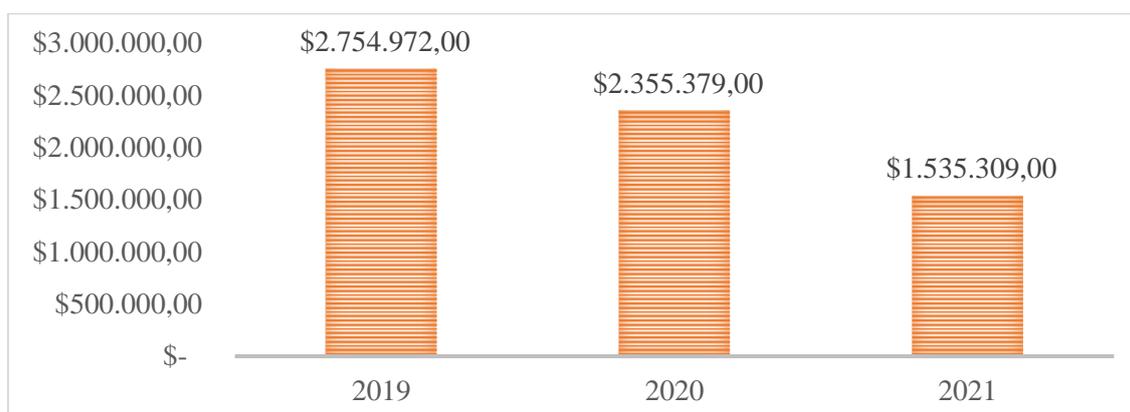
Para el año 2021 la razón corriente es de 1.54, lo que indica, que la empresa mantiene control de los movimientos del efectivo y tiene activos líquidos para cancelar sus obligaciones a corto plazo. Se observa en este año que del 100% de las ventas el 65% está destinado para cancelar las obligaciones a corto plazo y el 35% le queda como capital para seguir operando en sus actividades diarias, ocasionado que la liquidez de la empresa disminuya.

Al analizar el ratio de liquidez inmediata que relaciona el valor de la tesorería frente al total de las deudas a corto plazo que hay que afrontar antes de un año, se observa que en el año 2019 y 2020 tiene exceso de liquidez con valores de 2.46 y 1.46 lo cual se confirma que la empresa no está optimizando bien sus recursos y tiene demasiado dinero e improductivo.

En el año 2021 la liquidez inmediata es de 0.46, lo que indica que mantiene control de la tesorería y cuentas de realizable (cuentas a cobrar) suficientes para agilizar la liquidez.

Figura 14

Capital de trabajo de la aseguradora 2019-2021



Elaborado por: Katherine Izurieta

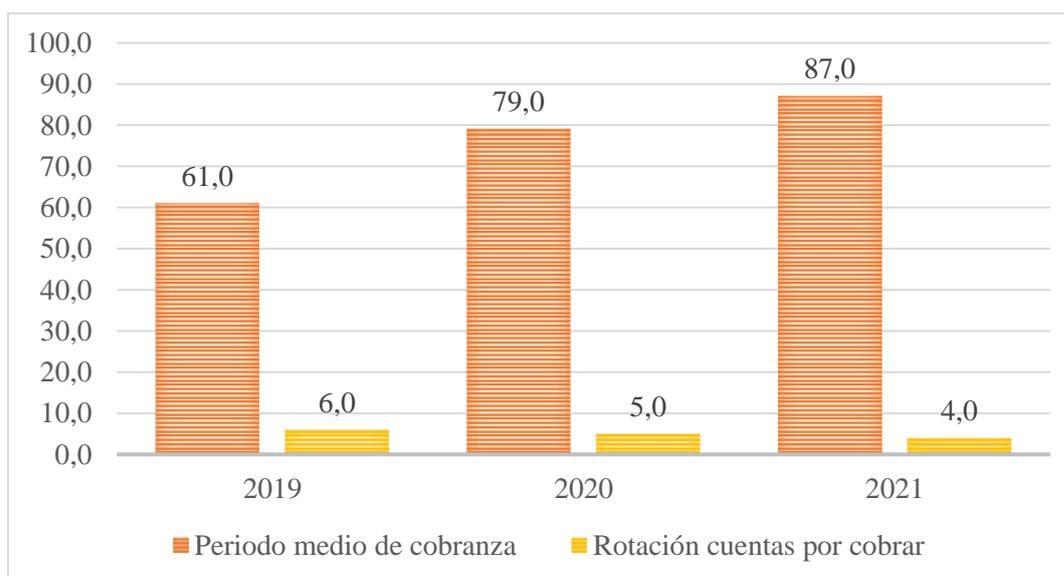
El capital de trabajo para el año 2021 disminuyó en comparación con el año 2020 en un 34,81% y con el año 2019 en un 44,27%, esto se debe a que en el año 2021 la empresa tuvo un aumento en la cuenta de préstamos y obligaciones financieras en un 188 % en comparación con el año 2019.

Se puede concluir que en el año 2021 el capital de trabajo disminuyó en \$ 820.000 con relación al 2020, lo cual puede ser, a consecuencia de que los préstamos, obligaciones financieras, cuentas por pagar a comerciales y pasivos por arrendamientos aumentaron en una proporción muy significativa en especial los préstamos con entidades financieras.

4.1.2. Índices de eficiencia o actividad

Figura 15

Indicadores periodo medio de cobranza de la aseguradora 2019-2021



Elaborado por: Katherine Izurieta

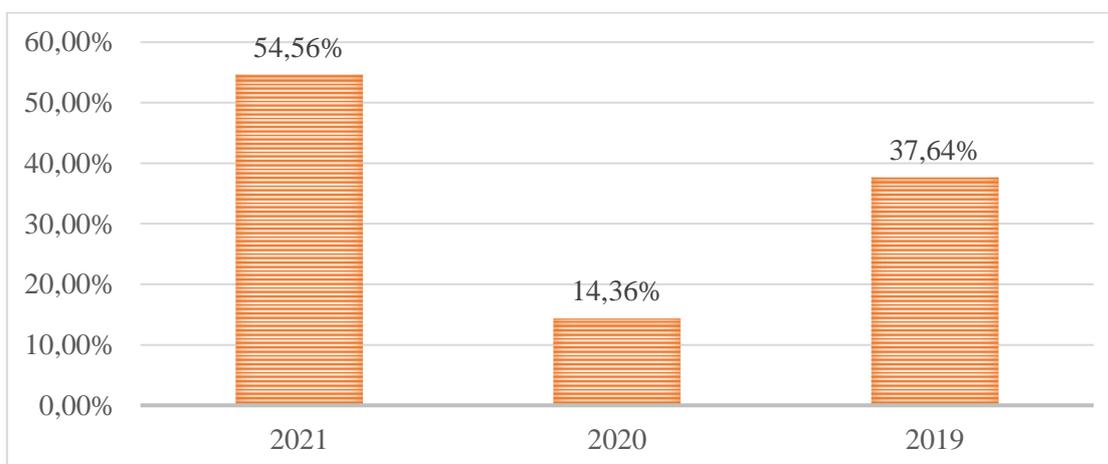
En el año 2019 la empresa se demora en recuperar las cuentas por cobrar a sus clientes 61 días, en el año 2020 en 79 días y en el 2021 en 87 días, este aumento es causado por la implementación de políticas más flexibles de crédito con el objetivo de incrementar las ventas.

Para el año 2021 la empresa roto su cartera 4 veces, es decir, que los \$ 1.129.120 los convirtió en efectivo 4 veces. En la misma forma para el año 2020 se demoró en recuperar cartera 79 días rotando 5 veces y para el año 2021 la conversión de las cuentas por cobrar a efectivo fue más ágil 61 días rotando 6 veces.

4.1.3. Índices de endeudamiento

Figura 16

Nivel de endeudamiento o razón de deuda 2019-2021



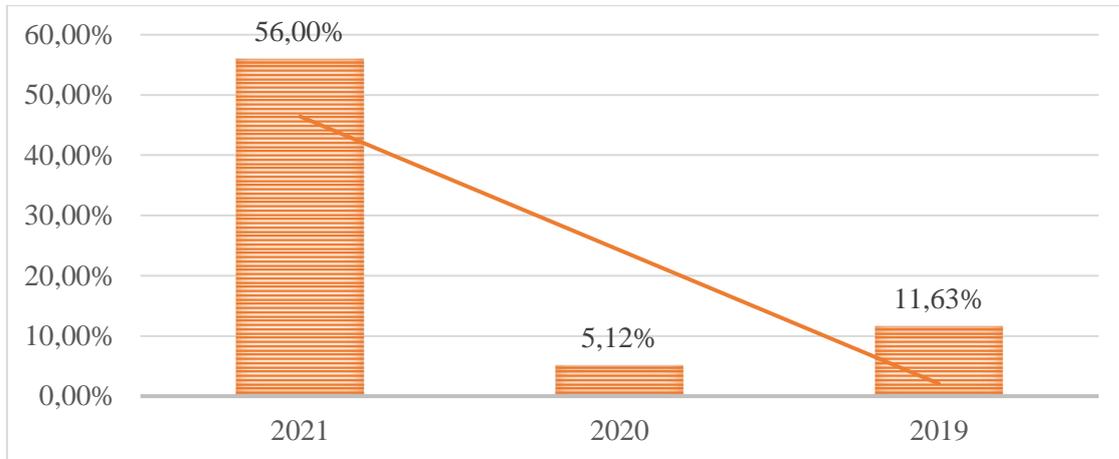
Elaborado por: Katherine Izurieta

La empresa presenta un nivel de endeudamiento del 54.56 % para el año 2021, es decir, el 54.56% del total de activos es financiado por los acreedores de corto y largo plazo, considerando a este resultado óptimo dado el nivel de riesgo del país.

Para el año 2020 y 2019 el nivel de deuda es de 14.36% y 37,64% respectivamente, lo cual indica que la empresa no requirió de endeudamiento externo o tuvo un exceso de capital propio.

Figura 17

Razón de endeudamiento financiero 2019-2021

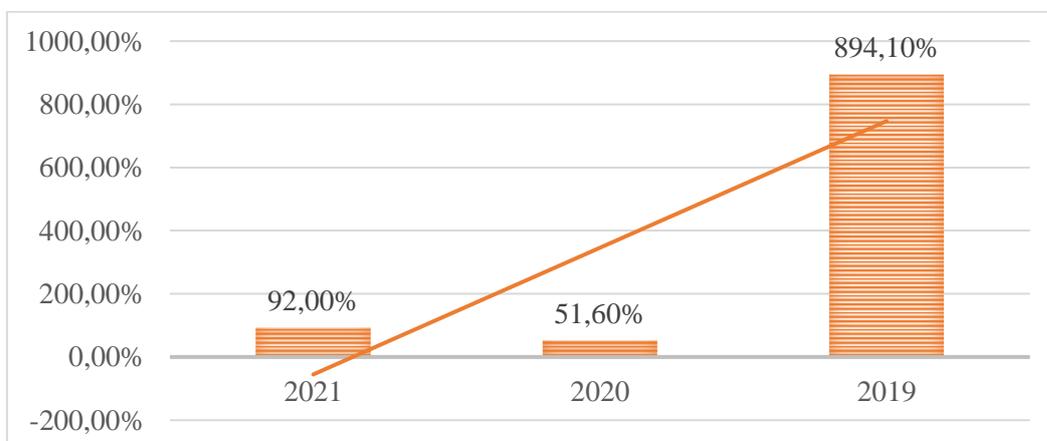


Elaborado por: Katherine Izurieta

La empresa presenta un indicador de endeudamiento financiero para el año 2021 de 56.20%, esto quiere decir, que las obligaciones contraídas con entidades financieras, tanto de corto como de largo plazo, equivale al 56.20% de las ventas. Esto ocasiona inconvenientes para la empresa presentando márgenes de utilidad operacional negativa y, por consiguiente, la dificultad de cancelar de los intereses financieros generados los costos financieros con entidades financieras.

Figura 18

Razón de endeudamiento a corto plazo 2019-2021

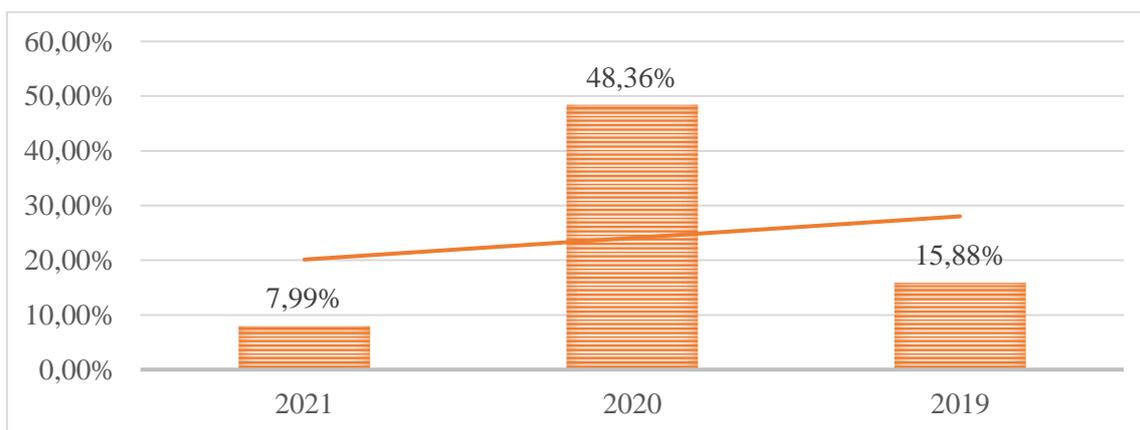


Elaborado por: Katherine Izurieta

Con relación con el nivel de endeudamiento a corto plazo, en el año 2021 el 92% de los pasivos totales tienen vencimiento menor a un año, la empresa tuvo concentra su deuda a corto plazo en un porcentaje superior al de los años 2020 y 2019. En los años 2020 y 2019 su concentración de deuda fue de 14.36% y 37.64% respectivamente.

Figura 19

Razón de endeudamiento a largo plazo 2019-2021

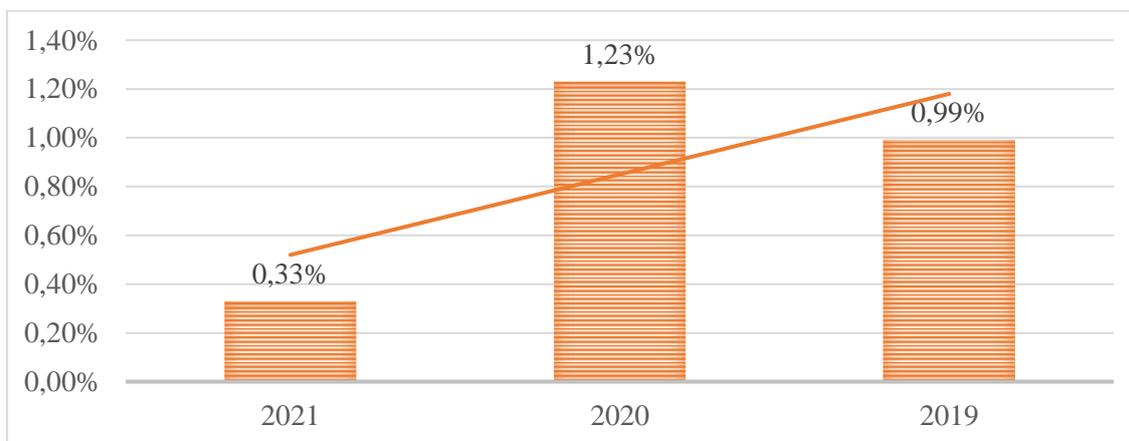


Elaborado por: Katherine Izurieta

La deuda a largo plazo de la empresa representa un 7.99%, 48.36% y 15.88% para los años 2021,2020 y 2019 respectivamente.,

Figura 20

Razón de capacidad de pago de intereses financieros 2019-2021

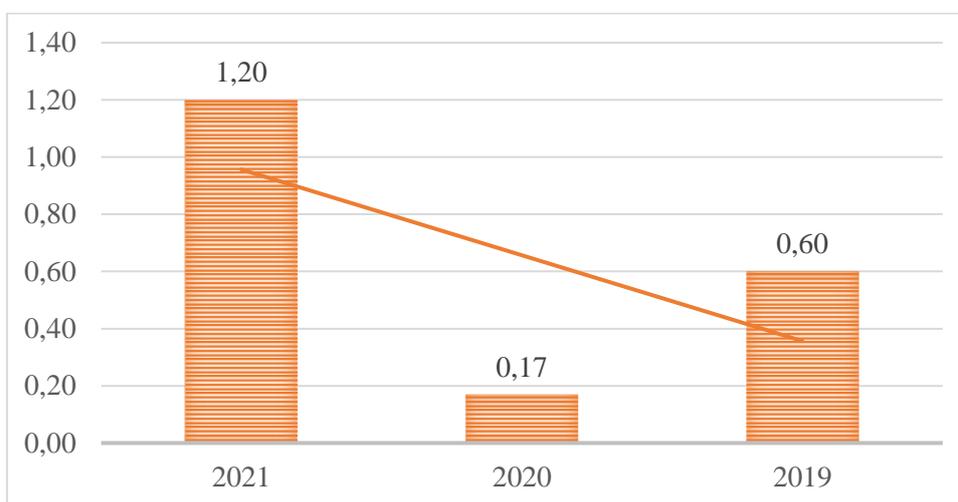


Elaborado por: Katherine Izurieta

La capacidad de pago de los intereses financieros para los años 2019 y 2020 fueron de 0.99% y 1.23% respectivamente, es decir, que los gastos financieros representan un 0.99% del total de los ingresos de ese periodo. Para el año 2021 del total de las ventas realizadas por la empresa, se destinó el 0.33% para cubrir los gastos financieros generados por sus operaciones de financiación, tanto de corto como de largo plazo, la gestión gerencial que realizaron ese año fue positiva debido a que lograron disminuir el riesgo y evitar pagos extemporáneos.

Figura 21

Leverage o Apalancamiento



Elaborado por: Katherine Izurieta

La empresa no presenta un nivel tan alto de endeudamiento con los acreedores, los resultados arrojaron fueron que, por cada dólar en patrimonio, existe una deuda de 0.17 y 0.60 en pasivos para los años 2020 y 2019 respectivamente.

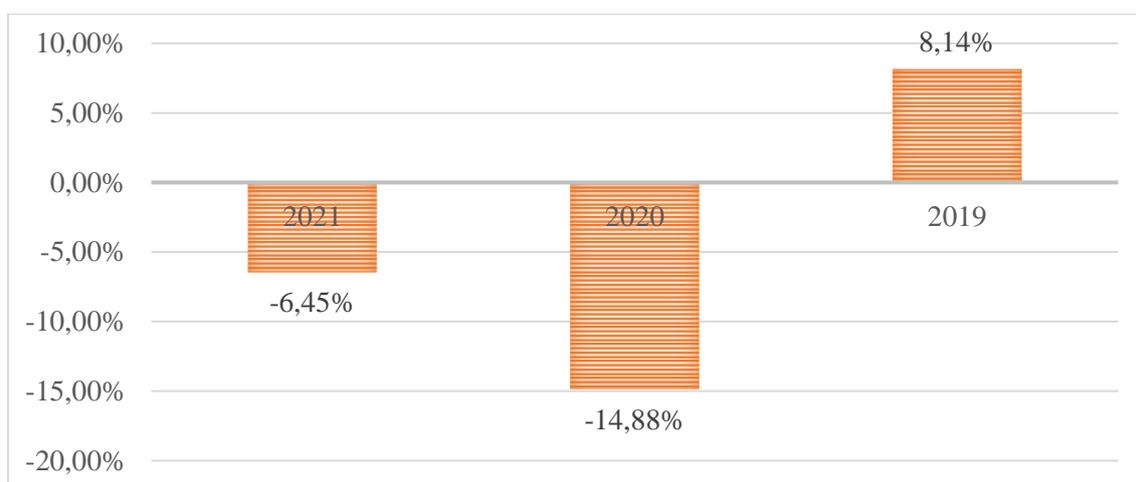
Para el año 2021 el nivel de apalancamiento sube considerablemente, es decir, que por cada dólar del patrimonio la empresa mantiene deudas por 1.20, esto implica que los acreedores tienen mayor participación en la empresa que los mismos propietarios, es decir, tiene mayor riesgo ya que la empresa tiene capital en acciones y esto amenaza en

el precio de las acciones , la mayoría de los recursos generados por la empresa se destinan a satisfacer los intereses de los acreedores y no de los inversionistas.

4.1.4. Índices de rentabilidad

Figura 22

Margen de Utilidad Operacional



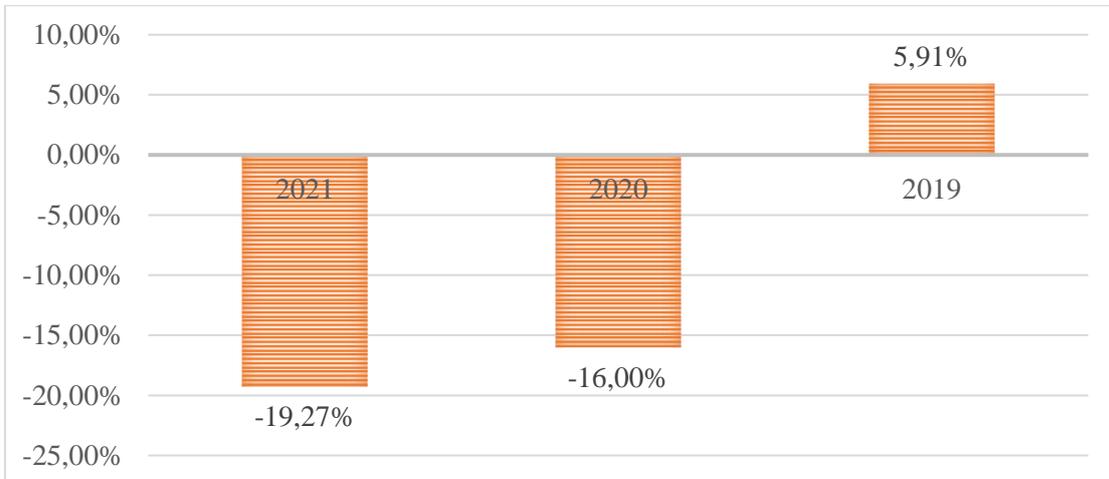
Elaborado por: Katherine Izurieta

Para los años 2019 el 8.14% del total de las ventas se convirtió en utilidad operacional, este porcentaje se considera bajo dentro de la industria, a pesar de que las ventas subieron existió un porcentaje alto de cancelaciones y devoluciones, los gastos de administración y ventas incrementaron en un 7.67% en comparación con el año 2018.

El margen de utilidad operacional para los años 2020 y 2021 tuvieron un valor negativo de -14.88% y -6.45% respectivamente, ocasionado por el incremento de los gastos de administración, ventas y otros egresos en un 25.90%, pese que las ventas aumentaron en un 25.15%, estas no fueron lo suficientemente altas para cubrir los gastos operacionales, lo que indica que indica que la empresa no está generando ingresos suficientes para cubrir los costos.

Figura 23

Margen de Utilidad Neta

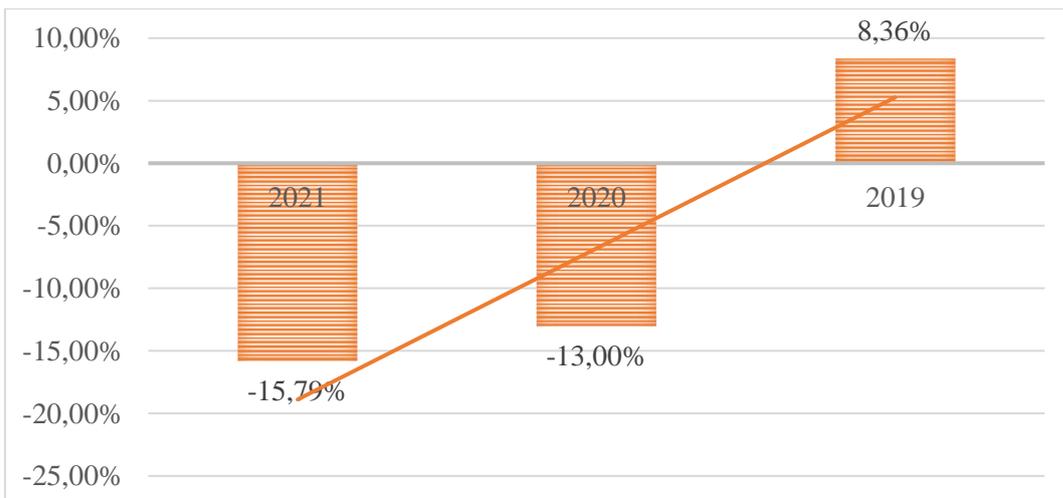


Elaborado por: Katherine Izurieta

Solamente en el año 2019 la empresa tuvo un margen de utilidad neta de 5.91%. En los años 2010 y 2021 este margen de utilidad fue negativo de -16% y 19,27% respectivamente, debido a que existió una deficiente administración en las ventas y gastos operacionales.

Figura 16

ROA (rendimiento de activos)



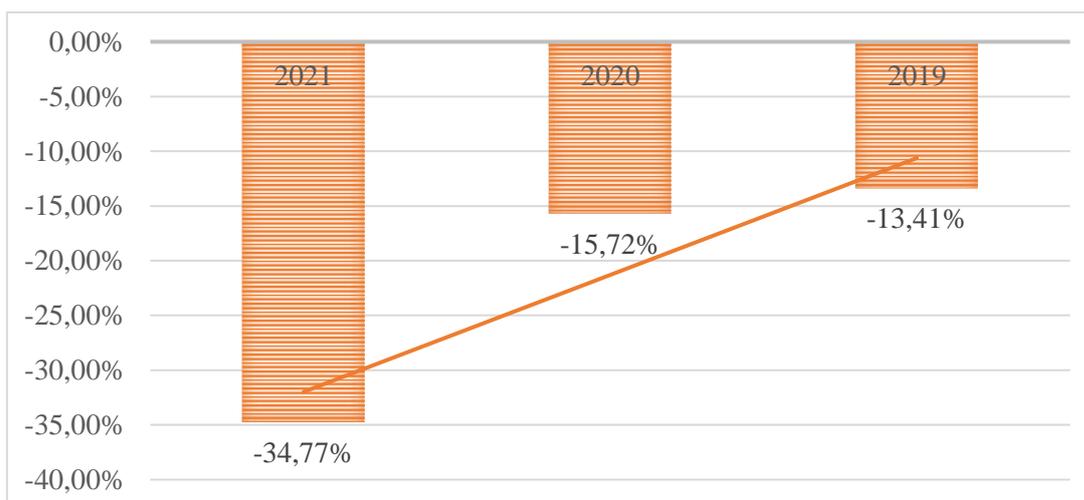
Elaborado por: Katherine Izurieta

El rendimiento sobre los activos de la empresa en el año 2019 fue de 8.36%, la empresa genero beneficios con sus recursos o activos totales, es decir, que por cada dólar invertido en activos totales genero 0.0036 centavos de utilidad neta, en este año la rentabilidad de la empresa creció ya que parte del activo se financia con deuda.

En los años siguientes 2020 y 2021 el Rendimiento de los activos es negativo, en un -13.46% y -15.79% respectivamente, lo que indica que la empresa no está utilizando adecuadamente su capital, y tiene una gestión cuestionable, acompañado de altos niveles de deuda a corto plazo., poniendo en peligro el capital en acciones que posee.

Figura 16

ROE (Rendimiento sobre el patrimonio)



Elaborado por: Katherine Izurieta

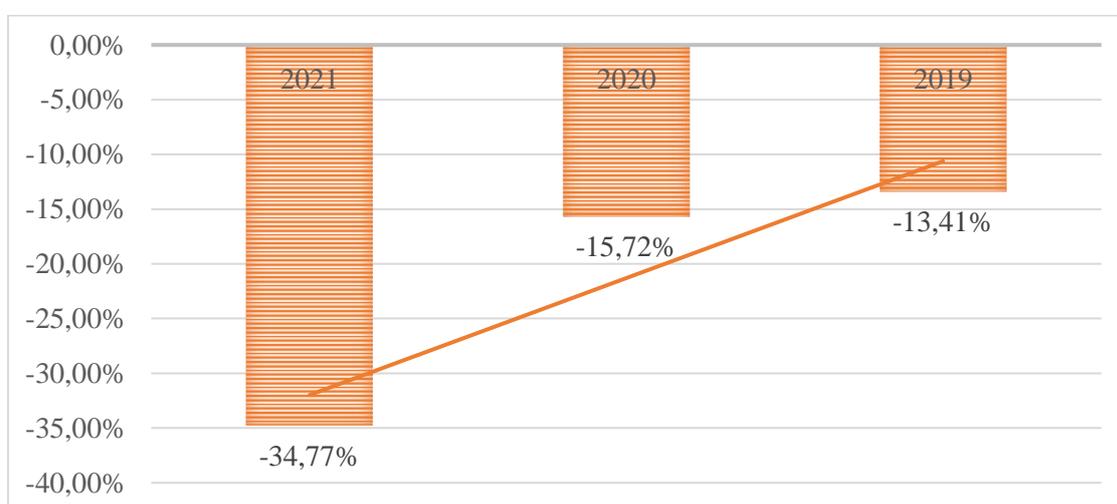
La rentabilidad sobre el patrimonio de la empresa en el año 2019 fue de 13.41%, lo que indica que la utilidad neta con relación al patrimonio fue de 13.41%, es decir, que por cada dólar invertido en patrimonio se generó 0.1341 \$ de utilidad neta. Con relación al inversionista, este recibió de rentabilidad el 13.41% en ese periodo por el capital invertido en la empresa.

En el año 2019 el ROE es superior al ROA, (8.36%, 13.41%), tiene un apalancamiento positivo, el endeudamiento beneficio a los propietarios y parte del activo fue financiado con deuda y tuvo un efecto positivo en la rentabilidad.

El Roe de la empresa para los años 2020 y 2021 fueron negativos, -15.72% y -34.77% respectivamente, debido a que en esos años se obtuvieron utilidades netas negativas y el coste de la deuda fue superior a la rentabilidad económica.

Figura 16

Sistem Dupont



Elaborado por: Katherine Izurieta

Al realizar la multiplicación del ROA por el apalancamiento en el año 2019, se observó un resultado de 13.41%, es decir, ese año el rendimiento que se obtiene por parte del patrimonio aportado por los socios es del 13.41%, se considera un margen bueno de utilidad con respecto al patrimonio, se manejó eficientemente los activos. Lo que no sucede en los años posteriores 2020 y 2019 que arrojaron resultados negativos.

4.2. Análisis de las primas y siniestralidad incurrida por Serviseguros S.A.

En el siguiente apartado se presenta el análisis de las cifras de los ramos de seguro de vida, vehículos y de asistencia médica, primero se presenta una figura que resume el

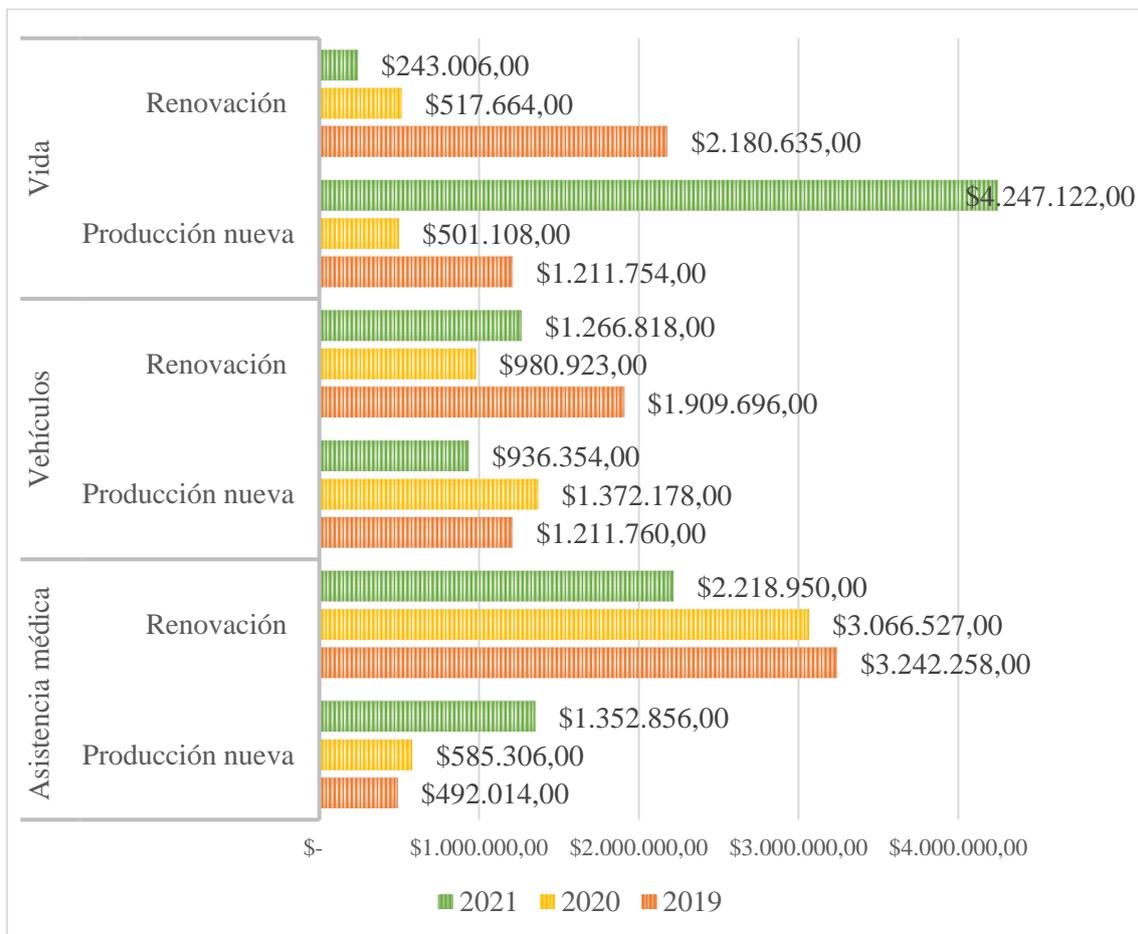
comportamiento tanto de la renovación como de las nuevas pólizas en los años 2019,2020 y 2021. Por consiguiente, se presenta un análisis mensual del año 2020, con el objetivo de evidenciar el comportamiento de las pólizas en los meses con mayores restricciones por la pandemia,

4.2.1. Renovación y venta de nuevas primas en los ramos vida, vehículos y asistencia médica

A continuación, en la siguiente figura se presenta el valor monetario que representó la renovación y venta de primas en los años 2019-2021 en Serviseguros S.A.

Figura 16

Análisis de la venta y renovación de primas 2019-2021



Elaborado por: Katherine Izurieta

En la figura 18 se muestra que el valor más alto de las pólizas de seguro se registró en el año 2021 en el ramo de vida, por la venta de nuevas pólizas, es decir, con clientes nuevos. Lo que no ocurrió en el 2020, donde la venta de seguros de vida alcanzó uno de los valores más bajos en los tres años de estudio. Por otra parte, la renovación en los seguros de vida presenta una tendencia a la baja para pasa en el 2019 de un valor de \$2.180.635,00 a \$243,006,00 en el 2021.

Por otro lado, se evidencia la renovación de seguro en el ramo de asistencia médica en el 2019 presenta uno de los valores de pólizas más alto en comparación con el ramo de vehículos y de vida, pero en los siguientes años empieza a disminuir hasta llegar a un valor de \$2.218.950,00 en el 2021. En cuanto a la venta de nuevos seguros de asistencia médica sigue una tendencia creciente porque pasa de un valor de 492. 014, 00 en el 2019 a \$1.352.856,00 en el 2021, lo que evidencia que en el 2021 las personas buscan asegurar la salud y la vida en mayor medida que en los años anteriores, lo contrario ocurre en el 2019

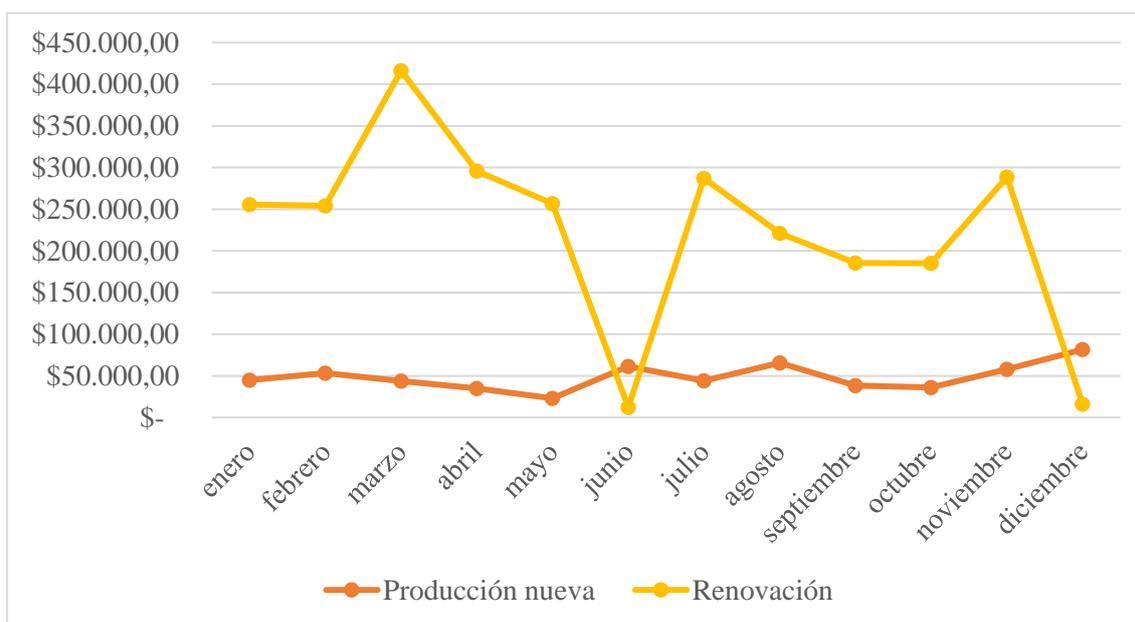
En el caso de la venta de seguros para vehículos, se evidencia que en el 2019 y 2021 la renovación de pólizas era más alta que la venta, pero en el 2020 ocurre lo contrario es decir que la venta es más alta que la renovación en el 2020. Lo que evidencia que los clientes de la aseguradora no buscaron seguir con la póliza, pero existieron nuevos clientes que estuvieron dispuestos a asegurar su vehículo.

Estas cifras concuerdan con lo expuesto en la entrevista por el gerente (Ver anexo 2), quien refiere que en el 2019 las ventas de nuevas pólizas eran estable, pero en el 2020 las diversas medidas que se implementaron para disminuir contagios hicieron que las clientes al verse confinados, con limitantes a moverse no desean renovar el seguro del vehículo, porque ya no se exponían a mucho riesgo. Pero en el 2021 el escenario es

diferente porque la mayoría de los clientes nuevos prefieren adquirir un seguro de vida y no cubrir los bienes materiales como el vehículo, tendencia que se quedó desde el 2020. En este contexto, resulta imperioso realizar un análisis mensual de producción y renovación de cada ramo de seguro objeto de estudio.

Figura 17

Análisis de la venta y renovación de primas en el 2020 en el ramo asistencia médica



Elaborado por: Katherine Izurieta

En la figura se muestra que la renovación de las pólizas de seguro de asistencia médica presentó diferentes fluctuaciones en el 2020, pero la venta de nuevos seguros se mantuvo estables. El valor más alto que se presentó en el ramo de asistencia médica en el mes de marzo del 2020, que en el caso de Ecuador se implementaron las medidas de restricción más rigurosas como es el confinamiento obligatorio.

Por lo que se infiere que la preocupación de la población en cuanto a la atención a la salud fue mayor en estos meses lo que impulsó la compra de un seguro para disminuir la incertidumbre del valor que tendrían que afrontar en el caso de contagiarse con COVID-19. A pesar de ello el valor más bajo de la renovación de pólizas de asistencia médica se

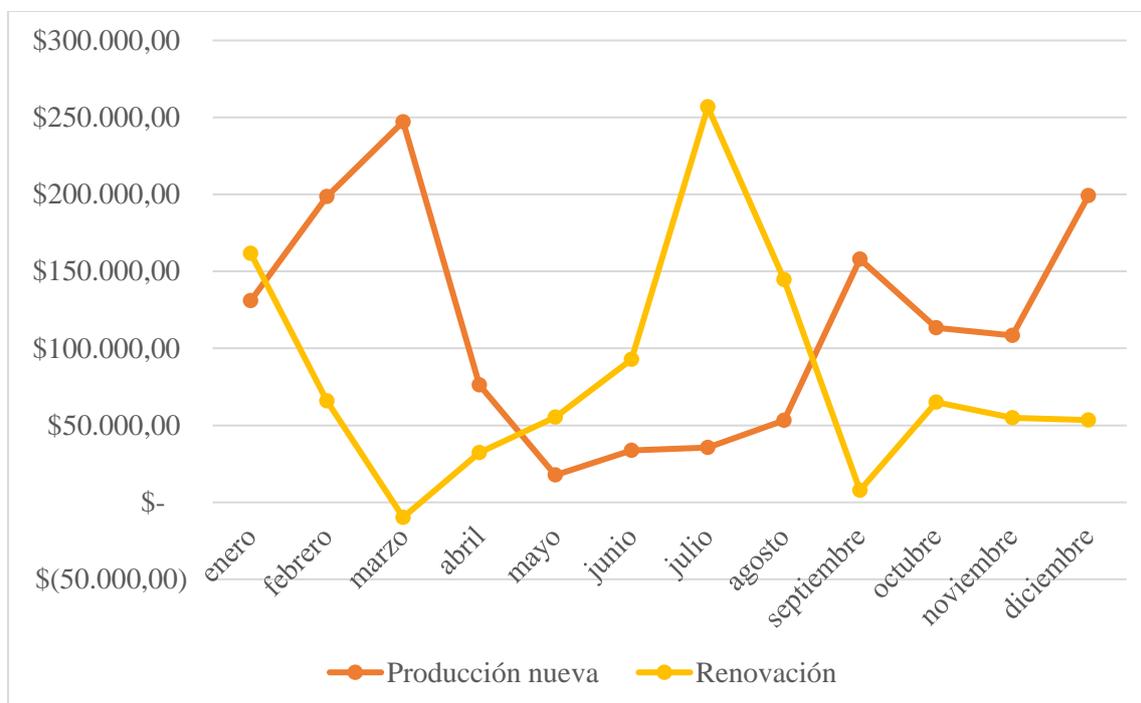
registró en el en el mes de junio, que se infiere se originó por la disminución de la capacidad de pago de los clientes, a razón del incremento del desempleo en los diferentes sectores económicos.

Lo anterior concuerda con lo mencionado por el gerente (Ver anexo 2) que indica que uno de los principales riesgos a los que se enfrentó la aseguradora durante la pandemia de COVID-19 fue a la disminución del poder adquisitivo de los clientes, donde la incertidumbre en cuanto a la situación económico origino que varias cuentas se anularan. Esto según el gerente ocasionó que los ingresos de la aseguradora se vieran afectada y no pueda soportar los gastos a tal punto que ocasionó la salida de varios empleados.

Al abordar el tema específico de los riesgos a los que se enfrentó el ramo de seguros de asistencia médica, el gerente afirma que fue uno de los más estables al considerar que

Figura 18

Análisis de la venta y renovación de primas en el 2020 en el ramo vehículos



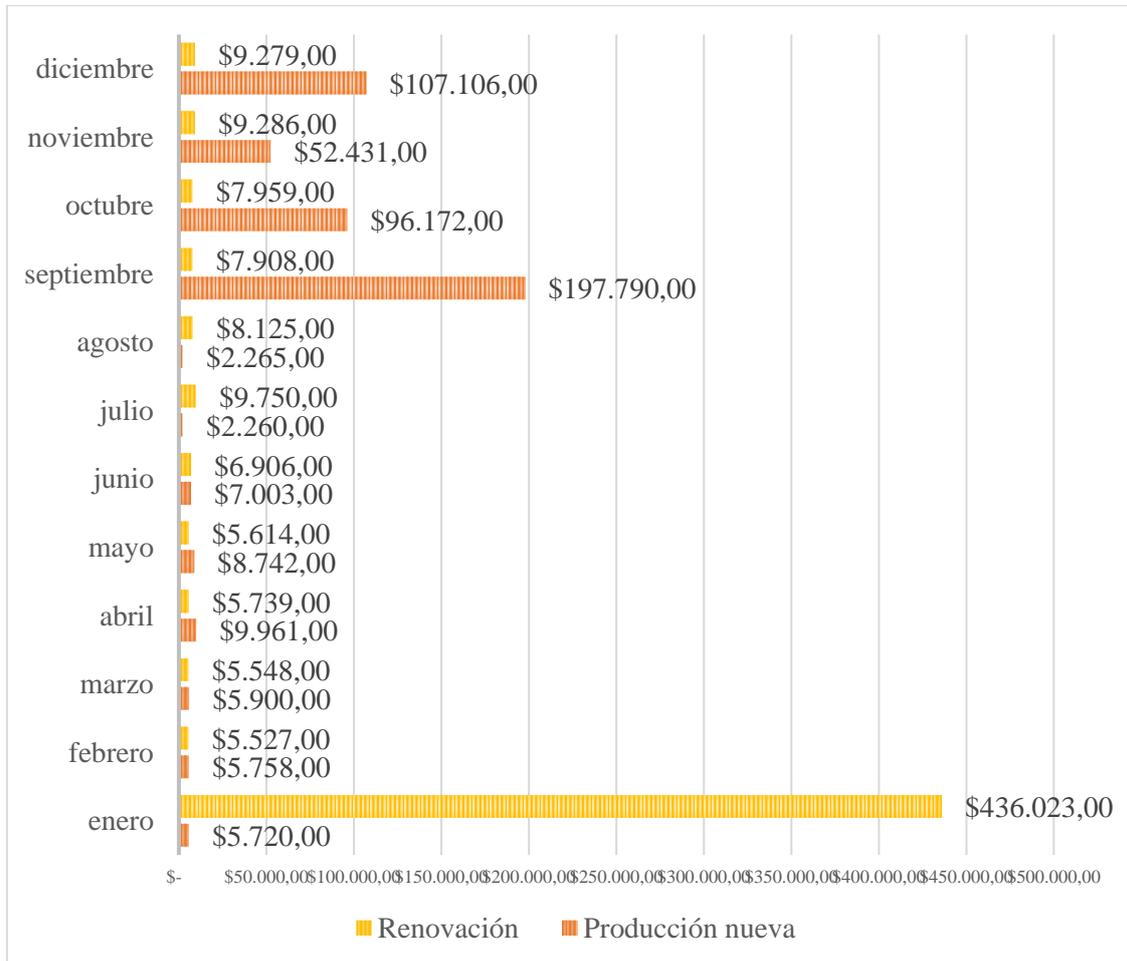
Elaborado por: Katherine Izurieta

En cuanto al ramo de vehículos tanto las ventas como la renovación de pólizas presenta diferentes fluctuaciones que evidencian la inestabilidad de los clientes actuales y nuevos, debido a que en los meses de febrero y marzo se evidenció un incremento considerable de nuevas pólizas de seguros de vehículos, por consiguiente, disminuyen en los meses de abril, mayo, junio, julio y agosto, pero en los meses siguientes las ventas incrementan a tal punto que son mayores que las renovaciones. Por el contrario, las renovaciones disminuyeron en el mes de marzo, que presenta el valor más bajo del año, pero incrementa de forma considerable en el mes de julio, a partir del cual empieza a disminuir y representa un valor mucho menor que las nuevas ventas.

Al respecto, gerente manifiesta (Ver anexo 2) que las pólizas de vehículos son las que mayor afectación tuvieron durante la pandemia de COVID -19, a razón de que se evidenció que las personas durante el confinamiento obligatorio (entre los meses de marzo a julio) no percibían que estarían expuestas a riesgos, por lo que procedían a anularlas o intercambiarlas por pólizas de asistencia médica o de vida.

Figura 19

Análisis de la venta y renovación de primas en el 2020 en el ramo vida



Elaborado por: Katherine Izurieta

En lo que respecta a las pólizas nuevas y de renovación en el ramo de vida durante el 2020, se identifica que en enero la renovación de estas alcanza el mayor valor que todo el año, pero en los meses de febrero a agosto no existen grandes variaciones, a partir de septiembre las ventas de nuevas pólizas representan un valor monetario alto que va disminuyendo, pero es el más representativo desde septiembre a diciembre del 2020.

Lo anterior se infiere por la mayor preocupación por la incertidumbre de los contagios y la falta de una vacuna que permita disminuir el riesgo de agravarse con el contagio de COVID-19, de ahí el incremento de contratos de pólizas de vida, a la par que en estos

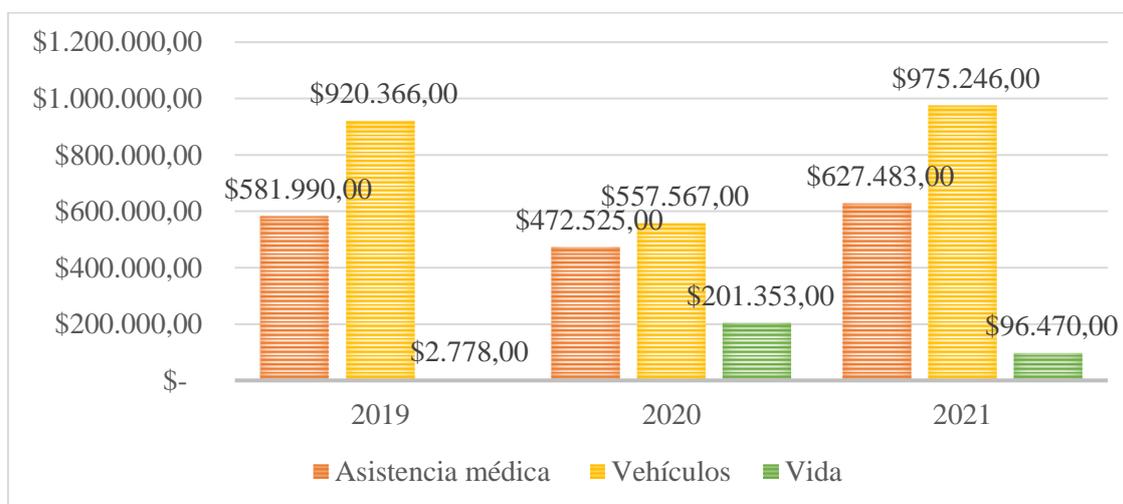
meses el confinamiento disminuyó por el regreso progresivo a los lugares de trabajo, de tal manera que las personas empezaron a percibir ingresos.

4.2.2. Análisis de la siniestralidad incurrida

En las siguientes figuras se presentan datos sobre la siniestralidad que se registró en Serviseguros S.A.

Figura 20

Análisis de la siniestralidad incurrida en los ramos 2019-2021



Elaborado por: Katherine Izurieta

En la figura 22 se muestra el valor monetario total que se destinó a la siniestralidad presentada en los ramos de asistencia médica, vehículo y vida. En el periodo de estudio se identifica que se destina un mayor valor a la siniestralidad de los vehículos, que si bien en el 2020 disminuye de forma considerable no deja de ser el valor más representativo.

Por consiguiente, el valor de siniestralidad de asistencia médica corresponde al segundo valor más alto, pero evidencia una disminución significativa en el 2020 e incrementa para el 2021.

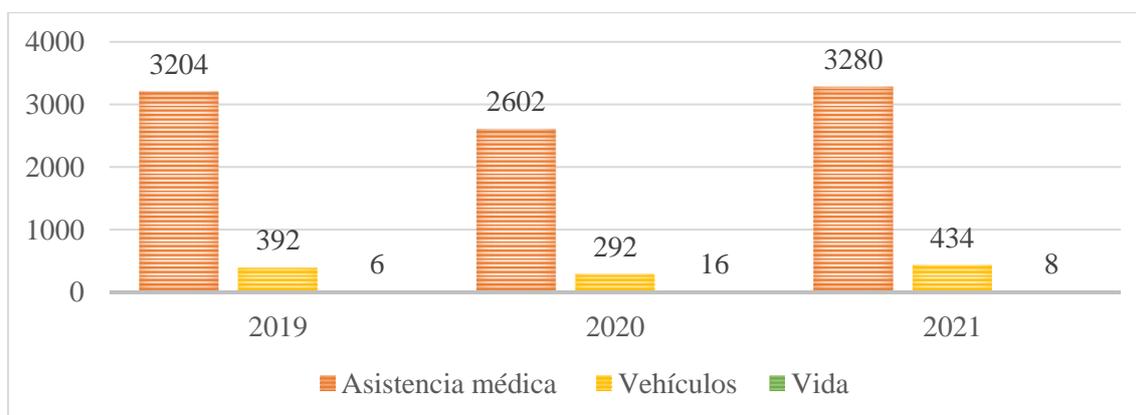
Un aspecto importante es el valor de siniestralidad del seguro de vida que se afronta en el 2019, que alcanza un valor de \$2778,00, pero en el 2020 este valor se incrementa de forma

significativa a \$201.353,00 en el 2020, que de acuerdo con el gerente son las pólizas que mayor cantidad de desembolso representó para la aseguradora durante la pandemia, debido a la afectación de la pandemia de COVID – 19.

En la siguiente figura se detalla la cantidad de siniestros que se presentaron en el periodo de estudio en el bróker:

Figura 21

Análisis de la cantidad de siniestros incurrida en los ramos 2019-2021



Elaborado por: Katherine Izurieta

En la figura se evidencia que en mayor medida se presentan siniestros en los vehículos, de ahí que el valor monetario neto total de los siniestros en mayor medida se presenta en el ramo de vehículos. No obstante, llama la atención que los siniestros de vida pasaron de 6 en el 2019 a 16 en el 2020, pero que representan un valor más alto en comparación que los siniestros en vehículos o de asistencia médica, dado que el valor no es proporcional a la cantidad.

4.3. Estrategias para la venta y renovación de pólizas de la aseguradora Serviseguros S.A.

Para el planteamiento de estrategias de Serviseguros S.A. se procede a realizar un análisis FODA, en el que se identifican los aspectos internos y externos tanto positivos como

negativos para identificar las estrategias que permitirán aprovechar las oportunidades en función de las fortalezas, para mitigar las debilidades y amenazas. A continuación, se presenta el análisis:

Tabla 1

Análisis FODA de Serviseguros S.A.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento de cuentas por cobrar por razón de nuevas pólizas de seguro. ▪ La empresa cuenta con la liquidez para afrontar las deudas de corto plazo. ▪ Las ventas contribuyen a cubrir los gastos financieros ▪ Incremento de venta de pólizas de seguro de vida y asistencia médica tras la pandemia de COVID-19. ▪ Mayor renovación de pólizas de asistencia médica tras la pandemia de COVID-19. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento de deudas y obligaciones en el corto plazo en 2021. ▪ La empresa no cuenta con liquidez inmediata para afrontar las deudas de corto plazo. ▪ Incremento del periodo medio de cobranza ▪ Disminución de la rotación de cuentas por cobrar ▪ La empresa tiene más pasivos que patrimonio. ▪ La empresa presenta rentabilidad negativa en el 2020 y 2021. ▪ Alto valor de siniestralidad del ramo de seguro de vida durante la pandemia. ▪ La siniestralidad en los seguros de vida es más costosa que los de vehículos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento de la preferencia por seguros de no vida en la región. ▪ Incremento de primas de seguro por vida colectiva. ▪ Disminución de pago de siniestros en el Ecuador en el 2021. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disminución de las primas de seguro en el 2020 por el incremento de despidos y mala situación económica. ▪ En la región latinoamericana la incidencia de varias crisis económicas hace que la población no busque acceder a un seguro

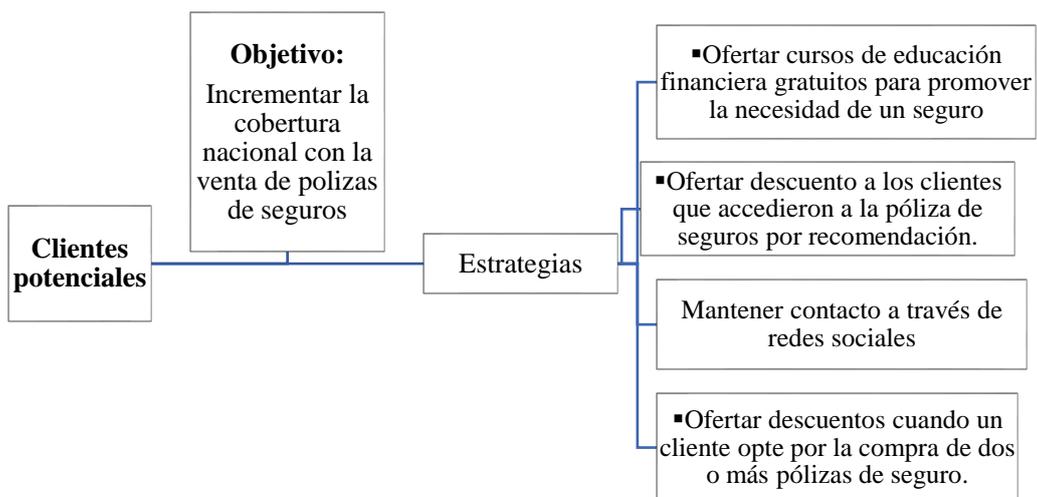
- Necesidad de diferenciación para lograr una mayor cobertura en el mercado.
- Las aseguradoras son un fomento de una cultura sana de prevención.
- Las aseguradoras pueden establecer convenios con redes empresariales
- Oportunidad de aliarse entre aseguradoras
- La población ecuatoriana desconoce los beneficios y no valora la idoneidad de adquirir un seguro

Elaborado por: Katherine Izurieta

En consideración del análisis FODA, se procede a plantear las estrategias que Serviseguros S.A. podría aplicar para incrementar la renovación y venta de nuevas pólizas, con ello mitigar de alguna manera el impacto que sufrió como resultado de la pandemia de COVID-19. En este caso se cree conveniente que se apliquen estrategias para el público objetivo que serían clientes actuales y potenciales, para cada uno se tienen diferentes estrategias que se alinean a propósitos específicos, como se muestra a continuación:

Figura 22

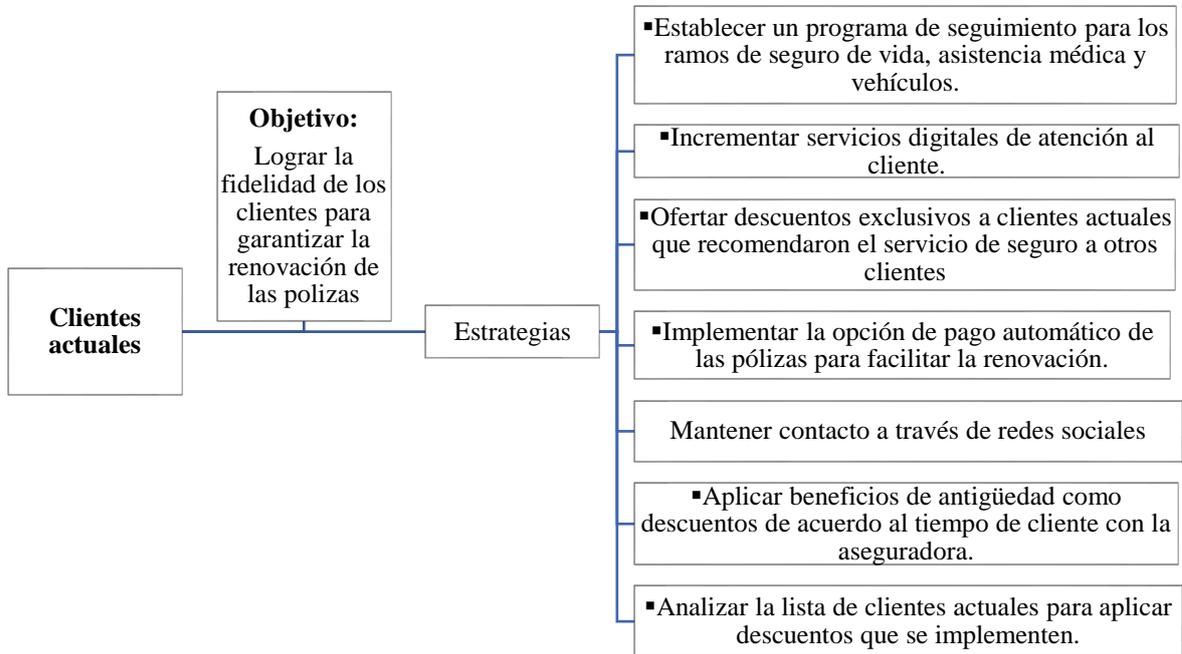
Objetivos y estrategias para clientes potenciales de Serviseguros S.A.



Elaborado por: Katherine Izurieta

Figura 23

Objetivo de estrategias de clientes actuales de Serviseguros S.A.



Elaborado por: Katherine Izurieta

Una vez identificadas las estrategias se procede a desarrollar cada una en cuanto a las actividades, responsable y recursos necesarios para la implementación:

Tabla 2*Desarrollo de las estrategias para la implementación en Serviseguros S.A.*

Estrategia	Actividades	Responsable	Recursos
Ofertar cursos de educación financiera gratuitos para promover la necesidad de un seguro.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar los temas a tratar en el curso. ▪ Realizar material de apoyo para la exposición. ▪ Promocionar a través de redes sociales el curso gratuito. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerente general ▪ Talento humano ▪ Jefe de marketing ▪ Profesional encargado del curso 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Computadora ▪ Diapositivas ▪ Imagen corporativa digital del curso
Ofertar descuento a los clientes que accedieron a la póliza de seguros por recomendación.			
Ofertar descuentos cuando un cliente opte por la compra de dos o más pólizas de seguro			
Ofertar descuentos exclusivos a clientes actuales que recomendaron el servicio de seguro a otros clientes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer un porcentaje de descuento de acuerdo a la liquidez. ▪ Al tener contacto con el cliente se debe preguntar la forma en la que se enteró del servicio de seguros. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerente ▪ Jefe de ventas ▪ Vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política de descuento ▪ Computadora
Aplicar beneficios de antigüedad como descuentos de acuerdo al tiempo de cliente con la aseguradora.			
Analizar la lista de clientes actuales para aplicar descuentos que se implementen.			
Mantener contacto a través de redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar videos promocionales para reel en Instagram, historia en Facebook y publicación en TikTok ▪ Realizar imágenes promocionales para publicar en la bibliografía 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jefe de marketing ▪ Community manager 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Videos ▪ Imágenes promocionales ▪ Redes sociales

Establecer un programa de seguimiento para los ramos de seguro de vida, asistencia médica y vehículos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar el contacto de la cartera de cliente ▪ Evidenciar el tipo de segura y el tiempo de contrato ▪ Identificar los clientes que recibieron cobertura del seguro ▪ Realizar encuestas de satisfacción ▪ Mantener contacto con los clientes a través de correo electrónico, mensajes de texto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jefe de ventas ▪ Vendedor 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Computadora ▪ Base de datos de clientes ▪ Encuestas ▪ Teléfono celular ▪ Correo
Incrementar servicios digitales de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar la opción de cotización en línea mediante página web ▪ Implementar formularios en línea para modificar datos personales, para garantizar la renovación de póliza. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingeniero en sistemas de la página web ▪ Jefe de ventas ▪ Vendedores 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Página web ▪ WhatsApp
Implementar la opción de pago automático de las pólizas para facilitar la renovación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar convenios con instituciones financieras para pagos automáticos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerente general 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convenio

Elaborado por: Katherine Izurieta

5. CONCLUSIONES

Una vez concluida la presente investigación que tuvo como objetivo analizar el impacto de la pandemia de COVID – 19 en la venta de pólizas nuevas y renovaciones en los ramos de vida, asistencia médica y vehículos en Serviseguros S.A. en la ciudad de Quito en los años 2019,2020 y 2021.

- Entre los principales riesgos a los que se enfrentó Serviseguros S.A. fue al de crédito y al de liquidez, los dos como resultado de la mala situación económica del país y del mundo por las medidas de contingencia para disminuir la cantidad de contagios, donde se vio afectada la capacidad adquisitiva de los clientes, que

se vieron obligados a anular las pólizas o incurrir en impagos. El bróker frente a esta situación incrementó deudas de corto plazo que generó despidos.

- Entre los ramos de pólizas que mayor impacto tuvieron en Serviseguros S.A. durante la pandemia fue el ramo de vida, donde las renovaciones bajaron de \$436.023,00 en enero del 2020 (sin pandemia) a \$5.548,00 en marzo (con pandemia). En menor medida el ramo de vehículos que por el confinamiento los clientes no veían una mayor exposición al riesgo, por lo que los meses de marzo, abril y mayo disminuyeron, pero se reactivaron a partir de julio. En cambio, en la venta de nuevas pólizas disminuyó entre marzo y agosto y se reactivó a partir de septiembre.
- Al realizar un análisis financiero de Serviseguros S.A se evidenció la disminución considerable de la rentabilidad, lo que se adjudica al incremento de siniestros en los ramos de seguro de vida que ocasionaron que el monto neto sea considerablemente mayor que en el año 2019.
- En función de la situación negativa que se evidencia en Serviseguros S.A. se establecieron estrategias que se orientan a clientes actuales y potenciales, a los primeros como medida de retención y garantizar la renovación de las pólizas, a los segundos para mejorar las ventas, con ello mejorar la rentabilidad de la entidad.
- El nivel de endeudamiento ha crecido en el año 2021 considerablemente, no debe seguir aumentándose porque asume un mayor riesgo, ya que si a futuro las ventas decaen no habría como cancelar las obligaciones a los bancos ni a los acreedores.
- La empresa está incurriendo un riesgo alto de deuda, debido a que la concentración de endeudamiento se concentra a corto plazo en 92%, esto ocasiona inconvenientes para la empresa presentando márgenes de utilidad operacional

negativa y, por consiguiente, la dificultad de cancelar de los intereses financieros generados los costos financieros.

- En el año 2019 se obtiene una utilidad operacional positiva, pero en los años 2020 y 2021 tanto las utilidades operativa y neta son negativas, esto se debe a que en esos años existieron un incremento en las cancelaciones de contratos, aumento en los gastos de ventas en un 40.064% y otros egresos de \$11.537 a \$615.682. las ventas aumentaron solamente en un 25% en comparación con el 2020 lo que indica que las ventas no fueron lo suficientemente altas para poder cubrir los aumentos de los gastos operacionales ocasionando utilidades operacionales y netas negativas.

6. **RECOMENDACIONES**

En función de las conclusiones planteadas se procede a establecer las siguientes recomendaciones:

- Serviseguros S.A. debería analizar la cartera de crédito para disminuir el tiempo de pago, en consideración de que la pandemia en los tiempos actuales se encuentra controlada y no se establecen restricciones de movilidad que impidan la generación de actividades económicas
- Si bien los seguros de vida fueron el ramo de pólizas de seguro que se afectó en mayor medida se debería establecer acciones de promoción para retener y evidenciar la importancia de mantener este tipo de seguros, no con el enfoque de la pandemia, pero sí con otras eventualidades como el desempleo.
- Es importante que se dé seguimiento a la rentabilidad de Serviseguros S.A. debido a que en el 2020 y 2021 se evidencian pérdidas considerables que pueden poner en peligro la sostenibilidad.

- Se recomienda aplicar las estrategias de acuerdo al tipo de cliente, con el objetivo de garantizar la renovación mediante el seguimiento e incrementar las ventas a través de promociones y beneficios.
- Planificar las necesidades de financiación, es decir, refinanciar las obligaciones que mantiene a corto plazo en un 92% en el año 2021, a largo plazo, ya que si existiese un decrecimiento en las ventas en un futuro no podrá cumplir sus obligaciones a corto plazo. La empresa debería refinanciar sus obligaciones a largo hasta que tome las respectivas acciones preventivas y correctivas para dar solución al grado de apalancamiento que posee actualmente, siempre y cuando estas se negocien a mejores tasas de intereses y cuotas más bajas mensuales para que de esta forma garantice su capital de trabajo.

REFERENCIAS

ACF Technologies. (septiembre de 2022). Estrategias para que las compañías de seguros.

<https://www.acftechnologies.com/es/blog/estrategias-para-que-las-compa%C3%B1as-de-seguros-mejoren-su-experiencia>

Bernardino, G. (2020). Crisis y recuperación: Retos y oportunidades para el sector asegurador. *European Insurance and Occupational Pension Authority*.

https://www.eiopa.europa.eu/publications/crisis-and-recovery-challenges-and-opportunities-insurance-sector_en

Betancur, M., y Jaramillo, O. (2021). Aproximación a la evaluación del concepto de archivística. *Revista Interamericana de Biliotecología*, 44(1).

<https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.rib.v44n1eIn1>

- Carrión, C. (2021). El contrato de seguro en el Ecuador. Conceptos básicos y análisis de la reticencia, falsa declaración y acuerdos transaccionales. *Res Non Verba*, 11(2).
<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/539>
- Coronel, V., y Buñay, J. (2018). Gestión de los seguros ante desastres naturales en el Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 199-206.
<http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Dalal, A., Gopalkrishna, I., y Merry, A. (2022). Ventas de seguros a través de redes de agentes. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_862328.pdf
- Eras, A., y Redrobán, Á. (2020). Evolución del mercado de seguros en Ecuador. *ERUDITUS*, 1(3).
<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/366/321#figures>
- Esteva, E. (2021). COVID-19: ¿cuál ha sido su impacto en el sector asegurador? <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/el-impacto-del-COVID-en-el-sector-asegurador.html>
- Federación Ecuatoriana de Empresas de Seguros. (2023). Anuario 2019.
<https://www.fedeseq.org/publicaciones>
- FEDESEG. (2021). *Informe Seguros Ecuador. Agosto 2021*.
https://www.fedeseq.org/_files/ugd/f39f07_28a20f8d319c4b26bf13e72dc8367b28.pdf
- Fierro, J. (2020). *Manual Operativo del mediador, agente y perito de seguros*.
<https://books.google.com.ec/books?id=KffJDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Financial, Stability y Reviok. (2012). *The euro aseral financian*.
https://www.ecb.europa.eu/pub/financial-stability/fsr/focus/2011/pdf/ecb~54ea666126.fsrbox201112_13.pdf
- Fundación MAPFRE. (2020). Diccionario de seguros.
<https://www.fundacionmapfre.org/publicaciones/diccionario-mapfre-seguros/riesgo-de-credito/>
- Gallegos, M., Peralta, C., y Guerrero, W. (2017). Utilidad de los gestores bibliográficos en la Organización de la Información para Fines Investigativos. *Formación Universitaria*, 10(5), 77-85.
<https://www.redalyc.org/pdf/3735/373553266009.pdf>
- Gómez, M. (2022). *Distribución directa de seguros Agencias de suscripción de riesgos y acuerdos para la distribución a través de agentes en exclusiva*.
https://www.google.com.ec/books/edition/Distribuci%C3%B3n_directa_de_seguros/yO-mEAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Henrit, W. (2021). ¿Reacciona la demanda de seguros a la incertidumbre de la política económica y al riesgo geopolítico? Evidencia de Arabia Saudita. ¿Reacciona la demanda de seguros a la incertidumbre de la política económica y al riesgo geopolítico? Evidencia de Arabia Saudita
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, Pilar. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- León, R., y León, M. (2019). La dispersión de riesgo, mediante el uso el seguro. *593 Digital Publisher CEIT*, 4(5).
https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/99

- Lucero, K. (2020). La tendencia aseguradora empieza a cambiar en el país. *Gestión Digital*. <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-tendencia-aseguradora-empieza-cambiar-en-el-pais>
- MAPFRE. (2021). Informe Anual. <https://www.mapfrere.com/media/informe-anual-2021.pdf>
- MAPFRE Economics. (2019). *El mercado asegurador latinoamericano en 2019*. Madrid: Fundación MAPFRE. https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1107929
- MAPFRE Economics. (2020). *El Mercado Asegurador Latinoamericano en 2020*. Madrid: Fundación MAPFRE. https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=436
- MAPFRE Economics. (2022). *El mercado asegurador latinoamericano en 2021*. Madrid: Fundación MAPFRE.
- Ocampo, M. (2019). La legitimación en la causa en los contratos de seguro de daños por cuenta de un tercero. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 49(131). <https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/100/653>
- Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146. <https://www.redalyc.org/pdf/3613/361353711008.pdf>
- Ortiz, O., Fernández, C., y Pérez, C. (2022). Análisis de cobertura de medicina prepagada en Pichincha. *Revista Ciencia UNEMI*, 15(8). doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol15iss38.2022pp1-13p

- Peña de Ricaurte, T. (2021). Aspectos de interés general. *Informe 2021*.
https://www.fedeseq.org/_files/ugd/f39f07_dc6276490cd942c0b0087d45b9c764f9.pdf
- Pino, G., Aguilar, I., y Ayala, E. (2018). El papel de la confianza en proyectos de innovación colaborativa. Propuesta teórico-metodológica. *Economía, sociedad y territorio*, 18(58).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212018000300629
- Pulido, D. (2021). Diego Pulido Esteva: Los “Peleles”: fraudes contra las compañías de seguros de vida en México, 1902-1908. *Historia mexicana*, 70(3).
<https://doi.org/10.24201/hm.v70i3.4187>
- Sabater, A. (2017). El desarrollo del sector asegurador y el crecimiento económico: un análisis empírico para 47 países. *Economía y Sociedad*, 88-109.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15359/eyes.22-52.5>
- Salas, P. (2021). Anuario 2021.
https://www.fedeseq.org/_files/ugd/f39f07_dc6276490cd942c0b0087d45b9c764f9.pdf
- Sandí, A. (2021). Modelación predictiva de siniestros en seguros de no vida. *Revista de Matemática Teoría y Aplicaciones*, 28(1).
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-24332021000100105&script=sci_arttext
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (2004). Libro I. Normas Generales para las instituciones del sistema financiero. https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2017/06/L1_X_cap_I.pdf

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Retrieved 2020, from <https://www.gob.ec/scvs>

Terán, P. (2020). La pandemia también impacta en la gestión de las aseguradoras. <https://www.revistalideres.ec/lideres/pandemia-impacta-gestion-aseguradoras-cobertura.html>

Vázquez, M. (2021). Revisión de la tutela jurídica del asegurado en el derecho chileno: un análisis crítico al marco jurídico aplicable. *Revista de derecho (Concepción)*, 89(249). https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-591X2021000100087

Vázquez, M., y Vidal, Á. (2017). Configuración de la prestación e incumplimiento del contrato de seguro en general y marítimo en particular. *IUS ET PRAXIS*, 23(1). <https://www.redalyc.org/pdf/197/19752296013.pdf>

Véliz, M., y Proaño, P. (2020). La cultura de seguros de responsabilidad civil antes y después del sismo 16 de abril 2016, provincia Manabí, Ecuador. *ECA Sinergia*, 11(2). https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2057

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista dirigida al gerente

1. ¿Cómo han sido las ventas de nuevas pólizas en los ramos de vida, asistencia médica y vehículos en los años 2019, 2020 y 2021 en Serviseguros S.A.? Detalle cada una

.....

2. ¿Cómo describirá las renovaciones de pólizas en los ramos de vida, asistencia médica y vehículos en los años 2019, 2020 y 2021 en Serviseguros S.A.? Detalle cada una

.....
.....

3. ¿Como se vio afectada la rentabilidad de en Serviseguros S.A.durante la pandemia de COVID -19?

.....
.....

4. ¿Qué riesgos identificó en la venta de nuevas pólizas y renovaciones en Serviseguros S.A. durante la pandemia de COVID -19? Explique cada uno

.....
.....

5. ¿Considera que la capacidad de pago de las pólizas de sus clientes se vio afectada durante la pandemia? ¿Incrementó el riesgo de crédito? Explique las razones

.....
.....

6. Considera que la venta y renovación de las pólizas en los ramos de vida en Serviseguros S.A. tuvieron un impacto durante la pandemia de COVID-19, ¿cómo calificaría la siniestralidad en los años 2019,2020 y 2021?

.....
.....

7. Considera que la venta y renovación de las pólizas en los ramos de asistencia médica en Serviseguros S.A. tuvieron un impacto durante la pandemia de COVID-19, ¿cómo calificaría la siniestralidad en los años 2019,2020 y 2021?

.....
.....

8. Considera que la venta y renovación de las pólizas en los ramos de vehículo en Serviseguros S.A. tuvieron un impacto durante la pandemia de COVID-19, ¿cómo calificaría la siniestralidad en los años 2019,2020 y 2021?

.....
.....

9. ¿Qué estrategias y acciones se aplicaron en Serviseguros S.A. para incrementar las ventas y renovaciones en las diferentes ramas de seguros?

.....
.....

10. ¿Qué estrategias y acciones aplicaría para atraer a nuevos clientes?

.....
.....

11. ¿Qué estrategias y acciones aplicaría para atraer a fidelizar a los nuevos clientes?

.....
.....

Anexo 2. Resultados de la entrevista

**1. ¿Cómo han sido las ventas de nuevas pólizas en los ramos de vida, asistencia médica y vehículos en los años 2019, 2020 y 2021 en Serviseguros S.A.?
Detalle cada una.**

Para el año 2019, la venta de pólizas se mantenía estable. Fue un año lleno de retos pero que logramos cumplir con los presupuestos de ventas en cada uno de los ramos.

Para el año 2020 con la llegada del Covid, la emisión de pólizas sufrió gran inestabilidad; muchas de las personas al encontrarse confinadas en sus hogares decidieron anular

muchas pólizas de vehículos ya que no existía mayor riesgo. Muy por el contrario, las pólizas de vida y asistencia médica comenzaron a generar mayor demanda con la finalidad de asegurar la vida y salud de cada una de las personas.

Para el año 2021 la estabilidad volvió a flote, las pólizas eran emitidas y renovadas con facilidad, las personas conocían el riesgo tanto material como salud por lo que en los tres ramos se registraron ventas.

2. ¿Cómo describirá las renovaciones de pólizas en los ramos de vida, asistencia médica y vehículos en los años 2019, 2020 y 2021 en Serviseguros S.A.?

Detalle cada una

En el año 2019 las renovaciones en los tres ramos se mantenían estable, se renovaban de acuerdo a las necesidades de los clientes y no existía mayor novedad.

En el año 2020 y la presencia del Covid, las renovaciones de ramos generales y vehículos decayó. Las personas no creían necesario continuar con pólizas de vehículos ya que el confinamiento fue por un largo periodo de tiempo y era vital pensar que podía mejor utilizarse en la renovación y emisión de pólizas en el área de salud. Las renovaciones en el ramo de vida y asistencia médica se mantenían, e incluso muchas de las personas decidieron mejor los planes para contar con mejores coberturas.

3. ¿Cómo se vio afectada la rentabilidad de en Serviseguros S.A. durante la pandemia de COVID -19?

La rentabilidad de la empresa se vio afectada por la gran cantidad de pólizas que fueron anuladas, esto porque los clientes tampoco mantenían el poder adquisitivo para el seguro.

Es así que la empresa debía devolver comisiones en esos casos.

La rentabilidad que no tuvo la empresa esos años, se ve reflejada en sus estados financieros con pérdidas en cuanto a utilidad.

4. ¿Qué riesgos identificó en la venta de nuevas pólizas y renovaciones en Serviseguros S.A. durante la pandemia de COVID -19? Explique cada uno

Uno de los principales riesgos era el poder adquisitivo de los clientes, ya que al encontrarse en pandemia la situación económica del país era muy inestable y en cualquier momento se procedían con anulaciones de grandes cuentas

Otro de los riesgos era la falta de ingresos para la empresa, mismos que eran superados por los gastos y que ocasionaron la salida de algunos colaboradores.

5. ¿Considera que la capacidad de pago de las pólizas de sus clientes se vio afectada durante la pandemia? ¿Incrementó el riesgo de crédito? Explique las razones

Por supuesto, gran parte de la cancelación de pólizas se dio por falta de pago por parte de los clientes. El trabajo durante la pandemia se vio afectado y era razonable disminuir gastos que la gente creía necesarios.

El riesgo de otorgar créditos era mayor, la inestabilidad del país y del mundo no podía garantizar que, a futuro, el trabajo continúe

6. Considera que la venta y renovación de las pólizas en los ramos de vida en Serviseguros S.A. tuvieron un impacto durante la pandemia de COVID-19, ¿cómo calificaría la siniestralidad en los años 2019,2020 y 2021?

Las pólizas de vida se vieron afectadas sin duda durante todo el tiempo de pandemia. Son las pólizas que exigían mayor cantidad de desembolso de dinero para las aseguradoras.

7. Considera que la venta y renovación de las pólizas en los ramos de asistencia médica en Serviseguros S.A. tuvieron un impacto durante la pandemia de COVID-19, ¿cómo calificaría la siniestralidad en los años 2019,2020 y 2021?

Las personas renovaban y mantenían sus pólizas de asistencia médica, e incluso gran parte de la población buscaba contratar una póliza para contar con el respaldo en caso de que

la enfermedad llegara a sus hogares. Es por ello que las renovaciones se dieron de manera normal y la venta de nuevas, de igual manera. La siniestralidad se elevó potencialmente, todos los reclamos presentados por Covid superaban altos niveles de siniestralidad.

8. Considera que la venta y renovación de las pólizas en los ramos de vehículo en Serviseguros S.A. tuvieron un impacto durante la pandemia de COVID-19, ¿cómo calificaría la siniestralidad en los años 2019,2020 y 2021?

Las pólizas de vehículos se vieron afectadas notablemente, las personas procedían con la cancelación de las mismas ya que al estar en confinamiento no existía mayor riesgo. Fueron anuladas e intercambiadas por pólizas de asistencia médica o vida.

9. ¿Qué estrategias y acciones se aplicaron en Serviseguros S.A. para incrementar las ventas y renovaciones en las diferentes ramas de seguros?

Nuevas alianzas estratégicas con las aseguradoras para poder mantener precios acordes al mercado y mejorar coberturas de ramo

Financiamiento y refinanciamiento de deudas con la finalidad de evitar cancelaciones

Seguimiento y acompañamiento a los afiliados en caso de siniestros en el área de salud

10. ¿Qué estrategias y acciones aplicaría para atraer a nuevos clientes?

Productos corporativos y masivos que generen mejores coberturas a un mejor precio

Amplia gama de talleres y prestadores médicos para atención de afiliados

Publicidad

11. ¿Qué estrategias y acciones aplicaría para atraer a fidelizar a los nuevos clientes?

Descuentos por buena siniestralidad

Devolución de primas por buena siniestralidad