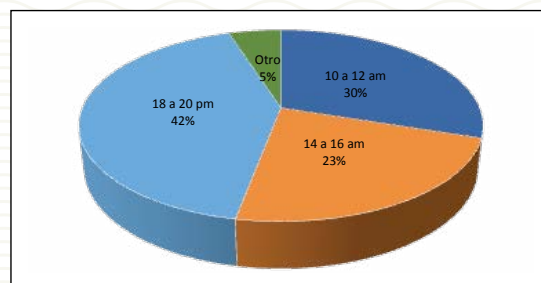


esta institución, le sigue el C.D Olmedo 24%, Técnico Universitario con un 22% la UTC de Cotopaxi representa un 18% y el Mushuc Runa con el 10%, el gusto hacia cierto club se da en base a los años de vida institucional y su nivel de desempeño en el campeonato ecuatoriano de fútbol.

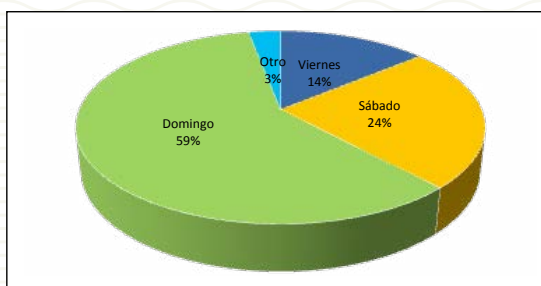
Figura 2: Horarios para disfrutar de un partido de fútbol



Fuente: Encuesta a hinchas de los equipos de fútbol
Elaboración: Julio Zurita Altamirano

Los horarios cómodos y flexibles es otro de los aspectos importantes para que la hinchada pueda ser parte de la fiesta del fútbol, un 42% responde que el horario nocturno es el más idóneo para asistir a un encuentro deportivo, el 30% afirma que el medio día, el 23% prefiere las dos de la tarde y un 5% no define un horario específico.

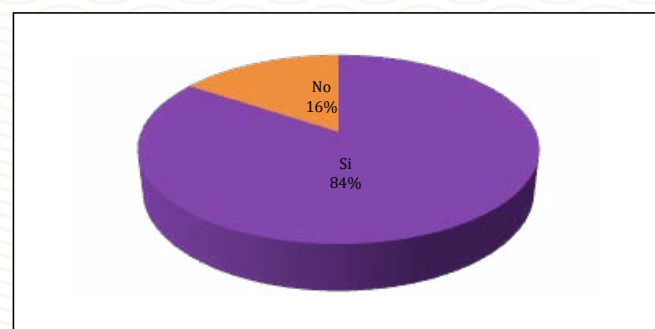
Figura 3: El mejor día para asistir al estadio



Fuente: Encuesta a hinchas de los equipos de fútbol
Elaboración: Julio Zurita Altamirano

Las actividades laborales y la ocupación diaria es un factor determinante para todo tipo de persona, es por esto que el 59% afirma que el día domingo es un día óptimo para poder asistir a los estadios o ver un partido de fútbol, el 24% prefiere el sábado, un 14% el viernes y el 3% no tiene un día de preferencia, es por esta razón que el mayor número de encuentros futbolísticos se los debe planificar para los días domingos.

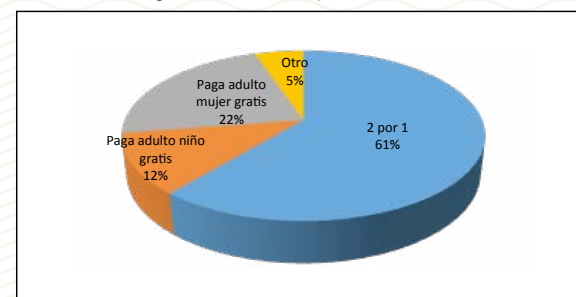
Figura 4: Aceptación de las ventas de entradas vía internet



Fuente: Encuesta a hinchas de los equipos de fútbol
Elaboración: Julio Zurita Altamirano

Las nuevas herramientas tecnológicas sin lugar a dudas facilitan la vida de todo ser humano y el fútbol no es la excepción, el poder adquirir entradas por vía electrónica es del agrado de los encuestados representado por el 84% de encuestados, existe un 16% que prefiere seguir con las prácticas tradicionales de adquirir un boleto comprado personalmente.

Figura 5: Promociones para las hinchadas



Fuente: Encuesta a hinchas de los equipos de fútbol
Elaboración: Julio Zurita Altamirano

En lo referente a las promociones, la mayor parte de encuestados que corresponde al 61% responden que prefieren como promoción el 2x1 (con una entrada ingresan dos personas), en segundo lugar 22% de hinchas eligen pagar una entrada por pareja, el 12% de personas indica que con la compra de una entrada los niños entren gratis y el 5% prefieren otros beneficios.

Conclusiones

En la zona centro del país, la ciudad con mayor número de hinchada es Ambato, El 79% de personas que acuden permanentemente a los estadios consideran que los boletos siempre está a su disposición superando la cultura ecuatoriana en donde la venta informal abusa del precio real a pagar. El 59% de encuestados indica que el día domingo es un día óptimo para poder asistir o ver un partido de fútbol. Poder adquirir entradas por vía electrónica tiene una muy buena aceptación por parte de los hinchas que es del 84%. Las promociones que se puede ofertar y son del agrado de los hinchas son 2 x 1 con un porcentaje del 61%.

Referencias

- Espejo, J. (2002). Elaboración de un modelo de impacto del fútbol profesional en la economía española. Madrid: Esic.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). Población y Demografía. Obtenido de Censo Poblacional 2010: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Juez, P. (2007). Probabilidad y Estadística en Medicina. Madrid: Díaz de Santos.
- Malhotra, N. (2014). Investigación de Mercados (Cuarta ed.). México: Pearson Educación.
- Rivera, J., & Molero, V. (2012). Marketing y fútbol; el mercado de las pasiones. Madrid: Esic.
- Uroz, J., Plaza, J., & Burgos, J. (2010). Grupos de interés y gestión deportiva un estudio aplicado a la UD Almería. Almería: Universidad de Almería.

Actividad aseguradora, estrategia y resultados en Ecuador

Mauricio Sánchez Sánchez¹

Fecha de recepción: 16 de Febrero 2017

Fecha de aceptación: 23 de Marzo 2017

Resumen

Mucho ha cambiado la actividad aseguradora en Ecuador desde sus inicios, el presente trabajo se plantea el objetivo de realizar un seguimiento a los resultados alcanzados por las empresas enfocadas en seguros generales y determinar si estos responden a una estrategia. Se analizan datos oficiales de la Superintendencia de Bancos del Ecuador, de 27 compañías de seguros. Se identificaron cinco grandes actores que captan sobre el 50% del mercado, sin embargo no todas las grandes logran los mejores resultados, actores de menor tamaño dan muestras claras de haber pasado de la teoría a la práctica en lo que a estrategia se refiere.

Palabras clave:

Seguros, compañías, empresas, estrategia

Abstract

The insurance activity in Ecuador has changed considerably since its inception, the present paper aims to track the results achieved by companies focused on general insurance and determine if these respond to a strategy. Official data of the Superintendency of Banks of 27 insurance companies are analyzed. Five major actors were identified that capture over 50% of the market, however not all the big ones achieve the best results. Smaller actors give clear signs of having passed from theory to practice as far as strategy is concerned.

Keywords:

Insurance, companies, strategy

Introducción

Para entender lo que es el seguro se debe establecer su definición, para lo cual es necesario recurrir al Código de Comercio [CC]. 2003. DS-1147. RO 123: 7 de Diciembre de 1963 (Ecuador), que lo establece como "El contrato mediante el cual una de las partes, el asegurador, se obliga, a cambio del pago de una prima, a indemnizar a la otra parte, dentro de los límites convenidos, de una pérdida o un daño producido por un acontecimiento incierto; o a pagar un capital o una renta, si ocurre la eventualidad prevista en el contrato" (1). En Ecuador, la actividad aseguradora da sus primeros pasos en 1830 (Régimen Legal de Seguros [RLS], 2004), tiempo en el que va insertándose al mercado mundial a través de sus productos primarios, como el cacao ya conocido en la colonia (Acosta, A., 2001).

Hacia 1850 la economía del país tuvo un importante crecimiento debido al alza del precio del cacao, generando las condiciones para el desarrollo de actividades bancarias y de seguros entre otras, las primeras acciones en seguros en el país se realizaban a través de la gestión de agentes que representaban a compañías europeas (RLS, 2004). Luego de la colonia, el país requirió de muchos años para desarrollar el marco jurídico legal que posibilitara su avance (Miño, W., 2008), la promulgación de la primera ley de seguros se da en 1909, en 1927 se crea la Superintendencia de Bancos y en 1933 se dispone el control de la actividad aseguradora, en 1935 entró en vigencia el primer Reglamento de seguros que dio paso a la Ley de ese mismo año, en 1936 se expidió la primera Ley de Inspección y Control de Seguros (RLS, 2004). En 1943 inicia sus operaciones Seguros la Unión y en 1944 Seguros Sucre, entre 1950 y

1960 las Compañías de Seguros Ecuatoriano Suiza y Bolívar (Miño, W., 2008), en 1970 eran ya 22 compañías de seguros (Navarro, W., 1976) y 25 en 1980 (Miño, W., 2008). En 2013 el sector asegurador ecuatoriano con más de 30 compañías generaba 1,7 mil millones en primas anuales, cifra baja si se compara con países como Colombia que cuenta con 45 compañías y cerca de 9.000 millones de primas o Perú que con 14 compañías supera los 3.000 millones de primas anuales (Best's special report, 2013)

En 2015 la Superintendencia de Bancos autorizaba 29 tipos de pólizas de seguros, una amplia gama de riesgos se cubren mediante ramos orientados a vida, asistencia médica, incendio, lucro cesante, vehículos, transporte, marítimo, aviación, robo, dinero y valores, agropecuario, riegos técnicos (que agrupa 9 tipos de pólizas de seguros), responsabilidad civil, fidelidad, fianzas, crédito, BBB, multiriesgo y riegos especiales, de ellos "los seguros de vehículos, vida colectiva, incendio y líneas aliadas, accidentes personales, aviación, asistencia médica, y, transporte aglutinan el 64% del total de prima emitida". (Naranjo, C. y Muñoz, M., 2015: 60)

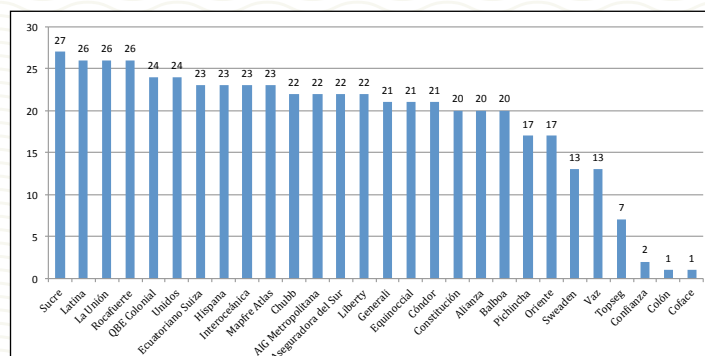
Toda operación comercial busca generar rentabilidad (Tennent, J., 2010), esto supone un conocimiento amplio del sector "para valorar y definir el punto referencial al que deben orientarse los directivos y el personal al dirigir la empresa y asignar los recursos" (García, S., 1993: 7) o dicho de otro modo "una vez conocida la realidad del mercado la dirección debe combinar los elementos -producto, precio, plaza y promoción- en las proporciones que maximicen la rentabilidad" (Manso, F., 2003: 685). Las compañías de seguros en el país se enfrentan a un entorno difícil, incesante competencia y un mercado en desarrollo con poca cultura aseguradora (Fundación MAPFRE, 2015). En el país se destinan USD 117 dólares al año, al pago de seguros, y, en la mayor parte de casos el motivo se basa en la obligación establecida en la condición de compra (Naranjo, C. y Muñoz, M., 2015), "por densidad de seguros, es decir, por prima per cápita en dólares, el Ecuador ocupa uno de los últimos lugares de la región" (Centeno, V. 2014: 53) y es que "algunas cosas se venden siempre como productos no buscados, en especial aquellos en lo que no nos gusta pensar o en los que no deseamos gastar dinero. Los seguros y artículos similares exigen ventas personales enérgicas y publicidad muy persuasiva (Lamb, Ch., Hair, J., y Mc Daniel, Ch., 2006: 12). Tradicionalmente el mercado asegurador se divide en seguros de vida y seguros generales o no vida. En el segmento de seguros generales, en 2015, cinco empresas concentraban el 44,14% de los activos, el 64,8% de utilidades, el 40,5% de patrimonio y el 53,38% de primas netas, sin embargo y a pesar de las altas tasas de participación en los rubros mencionados no todas ganan. Surge aquí un grupo de pequeños actores del sector asegurador, que se mezclan con las grandes empresas de seguros a la hora de lograr los mejores niveles de rentabilidad.

Frente a este panorama, el investigador se propone como objetivo realizar un seguimiento de los resultados logrados por las empresas enfocadas en seguros generales y determinar si existen indicios de que esos resultados sean casualidad o respondan a una estrategia, definida como:

¹Magíster en Gestión Estratégica Empresarial, Magíster en Marketing, Docente Universidad Técnica de Ambato - Ecuador, Asesor Productor de Seguros Calificado por la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, msanchez@uta.edu.ec

La búsqueda de una forma singular de competir, no porque sea la mejor manera de competir para todo el mundo, sino porque permite a una empresa adaptar específicamente las actividades de su cadena de valor. La estrategia consiste en optar por ofrecer un tipo de valor peculiar, en lugar de tratar de ofrecer el mismo tipo de valor mejor (Porter, M., 2006: 206).

Figura 2: Oferta de pólizas de seguros · Nacional 2015



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

O de conformidad a lo expuesto por Thomson, A., y Strickland, A. (2004) al decidir una estrategia se determinan mercados, necesidades y formas de operar, lo que para Gómez, V. y Palao, J., (2009) determina la productividad empresarial, entendida como los resultados alcanzados mediante la utilización de los recursos disponibles.

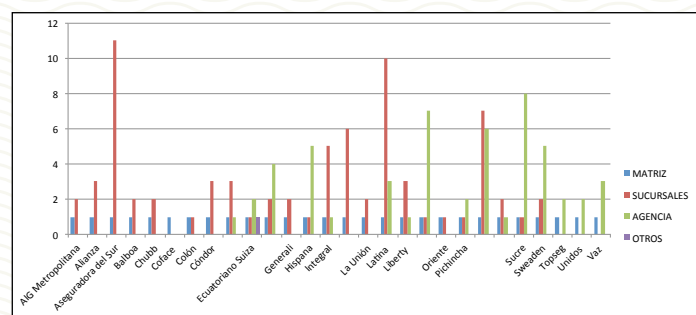
Metodología

La investigación es documental, la que según Bernal (2010), es la que se basa en el análisis de información escrita sobre el tema, así también es exploratoria y descriptiva porque "permite identificar las características del universo de investigación" (Méndez, C., 2001: 137). La población de estudio está constituida por 28 de 29 compañías de seguros que operan en el ramo de seguros generales, se excluye a AMA América S.A. Empresa de Seguros por iniciar operaciones en 2015. Se recabaron datos concernientes a presencia física en el mercado a través de formas como matriz, sucursal, agencia u oficina de representación comercial, número de pólizas ofertadas, primas netas, que significan "Aportación económica que ha de satisfacer el Asegurado a la Compañía en concepto de contraprestación por la cobertura de riesgo que ésta le ofrece" "Vocabulario Técnico". (2003). Quito: Seguros Sucre, activos, patrimonio y utilidades, correspondientes al período 2011 – 2015. La información recabada proviene de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Resultados

En la figura 1. Se observa la presencia de las compañías de seguros en el mercado, bajo distintas formas legales (matriz, sucursal, agencia u oficina de representación).

Figura 1: Presencia en el mercado · Seguros generales nacional



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
Elaboración: Mauricio Sánchez

Respecto del número de pólizas de seguros ofertadas; en lo que a ramos generales corresponde, se presentan en la figura 2., la oferta de cada compañía de seguros, de conformidad a datos de la Superintendencia de Bancos.

Tabla 1. Evolución en primas netas Nacional seguros generales 2011 – 2015

Compañías que operan en seguros generales	Primas netas recibidas en miles de dólares				
	años				
	2011	2012	2013	2014	2015
QBE Colonial	150.421	155.332	155.194	154.700	157.930
Equinoceal	93.686	127.668	160.634	174.627	169.550
AIG Metropolitana	58.919	59.058	62.213	67.297	76.281
Sucre	64.076	88.244	170.215	193.540	208.300
Chubb	63.603	116.410	108.546	113.771	119.388
Asesuradora del Sur	63.185	52.540	54.181	68.295	75.392
Mapfre Atlas	43.949	51.609	58.523	60.131	47.416
Unidos	44.053	47.469	55.989	59.335	35.746
Latina	40.322	41.997	45.323	49.667	33.674
Cóndor	11.289	9.285	12.141	16.632	18.536
Ecuatoriano Suiza	22.415	43.178	49.337	46.564	46.504
Oriente	31.360	34.006	38.115	27.073	25.414
Generali	22.153	23.136	25.185	27.559	25.426
Confianza	18.950	27.574	30.560	31.942	32.679
Alianza	23.726	22.055	28.085	40.471	27.753
Hispana	19.259	24.348	24.962	23.030	19.715
Pichincha	12.012	13.992	15.250	15.806	15.547
Rocafuerte	23.824	37.125	39.163	50.801	58.247
Interoceánica	16.326	14.874	17.917	16.312	11.208
La Unión	13.458	21.115	19.955	17.234	15.554
Vaz	8.910	9.347	11.876	13.414	13.033
Sweaden	11.294	13.963	17.059	20.455	20.906
Topseg	8.411	9.108	8.821	6.782	5.252
Constitución	5.919	6.500	6.639	5.552	7.444
Colón	3.032	4.059	3.944	2.948	2.272
Balboa	4.352	5.709	7.333	7.041	7.330
Coface	2.370	4.049	4.054	4.144	5.091
Liberty	-	-	59.549	61.268	45.263

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

Tabla 3. Evolución del patrimonio Nacional seguros generales 2011 –2015

Compañías que operan en seguros generales	Patrimonio en miles de dólares				
	años				
	2011	2012	2013	2014	2015
QBE Colonial	32.328	26.126	27.303	31.513	33.973
Equinoceal	16.161	22.340	27.895	33.381	34.098
AIG Metropolitana	28.683	29.961	33.866	23.204	25.772
Sucre	17.581	20.541	31.490	47.180	67.096
Chubb	12.384	21.443	25.692	29.339	32.107
Asesuradora del Sur	11.744	12.173	12.747	18.803	18.620
Mapfre Atlas	9.638	12.182	13.242	13.531	13.610
Unidos	5.454	6.383	7.820	10.744	12.265
Latina	7.991	9.159	10.981	12.202	14.881
Cóndor	18.862	19.075	19.446	20.187	23.304
Ecuatoriano Suiza	9.686	11.160	12.295	12.804	13.608
Oriente	5.228	5.901	3.283	4.992	5.003
Generali	7.913	8.241	8.259	9.242	10.422
Confianza	5.129	6.937	8.212	10.148	12.203
Alianza	4.123	4.255	5.491	7.324	11.732
Hispana	4.822	5.070	5.827	8.077	9.898
Pichincha	4.206	5.596	6.617	6.199	5.492
Rocafuerte	3.475	3.462	4.448	8.535	14.403
Interoceánica	3.640	2.653	3.209	4.352	4.304
La Unión	5.792	6.200	8.200	9.326	11.344
Vaz	3.350	4.225	5.429	5.837	5.870
Sweaden	2.018	3.567	4.584	5.690	8.841
Topseg	3.307	3.692	4.126	5.697	5.773
Constitución	2.479	2.722	1.701	3.945	4.457
Colón	1.646	1.975	2.359	2.518	2.679
Balboa	1.033	1.263	1.398	1.502	2.283
Coface	629	1.616	1.744	2.989	8.526
Liberty	-	-	6.257	9.807	8.142

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

La oferta de pólizas de seguros está encabezada por Seguros Sucre que propone 27 de 29 ramos posibles, en el límite inferior Colón y Coface presentan la menor oferta con 1 tipo de póliza cada una siendo éstas las pólizas de fianzas y crédito respectivamente. El promedio es de 15 pólizas de seguros por compañía, 19 empresas proponen 20 o más tipos de pólizas, 4 aseguradoras entre 10 y

Tabla 2. Evolución de activos Nacional seguros generales 2011 – 2015

Compañías que operan en seguros generales	Utilidades en miles de dólares				
	años				
	2011	2012	2013	2014	2015
QBE Colonial	2.989	-5.697	-1.231	2.810	-2.222
Equinoceal	3.638	3.948	5.451	5.449	20.495
AIG Metropolitana	6.093	6.912	6.277	2.526	3.322
Sucre	3.094	2.898	2.552	13.549	14.074
ACE	999	273	1.807	3.664	11.019
Asesuradora del Sur	1.148	387	516	449	70
Mapfre Atlas	1.038	1.723	2.160	531	-1.050
Unidos	271	1.070	1.433	2.977	-8.508
Latina	1.002	1.169	1.382	2.202	2.202
Cóndor	208	341	492	944	-1.420
Ecuatoriano Suiza	163	823	1.724	2.002	347
Oriente	325	57	-3	-1.201	-3.895
Generali	1	2	2	732	2.444
Confianza	1	4	2	2.898	2.010
Alianza	325	183	834	1.097	96
Hispana	289	252	760	2.118	681
Pichincha	2	3	2	1.549	626
Rocafuerte	-459	104	802	3.680	3.350
Interoceánica	-850	-1.357	95	-223	-1.956
La Unión	244	533	587	755	516
Vaz	799	1.126	1.031	971	29
Sweaden	187	679	582	1.261	2.200
Topseg	437	599	671	873	1.870
Constitución	18	-1.777	-1.020	-303	-2.471
Colón	229	387	384	332	443
Balboa	-147	132	64	88	129
Coface	210	275	129	1.245	2.033
Liberty	-	-	-8.408	-3.966	-8.777

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

Tabla 4. Evolución de utilidades Nacional seguros generales 2011 –2015

Compañías que operan en seguros generales	Activos en miles de dólares				
	años				
	2011	2012	2013	2014	2015
QBE Colonial	106.760	112.203	145.327	171.869	166.936
Equinoceal	85.492	128.294	170.433	202.138	229.209
AIG Metropolitana	48.612	59.754	72.477	72.790	76.630
Sucre	44.420	93.309	191.189	264.445	289.403
Chubb	35.118	74.421	76.604	75.637	99.932
Asesuradora del Sur	34.283	38.240	32.363	45.569	52.162
Mapfre Atlas	29.106	42.086	59.547	56.394	53.278
Unidos	43.724	48.322	64.824	63.941	43.993
Latina	34.836	41.587	45.915	57.988	51.064
Cóndor	30.253	33.881	33.443	36.736	45.528
Ecuatoriano Suiza	24.963	34.930	47.352	40.591	50.919
Oriente	21.771	37.090	36.279	39.006	35.918
Generali	20.782	23.021	24.979	28.343	32.406
Confianza	17.009	28.901	35.443	42.731	50.223
Alianza	15.680	19.393	21.278	33.322	35.704
Hispana	15.877	21.084	20.487	25.448	25.720
Pichincha	8.249	13.136	23.813	33.441	27.498
Rocafuerte	9.723	22.145	23.657	41.091	67.005
Interoceánica	24.816	19.601	19.748	16.962	17.852
La Unión	11.823	26.077	24.790	41.004	26.769
Vaz	12.859	15.465	19.870	21.837	19.801
Sweaden	11.502	14.599	16.635	20.898	24.892
Topseg	5.808	6.767	7.514	9.116	11.280
Constitución	7.890	13.468	11.761	12.618	14.958
Colón	4.299	6.034	7.231	8.656	9.945
Balboa	4.525	5.747	6.563	6.099	7.601
Coface	2.861	5.829	6.028	7.486	11.797
Liberty	-	-	61.159	73.217	60.885

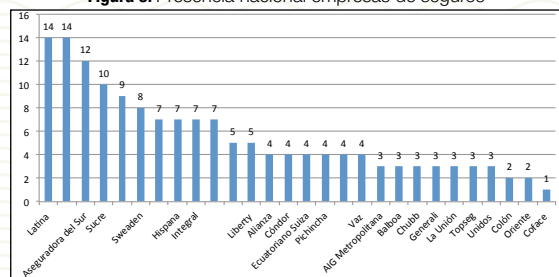
Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

19 y 4 organizaciones entre 1 y 9 ramos de seguros. En este último grupo se encuentran Topseg con una oferta de 7 ramos, Confianza 2, Coface 1 y Colón 1. La oferta de este grupo de empresas se centra en las pólizas de menor aporte en primas al sistema como son: Montaje y maquinaria, Equipo electrónico, Responsabilidad Civil, Fidelidad, Fianzas y Crédito, entre otras.

La mayor parte de empresas de seguros participan en el segmento de vehículos, ramo de mayor participación, accesibilidad y en consecuencia competencia.

En referencia a la presencia física de las empresas de seguros a través de oficinas, bajo las formas de matriz, sucursal, agencia u oficina de representación, se obtiene que Latina Seguros y QBE Colonial, son las empresas que mayor número de ubicaciones poseen, con 14 cada una, en el otro extremo se encuentra Coface, con una sola oficina, bajo la forma de matriz, esto se puede apreciar en la figura 3.

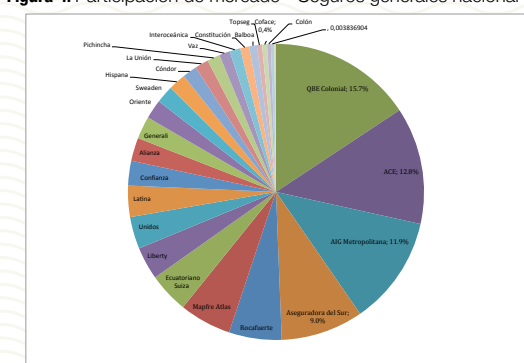
Figura 3. Presencia nacional empresas de seguros



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
Elaboración: Mauricio Sánchez

El sector tiene cinco grandes actores, Sucre, Equinoccial, QBE Colonial, ACE y AIG Metropolitana, que suman el 55,1% de participación de mercado, si se consideran las 10 de mayor participación se llega al 75,7%. En este grupo tres grandes empresas de seguros suman el 40,4%, cuatro tienen en promedio 2,4% de participación, 8 empresas un promedio de 1,5% y 6 un promedio de 5,5% de participación.

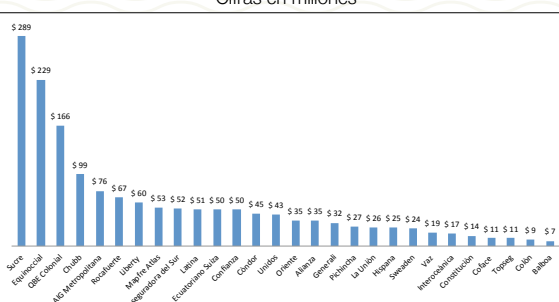
Figura 4. Participación de mercado - Seguros generales nacional 2015



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

En cuanto a activos, el sistema a 2015 sumó la cifra de 1.622 millones de dólares, de ellos el 17,8% están en poder de Seguros Sucre, 14,1% Equinoccial y 10,2% QBE Colonial, el resto muestran cifras inferiores al 10%.

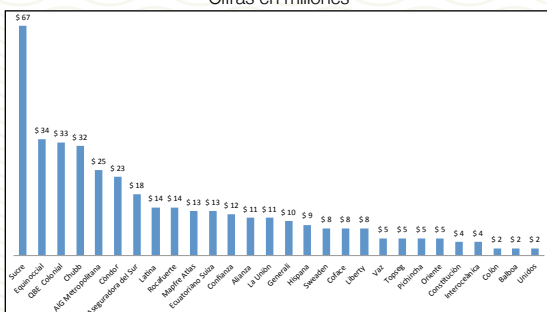
Figura 5. Nivel de Activos - Seguros generales nacional 2015
Cifras en millones



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

Respecto al rubro patrimonio Seguros Sucre supera la barrera de los 60 millones de dólares, Equinoccial, QBE Colonial y ACE superan la barrera de los 30 millones de dólares, AIG Metropolitana les sigue con poco más de 25 millones y se incluye en el grupo de las cinco más importantes Seguros Cóndor con 23,3 millones de dólares.

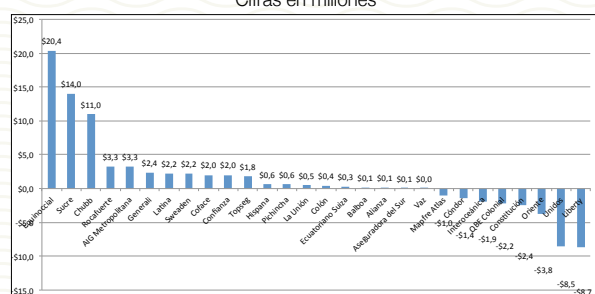
Figura 6. Nivel patrimonial - Seguros generales nacional 2015
Cifras en millones



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

Al pasar al análisis de las utilidades, se pueden observar que destaca Equinoccial con un promedio de 7,7 millones de dólares entre 2011 y 2015, siendo en el período de análisis una de las más consistentes a la hora de generar ganancias.

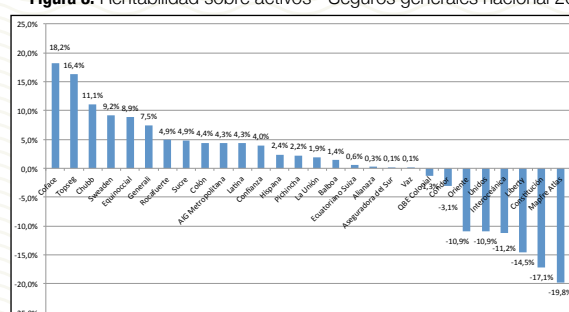
Figura 7. Nivel de utilidades - Seguros generales nacional 2015
Cifras en millones



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

En el análisis respecto de rentabilidad sobre activos aparecen en escena dos actores que encabezan la mejor relación entre utilidades y activos con 18,2% Coface y 16,4% Topseg, a pesar de que se ubican dentro de las cinco de menor participación de mercado, con 0,4% cada una.

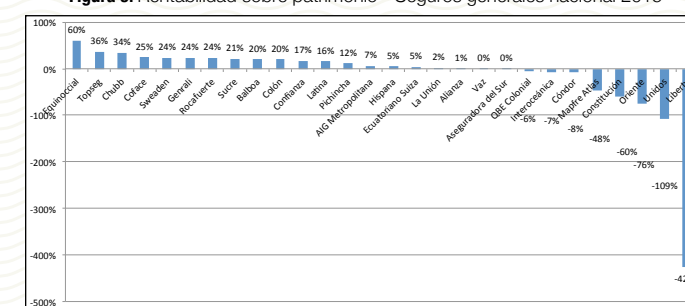
Figura 8. Rentabilidad sobre activos - Seguros generales nacional 2015



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

En la relación rentabilidad sobre patrimonio, se destacan: Equinoccial 60%, Topseg 36%, Chubb 34%, Coface 25%. En este grupo se encuentran dos empresas grandes por nivel de activos, patrimonio y participación de mercado y dos pequeñas, medidas por los mismos rubros.

Figura 9. Rentabilidad sobre patrimonio - Seguros generales nacional 2015



Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaboración: Mauricio Sánchez

Conclusiones

El estudio evidencia que la mayor participación de mercado, número de locaciones, variedad de productos, cantidad de activos o fortaleza patrimonial no garantizan los mejores resultados. QBE Colonial es la compañía que en promedio presenta el mejor nivel de primas con 154 millones, tiene por lo tanto la mayor participación de mercado, se encuentra en quinta posición oferta de seguros y segunda en presencia física por número de oficinas. La empresa más fuerte en términos de nivel patrimonial y activos en 2015 es Sucre, también es la número uno en oferta de pólizas y cuarta por número de oficinas a nivel nacional. En términos absolutos Equinoccial es la compañía que más gana entre 2011 -2015, presenta una oferta de 21 tipos de pólizas en sus 7 ubicaciones en diferentes provincias del país.

Al medir la rentabilidad sobre activos se obtiene que QBE Colonial presenta un resultado de -1,3%, Sucre 4,9% y Equinoccial 8,9%. Por su parte si se mide la rentabilidad sobre patrimonio QBE Colonial presenta un resultado de -6%, Sucre 21% y Equinoccial 60%.

Medidas de la misma forma, es decir rentabilidad sobre activos, Coface y Topseg encabezan los mejores resultados, alcanzan cifras de 18,2% y 16,4%, seguidas por Chubb con una cifra de 11,1%, el resto de compañías presentan cifras inferiores al 10%.

La medición de rentabilidad sobre patrimonio, refleja resultados que colocan a 4 compañías con cifras de 25% hacia delante, a la cabeza está Equinoccial con 60%, seguida de Topseg con 36%, Chubb con 34%, Coface con 25%, el resto presentan resultados de 24% hacia abajo.

En este contexto los resultados conseguidos por dos compañías de seguros; Coface y Topseg, que con una participación de mercado del 0,4%, activos por 11 millones de dólares y ventas por 5 millones de dólares anuales consiguen la mejor relación utilidades sobre activos y de las mejores relaciones utilidades sobre patrimonio, con la oferta de 1 solo tipo de póliza de seguros en el caso de Coface y 7 tipos de pólizas en el caso de Topseg, con una oficina de atención al público en el caso de la primera y tres en el de la segunda, permite establecer que éstas empresas encontraron "una forma singular de competir", o hasta el momento evidencian que sus decisiones sobre mercados, necesidades y formas de operar son las correctas, en un sector con un amplio número de actores en el que no todos ganan.

Referencias

Acosta, A. (2001). Breve historia económica del Ecuador. Quito. Corporación Editora Nacional.
Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Tercera edición. Colombia. Prentice Hall.
Best's special report. (2013). Perspectiva general del mercado de seguros de América Latina. Autor. Recuperado de http://www.ambest.com/latioamerica/pdfs/SR_2013
Centeno, V. (2014). Seguros, necesarios, rentables y en expansión. Gestión economía y sociedad. 243, 50-64.
Código de Comercio. (2000). Código de Comercio. Quito. Corporación de Estudios y Publicaciones.
Fundación Mapfre. (2015). El mercado asegurador latinoamericano en 2015. Madrid. Autor
García, S. (1993). Estrategia empresarial. Cómo implementar la estrategia en la empresa. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books>
Gómez, V., y Palao, J. (2009). Logre una empresa competitiva y de calidad. Lima. Palao Editores S.A.
Guardiola, A. (1990). Manual de introducción al seguro. Madrid. Editorial MAPFRE S.A.
Lamb, Ch., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). Marketing (Octava ed.). México. Thomson
Manso, F. (2003). Diccionario enciclopédico de estrategia empresarial. Ediciones Juan Díaz de Santos, S.A. Madrid
Méndez, C. (1988). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso investigativo. Bogotá. McGrawHill.
Miño, W. (2008). Breve historia bancaria del Ecuador. Quito. Corporación Editora Nacional
Navarro, G. (1976). La concentración de capitales en el Ecuador, 2ed. Quito. Ediciones Soliterra.
Naranjo, C., y Muñoz, M. (2015, julio). Especial seguros 2015. Revista Ekos. Recuperado de <http://ekosnegocios.com>
Porter, M. (2006). Estrategia y ventaja competitiva. Barcelona. DEUSTO
Tennent, J. (2010). Gestión Financiera. Quito. Ediecuatorial.
Thomson, A. y Strickland, A. (2004). Administración estratégica. 13a edición. México. McGrawHill.
Régimen Legal de Seguros. (2004). Régimen Legal de Seguros Legislación Conexa. Quito. Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones
Superintendencia de Bancos <http://www.sbs.gob.ec>
"Vocabulario Técnico". (2003). Quito: Seguros Sucre