



ECUADOR
UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
SEK
SER MEJORES

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“Análisis de la evaluación a las empresas de seguros por parte de los asesores
productores y su impacto en la participación de mercado en el ramo de vehículos en
Ecuador a 2016”.**

Realizado por:

JOSÉ MIGUEL ENCALADA JIMÉNEZ

Director de proyecto:

MSC. DIEGO HERRERA

Como requisito para la obtención del título de:

MÁGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Quito, 2017

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, JOSÉ MIGUEL ENCALADA JIMÉNEZ, con cédula de identidad 1709683906, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

José Miguel Encalada Jiménez

CI: 170968390-6

DECLARATORIA

La presente tesis de investigación titulada:

“Análisis de la evaluación a las empresas de seguros por parte de los asesores productores y su impacto en la participación de mercado en el ramo de vehículos en Ecuador a 2016”.

Realizado por:

JOSÉ MIGUEL ENCALADA JIMÉNEZ

Como requisito para la obtención del título de:

MÁGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Ha sido dirigido por el profesor

MSc. DIEGO HERRERA

Quien considera que ha sido un trabajo original de su autor

MSc. DIEGO HERRERA

DIRECTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi hijo José Miguel, principal fuente de motivación, luz y alegría en mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiar mi vida estudiantil.

A mi familia, por su apoyo constante.

A mis compañeros de maestría, por compartir sus conocimientos y enriquecer las clases.

A mi director de tesis, por su dedicación y compromiso para el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN

Considerando que el principal canal de comercialización de pólizas de cobertura vehicular en Ecuador es el asesor productor de seguros, el presente trabajo de investigación tiene como objetivos conocer qué atributos o características de las aseguradoras consideran los asesores productores para preferir una u otra, y si la evaluación que realicen de su satisfacción por el cumplimiento de estos atributos por parte de las empresas de seguros, tiene un impacto en la participación de mercado de cada una.

Para cumplir con estos objetivos, se realizó un grupo focal con expertos en seguros para determinar los atributos importantes para los asesores productores. Después con estos atributos se realizó una encuesta a un grupo significativo de asesores productores, para conocer su satisfacción sobre el cumplimiento de estos criterios por parte de siete empresas de seguros que comercializan pólizas vehiculares.

Se comparó los resultados de estas encuestas con la variación de la participación de mercado de los años 2015 a 2016, determinando la importancia de la relación.

El conocimiento de estos atributos y su impacto en la participación de mercado son relevantes para que las aseguradoras generen planes o iniciativas estratégicas de mejora que incrementen sus ventas.

ABSTRACT

Considering that the main commercialization channel for vehicle insurance policies in Ecuador are the insurance brokers, the present research has as objectives to know what attributes or characteristics brokers consider preferring one or other insurer, and if the assessment of their satisfaction with the fulfillment of these attributes by insurance companies, has an impact on the market share of each.

To achieve these objectives, a *focus group* was conducted with insurance experts to determine the important attributes for brokers. Then, with these attributes, a survey was carried out to a significant group of brokers, to know their satisfaction about the compliance of these criteria by seven insurance companies.

The results of these surveys were compared with the variation of the market share from 2015 to 2016, determining the importance of the relationship.

The knowledge of these attributes and its impact on the market share are relevant for insurers to generate strategic improvement plans or initiatives that increase their sales.

Tabla de contenido

FASE 1: El problema de investigación	13
1. Planteamiento del problema.....	13
1.1. Formulación del problema.....	13
1.2. Sistematización del problema	14
1.3. Objetivo general.....	14
1.4. Objetivos específicos	14
1.5. Justificación	15
1.5.1. Teórica	15
1.5.2. Metodológica	15
1.5.3. Práctica	15
1.6. Identificación y caracterización de variables	16
1.6.1. Variable independiente.....	16
1.6.2. Variable dependiente	16
1.7. Novedad y/o innovación.....	17
2. El método	17
2.1. Nivel de estudio	17
2.2. Modalidad de investigación.....	17
2.3. Método.....	18
2.4. Población y muestra	18
2.5. Operacionalización de las variables.....	19
2.6. Selección de instrumentos de investigación	20
2.6.1. Grupo focal o <i>focus group</i>	20
2.6.2. Encuestas	20
2.6.3. Investigación documental	20
2.7. Validez y confiabilidad de los instrumentos.....	20
3. Aspectos administrativos.....	21
3.1. Recursos humanos	21

3.2.	Recursos técnicos y materiales	21
3.3.	Recursos financieros	21
3.4.	Cronograma de trabajo	22
FASE 2: Fundamentación teórica y diagnóstico		23
1.	Fundamentación teórica	23
1.1.	Marco conceptual.....	23
1.2.	Marco teórico	24
1.2.1.	El seguro.....	24
1.2.2.	Seguro de automóviles	24
1.2.3.	El proceso de decisión del comprador	24
1.2.4.	Participación de mercado	25
1.2.5.	Encuestas	26
1.2.6.	Grupos focales, grupos de enfoque o <i>focus group</i>	26
1.2.7.	Análisis de correlación	27
1.2.8.	Determinación de la relevancia y fuerza de la asociación de las variables..	27
1.2.9.	Prueba de significancia del coeficiente de correlación	27
1.3.	Marco referencial	28
1.4.	Marco legal	30
1.4.1.	Ley general de seguros, codificación.....	30
1.4.2.	Normas generales para las instituciones del sistema de seguros privados .	30
1.4.3.	Código Monetario y Financiero	31
2.	Diagnóstico.....	32
2.1.	Ambiente externo.....	32
2.1.1.	Macro entorno.....	32
2.1.2.	Micro entorno.....	35
2.2.	Ambiente interno.....	37
2.2.1.	Cadena de valor	37
2.3.	FODA del sector asegurador	38
2.3.1.	Estrategias genéricas	39

3.	Investigación de campo.....	40
3.1.	Elaboración de los instrumentos de investigación	40
3.1.1.	Grupo focal o <i>focus group</i>	40
3.1.2.	Encuesta.....	41
3.1.3.	Investigación documental	41
3.2.	Recolección de datos.....	42
3.2.1.	Grupo focal o <i>focus group</i>	42
3.2.2.	Encuesta.....	42
3.2.3.	Investigación documental	43
3.3.	Procesamiento, análisis e interpretación.....	43
	FASE 3: Validación del proyecto de investigación y desarrollo	55
1.	Resumen de observación.....	55
2.	Inducción.....	55
3.	Hipótesis.....	56
4.	Probar la hipótesis por experimentación	56
5.	Demostración o refutación de la hipótesis.....	56
6.	Evaluación financiera	57
7.	Conclusiones y recomendaciones.....	64
7.1.	Conclusiones	64
7.2.	Recomendaciones	65
	Bibliografía	66
	Anexos	68
	Anexo 1.....	68
	Anexo 2.....	70

Índice de figuras

Figura 1. Cronograma de trabajo	22
Figura 2. Prima emitida	36
Figura 3. Cadena de valor	38
Figura 4. FODA del sector asegurador	39
Figura 5. Evaluación sobre el atributo porcentaje de comisión	45
Figura 6. Evaluación sobre el atributo tasa.	46
Figura 7. Evaluación sobre el atributo flexibilidad de negociación.....	47
Figura 8. Evaluación sobre el atributo atención en ventas.	47
Figura 9. Evaluación sobre el atributo atención en siniestros.....	48
Figura 10. Evaluación sobre el atributo rapidez de emisión.	49
Figura 11. Evaluación sobre el atributo servicio al cliente	49
Figura 12. Promedio de las evaluaciones.....	50
Figura 13. Coeficiente de correlación	54
Figura 14. Prima neta emitida vehículos	57
Figura 15. Índice de liquidez.....	59
Figura 16. Tasa de gasto operacional	60
Figura 17. Tasa de siniestralidad retenida.....	62
Figura 18. ROE	63

Índice de tablas

Tabla 1. Variable independiente	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2. Variable dependiente.....	19
Tabla 3. Recursos financieros	21
Tabla 4. Preguntas de la encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5. Investigación documental	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6. Evaluación de los asesores productores a las empresas de seguros	45
Tabla 7. Prima emitida ramo vehículos a 2015	50
Tabla 8. Prima emitida ramo vehículos a 2016	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9. Variación en participación de mercado.....	53
Tabla 10. Resultados del análisis de correlación	53
Tabla 11. Participación de prima emitida ramo vehículos	58
Tabla 12. Índice de liquidez.....	59
Tabla 13. Tasa de gasto operacional	60
Tabla 14. Tasa de siniestralidad retenida.....	61
Tabla 15. ROE.....	62

Análisis de la evaluación a las empresas de seguros por parte de los asesores productores y su impacto en la participación de mercado en el ramo de vehículos en Ecuador a 2016

FASE 1: El problema de investigación

1. Planteamiento del problema

El ramo de seguro vehicular es el de mayor venta en Ecuador, representando un 25% sobre el total de producción (Naranjo & Muñoz, 2016). El principal canal de comercialización de este ramo es el asesor productor de seguros, el cual tiene como uno de sus propósitos presentar al cliente alternativas de aseguramiento con empresas financieramente sólidas.

Siendo el asesor productor de seguros quien presenta las opciones al cliente en base a su experiencia de trabajo, las condiciones del seguro y su apreciación de los servicios de las diferentes empresas, se convierte en parte importante de la decisión.

Estos atributos o características que valoran los asesores inciden en las ventas de las empresas de seguros, por lo que existe impacto en la participación de mercado.

El conocimiento de estos atributos y la importancia relativa que les da este canal de comercialización, son significativos para que las empresas de seguros puedan generar planes o iniciativas estratégicas de mejora que incrementen sus ventas.

1.1. Formulación del problema

¿Cómo incide la evaluación de los asesores productores de seguros en la participación de mercado de las aseguradoras en el ramo de vehículos en Ecuador al 2016?

1.2. Sistematización del problema

¿Cuáles son los atributos que evalúan los asesores productores de seguros en el ramo de vehículos en Ecuador?

¿Cuál es la evaluación que dan los asesores productores a las empresas de seguros en el ramo de vehículos en Ecuador?

¿Cuál es la participación de mercado que tienen las empresas de seguros en el ramo de vehículos en Ecuador a 2016?

¿Cómo impacta la evaluación de los asesores productores en la participación de mercado de las aseguradoras en el ramo de vehículos en Ecuador?

1.3. Objetivo general

Analizar la incidencia de la evaluación de los asesores productores de seguros en la participación de mercado de las aseguradoras en el ramo de vehículos en Ecuador al 2016.

1.4. Objetivos específicos

- Identificar cuáles son los atributos que evalúan los asesores productores a las aseguradoras en el ramo de vehículos en Ecuador.
- Definir la evaluación que los asesores productores dan a las aseguradoras en el ramo de vehículos en el Ecuador al 2016.
- Estudiar la participación de mercado de las aseguradoras en el ramo de vehículos en Ecuador a 2016.
- Analizar el impacto de la evaluación de los asesores productores en la participación de mercado de las aseguradoras en el ramo de vehículos en Ecuador.

1.5. Justificación

1.5.1. Teórica

Aplicando conceptos de marketing sobre la decisión de compra con su proceso y la participación de mercado, la presente investigación pretende explicar los cambios dentro de la participación de mercado de las principales aseguradoras que comercializan pólizas de cobertura vehicular en Ecuador, considerando como principal canal de venta y guía sobre la decisión de compra al asesor productor de seguros.

1.5.2. Metodológica

Para lograr los objetivos se aplicarán los instrumentos de investigación:

- Grupo focal o *focus group*, para conocer los atributos que consideran los asesores productores para guiar a sus clientes hacia la contratación con una u otra empresa de seguros.
- Encuesta, para conocer la evaluación que dan los asesores productores a las empresas de seguros que comercializan pólizas vehiculares.
- Investigación documental, para conocer la participación de mercado de las principales aseguradoras que comercializan pólizas vehiculares.

1.5.3. Práctica

En Ecuador, el principal canal de comercialización del ramo de seguros vehiculares es el asesor productor de seguros, por lo que el conocimiento de los atributos que valora para colocar su producción en las diferentes empresas de seguros, además de su incidencia en la participación de mercado, permitirán a las empresas de esta industria:

- Enfocar sus tácticas de mejora en atributos realmente valorados.
- Reducir sus costos en los atributos menos valorados.
- Incrementar la participación de mercado.

- Brindar un mejor servicio.
- Mejorar la rentabilidad del negocio.
- Fidelizar a los asesores productores de seguros.

1.6. Identificación y caracterización de variables

1.6.1. Variable independiente

La variable independiente es la evaluación de los asesores productores de seguros.

Esta variable parte del conocimiento de los atributos o características que toman en cuenta los asesores productores de seguros para destinar su producción o clientes hacia una u otra empresa de esta industria. Para conocer los atributos se requiere efectuar una investigación de mercado.

Posteriormente, este listado de características se utiliza para realizar una encuesta a los asesores productores de seguros para conocer cómo evalúan a las principales empresas que comercializan el ramo de vehículos en Ecuador. Con los resultados se tiene un total para realizar el análisis de su impacto en la participación de mercado.

1.6.2. Variable dependiente

La variable dependiente es la participación de mercado de las aseguradoras en el ramo de vehículos.

La participación de mercado consiste en determinar el volumen total de ventas que se genera en el mercado de la empresa, (Kotler & Keller, 2006).

Para este fin, se tomará la información que ha reportado cada empresa de seguros del Ecuador sobre la prima emitida, al ente que rige esta actividad económica que actualmente es la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Bueno (2004), aclara que prima es el pago que recibe la aseguradora por los riesgos asumidos, en otras palabras, es el precio del seguro que el cliente paga.

1.7. Novedad y/o innovación

La investigación aportará con conocimiento de los factores que repercuten sobre la decisión de los asesores productores de seguros sobre una u otra empresa de seguros en el Ecuador, específicamente en el ramo de vehículos, además de determinar si esta evaluación tiene impacto en la participación de mercado de estas empresas. No se han realizado estudios con este enfoque en el país, por lo que se considera un aporte para el desarrollo de estrategias en las empresas de seguros, que permitan optimizar esfuerzos y uso de recursos con el objetivo de mejorar competitivamente.

2. El método

2.1. Nivel de estudio

El nivel de estudio de esta investigación es descriptivo, permitirá determinar los atributos que valoran los asesores productores y el cumplimiento de los mismos por parte de las empresas aseguradoras, específicamente en el ramo de vehículos.

También es de nivel correlacional, ya que se evaluará el impacto que tiene la evaluación de los asesores productores de seguros sobre la participación de mercado.

2.2. Modalidad de investigación

La modalidad de la investigación es de campo, porque la información sobre atributos valorados se recaba mediante un grupo focal con expertos, y la calificación de las empresas de seguros se recopila mediante encuesta con los asesores productores.

Para recabar la información acerca de la participación de mercado, se realiza una investigación documental, usando como fuente el sitio web de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, donde se encuentran los totales trimestrales acumulados de prima emitida por ramo y por aseguradora.

2.3. Método

El método de la presente investigación es el inductivo - deductivo, ya que parte del conocimiento de los atributos que valoran los asesores productores de seguros, y de la evaluación que realicen sobre estos atributos de las aseguradoras en el ramo de vehículos, para analizar su incidencia en la participación de mercado.

2.4. Población y muestra

La población son los asesores productores de seguros en Ecuador, con credenciales aprobadas por el ente regulador, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Actualmente se registran 424 con personería jurídica y 553 personas naturales (Naranjo & Muñoz, 2016).

Teniendo en cuenta la población, se calcula el tamaño de la muestra con la expresión:

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

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: población total, 977

e: límite de error muestral aceptable, 10%

Z: nivel de confianza, 1,65 para un grado de confianza del 90%.

p: 0,5

q: 0,5

$$n = \frac{977 \times 1,65^2 (0,5 \times 0,5)}{0,10^2 \times (977 - 1) + 1,65^2 (0,5 \times 0,5)}$$

$$n = 63,69$$

2.5. Operacionalización de las variables

Variable independiente: evaluación de los asesores productores de seguros.

Tabla 1

Variable Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas instrumentos
La evaluación de los asesores productores de seguros se conceptualiza como: La calificación que dan los asesores productores de seguros, a las siete empresas con mayor participación de mercado en la comercialización del ramo vehículos, de los elementos que valoran para destinar su producción.	Porcentaje de comisión	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría el monto de comisión que paga la empresa de seguros?	Grupo focal para ponderar la calificación que los asesores productores de seguros le dan a cada elemento. Encuesta estructurada a los asesores productores de seguros que comercializan seguros vehiculares.
	Atención en ventas	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la atención en ventas de la empresa de seguros?	
	Atención en siniestros	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la atención en siniestros de la empresa de seguros?	
	Flexibilidad de negociación	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la flexibilidad de negociación de la empresa de seguros?	
	Velocidad de emisión y entrega de pólizas	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la velocidad de emisión y entrega de pólizas de la empresa de seguros?	
	Tasa	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría las tasas de seguro vehicular de la empresa de seguros?	
Servicio al cliente	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría el servicio al cliente de la empresa de seguros?		

Variable dependiente: participación de mercado de las aseguradoras del ramo vehículos en Ecuador.

Tabla 2

Variable dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas instrumentos
Participación de mercado tiene el siguiente concepto: Son las ventas de la empresa expresadas como porcentaje de las ventas totales del mercado.	Participación de mercado.	% de participación de la empresa de seguros en el total de primas vehiculares emitidas en el mercado ecuatoriano.	¿Cuál es el porcentaje de participación de la empresa de seguros en el mercado de seguros vehiculares?	Investigación documental, información del total de primas emitidas en el ramo de vehículos, datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

2.6. Selección de instrumentos de investigación

2.6.1. Grupo focal o *focus group*

Se realiza un grupo focal en la ciudad de Quito con personas expertas en seguros, para definir cuáles son los elementos que valoran los asesores productores para la selección de las empresas a las que destinan su producción. Se utiliza esta técnica cualitativa ya que, mediante la discusión de expertos en el tema, se llega a definir cuáles son los atributos que realmente valoran los asesores productores en su relación comercial con las aseguradoras.

2.6.2. Encuestas

Se aplican para determinar la evaluación que dan los asesores productores a las empresas de seguros sobre los atributos que se definieron en el grupo focal. Se utiliza esta técnica por generar información cuantitativa sobre el criterio de los asesores, que de acuerdo al tamaño de la muestra es representativa sobre el universo.

2.6.3. Investigación documental

Para recabar la información acerca de la participación de mercado, se realiza una investigación documental, usando como fuente el sitio web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, donde se encuentran los totales trimestrales de prima emitida por ramo y por aseguradora.

2.7. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Para garantizar la validez y confiabilidad de los instrumentos que se utilizan, sobre el grupo focal se revisa el resultado con otros expertos en seguros vehiculares, para verificar que los criterios definidos son correctos.

Para la realización de las encuestas se coloca a prueba el formato mediante pilotos, para identificar problemas de comprensión en las preguntas. Para determinar la muestra se utiliza un nivel de confianza del 90% y un límite de error muestral de 10%, tomando en cuenta la limitación de tiempo y recursos en la investigación.

Con respecto a la investigación documental, se utiliza información de la fuente oficial o ente regulador de la industria de seguros en Ecuador, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

3. Aspectos administrativos

3.1. Recursos humanos

- Investigador principal.
- Director de tesis.

3.2. Recursos técnicos y materiales

- Computador.
- Paquete Office.
- Presentes para participantes en encuesta.
- Presentes para participantes en grupo focal.

3.3. Recursos financieros

Tabla 3

Recursos financieros

N°	Descripción	Valor
1	Computador	500,00
2	Paquete de Office	100,00
3	Sala para grupo focal	200,00

4	Presentes a participantes de encuesta	200,00
5	Presentes a participantes de grupo focal.	100,00
Total		1.100,00

3.4. Cronograma de trabajo

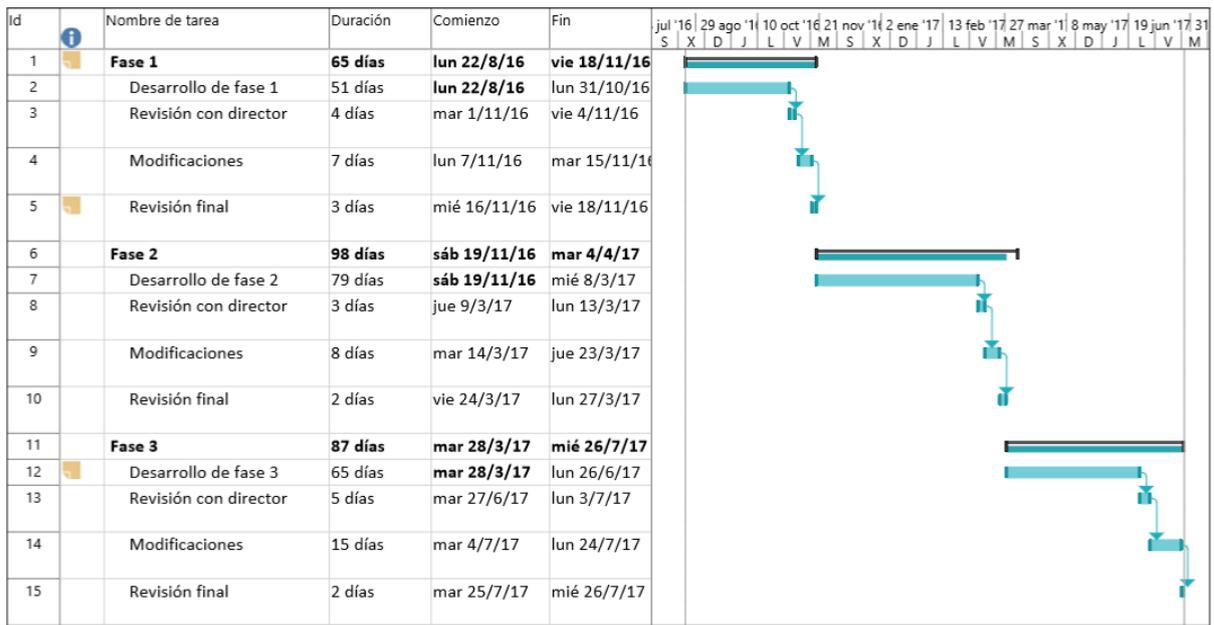


Figura 1. Cronograma de trabajo

FASE 2: Fundamentación teórica y diagnóstico

1. Fundamentación teórica

1.1. Marco conceptual

1.1.1. Accidente. - Bueno (2004), señala que accidente es “hecho casual y no esperado, de efectos imprevistos, que generalmente reporta consecuencias económicas o personales” (p.154).

1.1.2. Asesor productor de seguros. - También denominado bróker, APS o corredor de seguros, es la persona natural o jurídica independiente del asegurador, que realiza la intermediación entre los asegurados y la compañía de seguros, actividad por la cual recibe una comisión porcentual de las primas que el asegurado haya pagado. (Bueno, 2004).

1.1.3. Cobertura. - Es el compromiso aceptado por parte del asegurador, de cubrir la pérdida económica en caso de siniestro o accidente del bien o persona asegurada. (Bueno, 2004).

1.1.4. Deducible. - Es un monto que se establece en la póliza, mismo que no será indemnizado por el asegurador. (Bueno, 2004).

1.1.5. Prima. - Es el pago o el valor que percibe la empresa aseguradora por los riesgos que cubre en la póliza. (Bueno, 2004).

1.1.6. Ramo. - Tipos de seguro relativos a riesgos de cualidades o naturaleza similares. (Bueno, 2004).

1.1.7. Riesgo. - Es la posibilidad de una pérdida económica, cuyo origen es un accidente, hecho fortuito indeseable o desventajoso. Desde la perspectiva del seguro, el riesgo debe ser incierto o aleatorio, lícito, posible, fortuito, concreto y de orden económico. (Bueno, 2004).

1.1.8. Seguro vehicular. - Es el seguro que cubre los daños o la pérdida por resultado de la utilización de los vehículos automotores. Protege daño propio del vehículo como

consecuencia de choque, volcadura, incendio y robo, también incluye cobertura por daños a terceros (Bueno, 2004).

1.1.9. Siniestralidad. - De acuerdo al Curso de Introducción al Seguro de la Fundación Mapfre de España (2011), siniestralidad es la división del monto total de siniestros y las primas recibidas por un ente asegurador.

1.1.10. Siniestro. - Son los daños que tienen como origen un accidente. (Bueno, 2004).

1.2. Marco teórico

1.2.1. El seguro

Bueno (2004), indica que el seguro es un contrato con el que el asegurador se obliga ante al asegurado a pagar una cantidad definida en el caso de que se suscite un siniestro del bien asegurado, como contraprestación del pago que recibe. Es una actividad que transforma los riesgos en pagos periódicos presupuestables. Su objeto es compensar el perjuicio económico consecuencia del siniestro.

1.2.2. Seguro de automóviles

Este seguro cubre los daños ocasionados como consecuencia de accidentes producidos por la circulación de vehículos. Sus coberturas son:

- Choques o volcaduras.
- Incendio, rayo o explosión.
- Robo total
- Daños a terceras personas o propiedad ajena (responsabilidad civil).

1.2.3. El proceso de decisión del comprador

De acuerdo a Kotler & Armstrong (2003), el proceso de decisión de compra consta de las siguientes cinco etapas.

1.2.3.1. Reconocimiento de la necesidad

Es la etapa en la que el comprador reconoce la necesidad, y se eleva a un nivel de impulso. Esta necesidad puede despertarse por estímulos externos también.

1.2.3.2. Búsqueda de información

El comprador buscará información en una cantidad acorde al impulso de compra, la información que ya disponga, el valor que tenga la nueva información y el gusto que tenga al buscarla. El comprador acudirá a fuentes personales, comerciales, públicas y experimentales.

1.2.3.3. Evaluación de las alternativas

La forma en que el consumidor evalúa las opciones de compra depende de su individualidad y la situación de compra. La mayoría de los consumidores toma en cuenta algunos atributos, dándole a cada uno de ellos un peso distinto.

1.2.3.4. Decisión de compra

La decisión de compra del individuo será adquirir la opción que complete de mejor forma los atributos que considere importantes.

1.2.3.5. Conducta posterior a la compra

Después de comprar el producto o servicio, el consumidor sentirá satisfacción o insatisfacción en mayor o menor grado, de acuerdo a la brecha que se genere entre sus expectativas y el desempeño percibido del producto o servicio adquirido.

1.2.4. Participación de mercado

Según Kotler & Keller (2006), la participación de mercado es el volumen de ventas de la empresa señaladas como porcentaje de las ventas totales del mercado.

La participación del mercado servido son las ventas de la empresa como porcentaje del total de las que generarían todos los compradores que tienen los recursos y están dispuestos a adquirir el producto a dicha empresa.

La participación de mercado relativa es la participación de mercado de la empresa con respecto a la del competidor principal.

1.2.5. Encuestas

El autor Malhotra (2004), indica que las encuestas son entrevistas a un gran número de personas mediante el empleo de un cuestionario prediseñado. Se pueden utilizar para obtener una gran variedad de datos, además de servir para segmentación de mercado, establecer perfiles de consumidor, determinar la imagen de un producto, medida y posición, etc.

De acuerdo a Méndez (2001), la encuesta permite conocer los motivos, actitudes y criterios de los individuos con respecto al objeto que se investiga. Indica también que se requiere conocer el peligro que conlleva su realización, de traer subjetividad por la presunción de hechos y situaciones por parte de quien responde.

Para realizar una encuesta es necesario definir el universo de investigación, y de ser este muy amplio, se debe definir una muestra representativa del mismo. Para analizar los datos se debe establecer procedimientos de codificación y tabulación de la información en tablas o cuadros.

1.2.6. Grupos focales, grupos de enfoque o *focus group*

Un grupo de enfoque de acuerdo a Malhotra (2004), es una entrevista no estructurada realizada por un moderador capacitado, a un conjunto de individuos. El moderador guía el intercambio de opiniones, que puede conseguir resultados inesperados. Es el procedimiento de investigación cualitativa más importante. Sus principales características son:

- Tamaño de grupo de ocho a doce personas.
- El grupo debe estar compuesto de forma homogénea.
- La atmósfera debe ser relajada e informal.

- La duración debe ser de una a tres horas.
- Su registro se realiza con grabadoras de audio y video.
- Le moderador debe tener habilidades de observación y comunicación.

1.2.7. Análisis de correlación

Según Mason, Lind y Marchal (2003), el análisis de correlación tiene el objeto de medir la intensidad de la asociación entre variables, utilizando métodos estadísticos. Se utiliza el coeficiente de correlación o también denominado r de Pearson, que describe la intensidad de la relación. Toma un valor entre -1,00 y 1,00 inclusive.

1.2.8. Determinación de la relevancia y fuerza de la asociación de las variables

De acuerdo a Malhotra (2004), la fuerza y la significancia de la asociación entre variables Y y X , se define con el coeficiente de determinación r^2 , que es el cuadrado del coeficiente de correlación simple. Es un número entre 0 y 1, y explica la proporción de la variación total en Y que se explica por la variación en X .

1.2.9. Prueba de significancia del coeficiente de correlación

Malhotra (2004), indica que para comprobar la significancia estadística de la relación lineal entre las variables Y y X , es necesario realizar una prueba de hipótesis:

$$H_0: \rho_1 = 0$$

$$H_1: \rho_1 \neq 0$$

La hipótesis nula señala que no hay una relación lineal entre Y y X . La hipótesis alternativa es que sí existe una relación. Se aplica el valor t .

$$\text{Prueba } t \text{ para el coeficiente de correlación: } t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Donde:

r: coeficiente de correlación

n: cantidad de observaciones

El resultado del cálculo se compara con la distribución t de Student, de acuerdo al nivel de significancia que se defina. Si el valor calculado de t es mayor, implica que existe una relación lineal entre Y y X.

1.3. Marco referencial

Artículo

Tema: Fidelización y rentabilización de usuarios de seguros todo riesgo de vehículos por medio de la venta cruzada y la venta escalonada. Un enfoque promocional para la industria aseguradora.

Autor: Carlos Gabriel Contreras Serrano

Año: 2015

Resumen: En esta investigación se desarrolló una segmentación de clientes de seguros vehiculares, mediante un análisis de 560 tomadores de pólizas en Colombia, para definir la aceptación de promociones de venta cruzada y en escalones por segmento. La aplicación de este modelo dio como resultado que las promociones que se usan para venta cruzada funcionan para fidelizar clientes que generan rentabilidad y la aplicación de venta escalonada sirve para incrementar la rentabilidad de clientes fieles. En la investigación se nota lo importante del precio sobre la predilección de una póliza vehicular. También propone como tema de discusión el hecho de que los asesores productores de seguros tienden a tratar de comercializar la totalidad del portafolio de productos a los clientes, por lo que en caso de que existan síntomas de fuga, la empresa no dispone de otros productos o servicios para tratar de retenerlos, y solo pueda optar por bajar sus precios.

Artículo

Tema: Atributos relevantes de calidad en el servicio y su influencia hacia la lealtad de marca en la industria aseguradora de automóviles en México.

Autor: Jorge Vera Martínez y Marco Tulio Espinosa Mascarúa

Año: 2013

Resumen: El objetivo de este estudio fue identificar las características que tienen mayor influencia en la lealtad del cliente hacia la empresa de seguros en el ramo de vehículos, tomando en cuenta las siguientes sobre siniestros: servicio del taller, rapidez de atención post siniestro, servicio médico, trato amable, cobertura del siniestro y ética. Sobre contratación los atributos que se tomaron en cuenta: reputación de la empresa, servicios complementarios, amabilidad en la contratación y precio justo.

Como resultados, se obtuvo que la calidad en el servicio más significativo es la ética percibida en la aseguradora para cubrir el siniestro, que comprende el temor del siniestrado de que la empresa de seguros use cualquier justificación técnica o legal para no pagar. Otros factores en la calidad de servicio que resultaron determinantes en las mediciones de lealtad fueron reputación de la empresa de seguros en la contratación y rapidez en atención.

Artículo

Tema: Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio de Maracaibo.

Autor: Gerardo Romero y Jorge Romero.

Año: 2006

Resumen: Este artículo tuvo el objetivo de determinar la satisfacción de los clientes de las aseguradoras en Maracaibo y definir los componentes de calidad que determinan la satisfacción e influyen en su comportamiento de compra.

Los resultados de este estudio evidenciaron que los clientes de las aseguradoras en Maracaibo sienten seguridad por la solidez financiera de las empresas, y consideran que el

servicio tiene un trato amable, pero existe debilidad en los tiempos de ejecución. También se indicó que las instalaciones no les parecen importantes para la prestación del servicio, ni la utilización de personajes deportivos en las campañas publicitarias. La satisfacción de los clientes tiene sus valores más bajos en los aspectos de confiabilidad y respuesta.

1.4. Marco legal

1.4.1. Ley general de seguros, codificación

Esta ley rige la constitución, actividades y funcionamiento de las personas jurídicas y naturales que integran el sistema de seguro privado (SBS, 2014). Actualmente el ente regulador es la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

En esta ley se clasifica a estas empresas en de seguros generales y de seguros de vida.

En el artículo 7, se define a los asesores productores de seguros como personas naturales que gestionan y obtienen contratos de seguros a nombre de una o varias empresas, y se rigen por el contrato mercantil de agenciamiento. Las agencias asesoras productoras de seguros son personas jurídicas con la misma finalidad descrita para las personas naturales.

Dentro del artículo 14, se especifica el capital mínimo legal para constitución de las empresas de seguros, que es de \$ 8 millones de dólares de los Estados Unidos de América.

Esta ley también trata acerca de las reservas técnicas y los requerimientos de solvencia.

1.4.2. Normas generales para las instituciones del sistema de seguros privados

El título IX sobre la transparencia de la información (SBS, 2012), en el artículo 7, señala que el comité de ética de la empresa de seguros deberá basarse, entre otros principios, en la transparencia, que es desglosada en los siguientes puntos:

- Brindar información completa a los clientes de seguros sobre productos, servicios y precios de los mismos;
- Transmitir información contable y financiera fehaciente;

- La publicidad de la empresa de seguros deberá ser clara, precisa, oportuna, veraz y completa, sobre los productos y servicios ofertados, con principios de competencia leal y de buena práctica de negocios. Debe estar exenta de elementos que pudieran inducir a una interpretación incorrecta de los atributos de los productos y servicios que ofrecen.

1.4.3. Código Monetario y Financiero

Publicado en el Segundo Suplemento del Registro Oficial N° 332 de 12 de septiembre de 2014, establece la nueva normativa aplicable al mercado asegurador del país, y de acuerdo a Saltos (2015), dentro de las principales reformas se encuentran:

- El ente que controla el sector es la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, sustituyendo a la ex Superintendencia de Bancos y Seguros.
- El capital mínimo legal para la constitución de una empresa de seguros es de \$ 8 millones de dólares y para reaseguros \$ 13 millones de dólares.
- Las compañías de seguros obligatoriamente deberán invertir sus reservas técnicas, legales y al menos el 60 del capital pagado en fondos de inversión, títulos de mercado, bienes raíces e instrumentos financieros.
- Se determina que las tarifas y notas técnicas de las pólizas deberán ser aprobadas previamente por la Superintendencia.
- Se deberá retener el 95% de la prima neta emitida en los ramos de vida, accidentes personales, asistencia médica y vehículos, lo que implica que no se reasegure más del 5% en dichos ramos.

2. Diagnóstico

2.1. Ambiente externo

2.1.1. Macro entorno

2.1.1.1. Factor político

La administración de gobierno del periodo 2013 - 2017, ha generado una mayor regulación en el sector asegurador del Ecuador, estableciendo una nueva normativa que ha impactado en las utilidades de las empresas de este sector. De acuerdo a Brito (2016), ejemplo de esta afectación es la obligatoriedad de retener el 95% de las primas de los ramos de vehículos, vida, accidentes personales y asistencia médica, debiendo generar una reserva en efectivo con impacto directo en las utilidades. De igual manera el Código Monetario aprobado en septiembre de 2014 definió que el capital mínimo legal para constituir una empresa de seguros es de \$ 8 millones de dólares, como plazo inicial de cumplimiento se estableció marzo del 2015, pero se extendió 18 meses más, es decir hasta septiembre de 2017. La misma autora indica que tomando en cuenta los balances a diciembre de 2015, 12 empresas de seguros generales y 15 aseguradoras de vida no llegan al monto exigido, por lo que sus accionistas deberán decidir si capitalizan, se fusionan con otras empresas o las liquidan.

2.1.1.2. Factor económico

La baja del precio del petróleo ha golpeado la economía del país, que depende en gran medida del gasto público. De acuerdo a Vela (2016), en el periodo 2000–2006 el precio del petróleo ecuatoriano promedió \$ 30,5 dólares por barril; en 2007-2014 subió a un promedio de \$ 80,3 y en 2015-2017 se calcula un promedio por debajo de \$ 50,0. El gobierno ecuatoriano en el periodo comprendido entre 2007 y

2014, con la idea de lograr el buen vivir, ingresó a la economía del país \$ 231.669,0 millones de dólares, elevando el gasto fiscal del 21% al 37% del PIB en dicho periodo. A 2015, con el precio cerca de los \$ 40,0 dólares por barril, el ajuste del gasto público cerró en un 24% del PIB. La insostenibilidad del gasto afecta al aparato productivo privado.

De acuerdo a Brito (2016), el sector de seguros generales recibió \$ 1.119 millones de dólares en primas en 2015, lo que refleja una disminución del 5% con respecto a 2014. La caída de las ventas en este sector se debe principalmente a causas económicas del país, además de la disminución de la compra de vehículos nuevos y la eliminación del seguro obligatorio de accidentes de tránsito SOAT de las empresas privadas.

2.1.1.3. Factor social

De acuerdo a Samaniego (2016), el porcentaje de pobreza ha caído de 42,2% en 2005 a 23,3% en 2015. El coeficiente de Gini muestra que la desigualdad económica disminuyó, reduciéndose 13% para ubicarse en 0,48 actualmente.

Hidalgo (2016) señala que ha existido una caída de 2,8% en la tasa de empleo adecuado entre diciembre de 2014 y el mismo mes de 2015, que obedece a la disminución de 60.000 puestos de trabajo, pasando de 3'545.802 empleos a 3'487.110.

El desempleo a marzo de 2016 ascendió a 7,4%, afectando en mayor proporción a los grupos de edad de 15 a 19 años y de 20 a 24 años. (Samaniego, 2016).

2.1.1.4. Factor tecnológico

Dentro del sector seguros, a medida que avanza la tecnología, las propuestas hacia los clientes se modernizan. Parra (2015) señala que las empresas están

buscando nuevas formas de comunicación y comercialización apoyadas en la tecnología. Los servicios nuevos que se han implementado son:

- La cotización online, que permite al cliente cotizar el seguro que desea, ingresando datos básicos de contacto y el bien a asegurar.
- Chat en línea, para atender rápidamente los requerimientos de servicio de los clientes.
- Reporte de siniestros en línea, eliminando la tramitación del reclamo de seguro con documentos físicos.
- Seguimientos de siniestros, vía web y por aplicación de telefonía móvil.
- CRM para administrar la relación con el cliente, generando un registro de todas las interacciones que se generan, para mediante análisis definir preferencias que puedan apoyar la creación de productos o servicios nuevos.

2.1.1.5. Factor cultural

Zavala (2016), ha manifestado que:

De varios estudios desarrollados por la Unidad de Investigación Económica y Mercado de Ekos, alrededor del 39% de la población manifiesta tener al menos 1 seguro contratado, de los cuales el 79% aseguran sus bienes por voluntad propia, mientras que el 21% restante considera a la póliza de seguros como un gasto y por tanto una pérdida de recursos. (p.52)

Estas cifras evidencian que existe poca cultura de prevención en Ecuador, por lo que el mercado de seguros puede considerarse inmaduro.

2.1.2. Micro entorno

El análisis se realiza en base al modelo de las cinco fuerzas de Porter (1980), que se basa en la suposición de que los participantes del mercado compiten para lograr la mayor porción de los beneficios que genera el sector.

2.1.2.1. Clientes

En Ecuador la cultura de seguros no se ha generalizado, por lo que muchos lo consideran un gasto innecesario, presionando a las empresas a bajar sus precios para acceder a estas coberturas. No existe relación con la empresa de seguros después de la compra, por lo que las empresas deben esforzarse por tangibilizar los beneficios y generar una conexión con los clientes más allá del pago de siniestros.

Los asesores productores de seguros son el principal canal de venta de la mayoría de las empresas de seguros generales, por lo que se consideran como clientes directos, con los cuales es necesario mantener una relación cercana, para compartir información y recursos, logrando su preferencia al momento de presentar cotizaciones a los clientes finales. Para este fin las empresas de seguros manejan el monto de comisión que se les paga, los precios de los seguros, además de crear planes de incentivos que logren generar una preferencia.

2.1.2.2. Proveedores

Los proveedores más importantes del sector de seguros son los que brindan servicios adicionales que se incluyen en las pólizas, para tangibilizar los beneficios de la contratación de un seguro. Dentro de las pólizas vehiculares se incluyen servicios como la asistencia mecánica, traslado en caso de avería o accidente, préstamo de un vehículo en un número definido de días en caso de siniestro. Algunas empresas incluyen otros como cobertura exequial y asistencia médica en caso de accidente.

Estos proveedores, a pesar de existir un número limitado de ellos, no tienen el poder de negociación, dado que existe una fuerte competencia en su sector.

2.1.2.3. Competencia

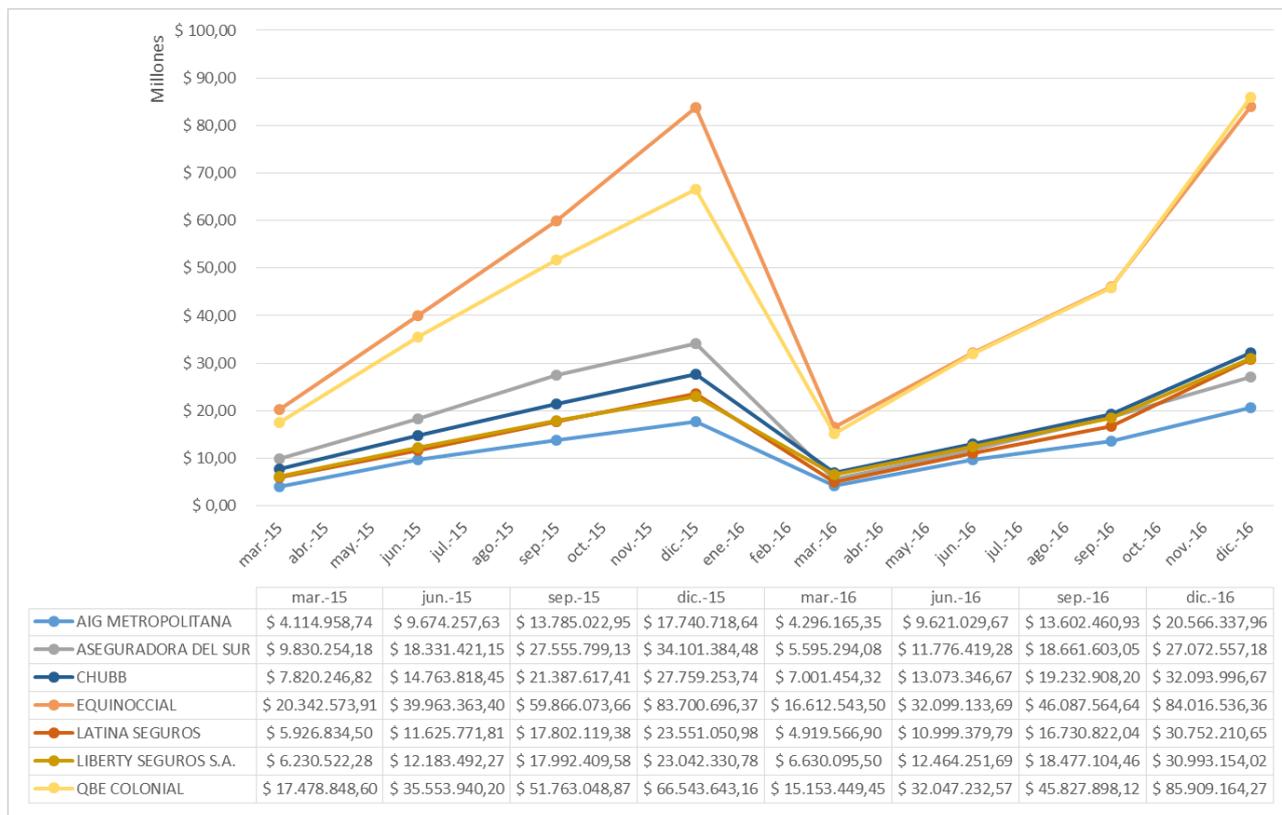


Figura 2. Prima emitida

En la ilustración se detalla el total de prima emitida trimestral, acumulada anualmente, de las principales empresas de seguros en Ecuador, de acuerdo a la información de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Ranking (2017).

A diciembre de 2015, la empresa con mayor valor acumulado de prima emitida en el ramo de vehículos es Equinoccial, con \$ 83'700.696 dólares. Le sigue a continuación QBE Colonial, con \$ 66'543.643 dólares. En tercer lugar, se encuentra Aseguradora del Sur, con \$ 34'101.384 dólares.

Se puede observar que en los trimestres siguientes la situación cambia en cuanto a las posiciones de mayor producción, a junio de 2016 QBE Colonial pasa

a primer lugar desplazando a Equinoccial al segundo puesto, y Aseguradora del Sur pasa al quinto puesto.

Las pólizas vehiculares prácticamente no tienen diferenciación en cuanto a coberturas, lo que hace que las empresas compitan en precios y servicio.

2.1.2.4. Amenaza de nuevos competidores

El Código Monetario aprobado en septiembre de 2014 estableció que el capital mínimo legal para constituir una empresa de seguros es de \$ 8 millones de dólares, como plazo inicial de cumplimiento se estableció marzo del 2015, pero se extendió 18 meses más, es decir hasta septiembre de 2017 (Brito, 2016). Este monto representa una barrera de entrada de nuevos competidores, que junto con los factores políticos y económicos del país, hacen poco probable que nuevos actores ingresen al mercado.

2.1.2.5. Productos sustitutos

No existe un sustituto para el seguro vehicular, más allá de la prevención.

2.2. Ambiente interno

2.2.1. Cadena de valor

De forma normal, las empresas de seguros generales tienen la siguiente cadena de valor:

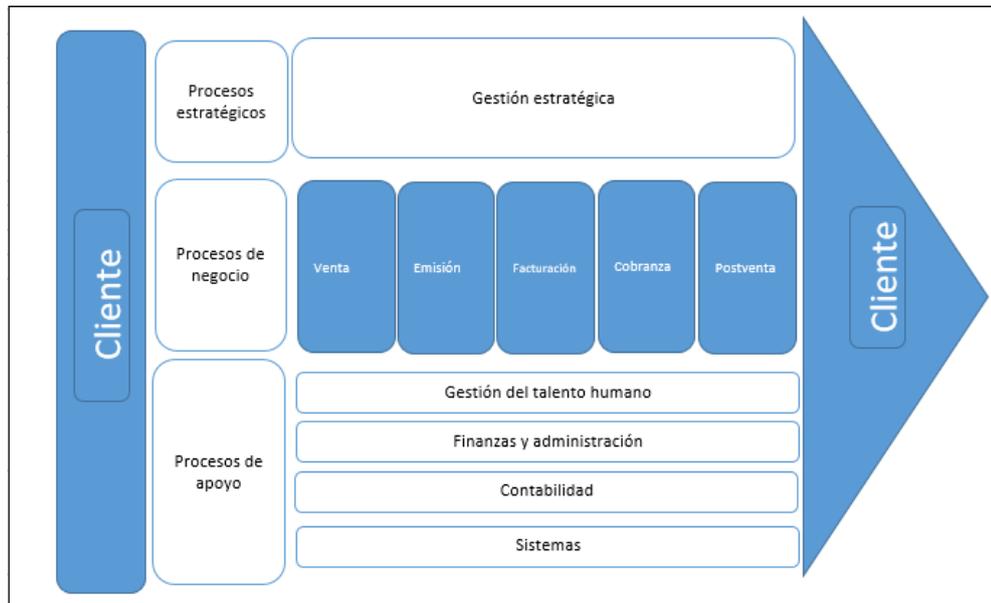


Figura 3. Cadena de valor

Los procesos estratégicos se encargan de la estrategia y alineación de la empresa hacia los objetivos.

Los procesos de negocio o productivos dependerán de la empresa de seguros, para su funcionamiento se requieren básicamente el proceso de ventas, emisión, facturación, cobranza y los denominados de postventa que incluyen servicio al cliente.

Los procesos de apoyo o habilitantes son los que soportan la gestión del negocio.

2.3. FODA del sector asegurador

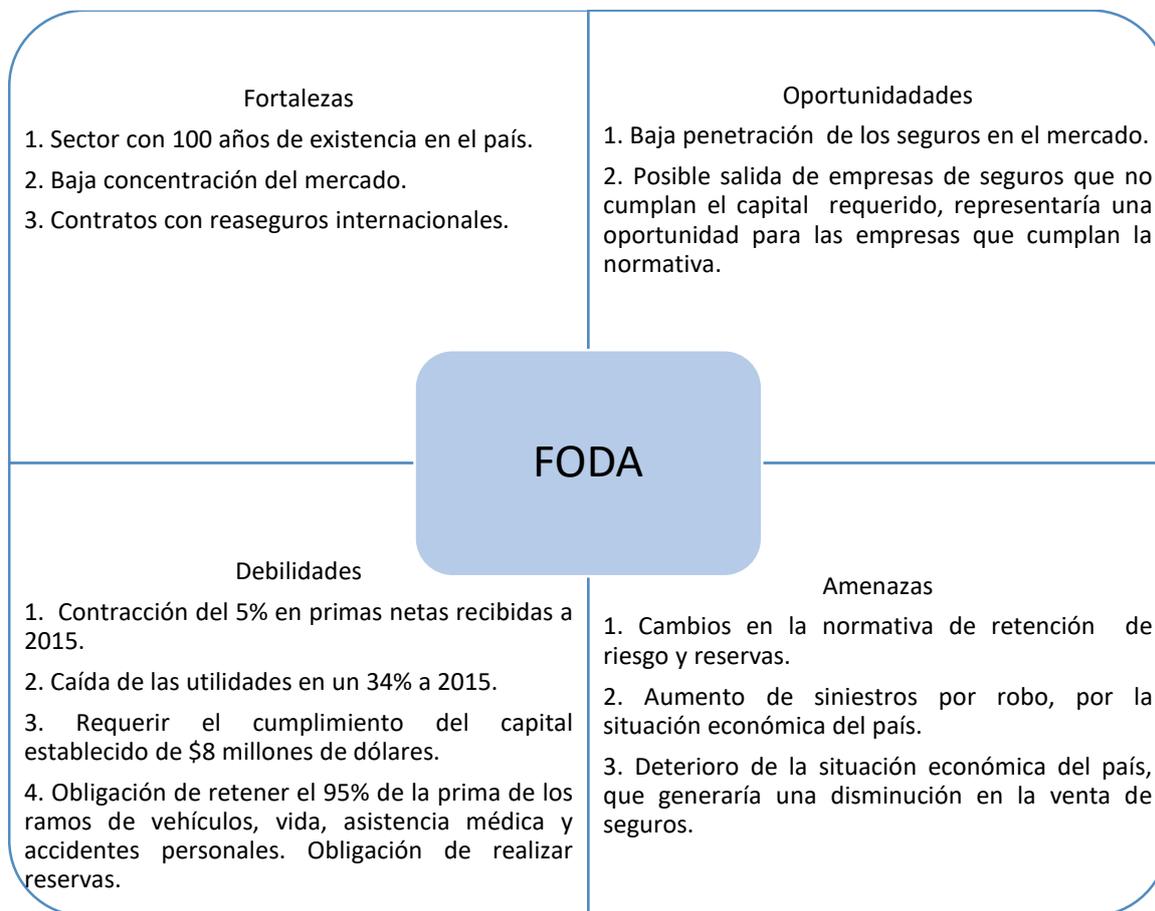


Figura 4. *FODA del sector asegurador*

2.3.1. Estrategias genéricas

Considerando el análisis FODA realizado, las estrategias genéricas que se proponen para el sector asegurador son las siguientes:

1. Generar productos nuevos que se encuentren acorde a la situación económica del país, con un alto valor percibido a un bajo costo, tales como microseguros o seguros de bajo costo, que se pueden enfocar en satisfacer necesidades originadas en el desempleo (pago de educación, costos de vivienda, servicios básicos, cobertura de deuda, etc.).
2. Realizar un control de costos para lograr que la operación sea más rentable, disminuir el gasto administrativo en base a tecnología y mejora de procesos.
3. En caso de que empresas de seguros no cumplan con el capital establecido, las empresas que lo cumplan deben definir estrategias para atraer a los clientes

que queden sin cobertura. Estas estrategias se deben basar en la facilidad de transición.

3. Investigación de campo

3.1. Elaboración de los instrumentos de investigación

Para la elaboración de los instrumentos de investigación se tomó en consideración los objetivos planteados

- Identificar cuáles son los atributos que evalúan los asesores productores de seguros a las empresas de seguros en el ramo de vehículos en Ecuador.
- Definir la evaluación que los asesores productores de seguros dan a las empresas de seguros en el ramo de vehículos en el Ecuador al 2016.
- Estudiar la participación de mercado de las principales empresas de seguros en el ramo de vehículos en Ecuador a 2016.
- Analizar el impacto de la evaluación de los asesores productores de seguros en la participación de mercado de las aseguradoras en el ramo de vehículos en Ecuador.

3.1.1. Grupo focal o *focus group*

Las preguntas utilizadas fueron abiertas, con la finalidad de generar debate dentro del grupo hasta llegar a un consenso. Los invitados al grupo fueron los jefes y asistentes de las áreas de indemnizaciones, marketing, comunicación y servicio al cliente, de una empresa de seguros ecuatoriana.

Las preguntas fueron las siguientes:

- ¿Qué es lo más importante en la empresa de seguros para el APS?
- ¿Cómo definiría en una o dos palabras estos aspectos importantes?
- Del listado que se generó, ¿todos se encuentran de acuerdo en que estos atributos son los más importantes para los asesores productores de seguros?
- ¿Por qué son importantes?

- ¿Todos se encuentran de acuerdo en que estos atributos son todos los más importantes, o existen otros relevantes?

Los resultados fueron validados por los gerentes comercial y de indemnizaciones de una empresa de seguros ecuatoriana.

Con los atributos resultantes del grupo focal, se procede a realizar el formato de encuesta.

3.1.2. Encuesta

Las preguntas de la encuesta se encuentran en la siguiente tabla.

A forma de piloto se aplicó la encuesta a 3 asesores productores de seguros. Se tuvo la observación de que el formato no estaba claro en la definición de los atributos a evaluarse, por lo que fue necesario incluir una breve explicación en las preguntas. El instrumento final se incluye como anexo 1.

Tabla 4

Preguntas de la encuesta

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas instrumentos
La evaluación de los asesores productores de seguros se conceptualiza como: La calificación que dan los asesores productores de seguros, a las siete empresas con mayor participación de mercado en la comercialización del ramo vehículos, de los elementos que valoran para destinar su producción.	Porcentaje de comisión	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría el monto de comisión que paga la empresa de seguros?	Encuesta estructurada a los asesores productores de seguros que comercializan seguros vehiculares.
	Atención en ventas	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la atención en ventas de la empresa de seguros?	
	Atención en siniestros	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la atención en siniestros de la empresa de seguros?	
	Flexibilidad de negociación	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la flexibilidad de negociación de la empresa de seguros?	
	Velocidad de emisión y entrega de pólizas	Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría la velocidad de emisión y entrega de pólizas de la empresa de seguros?	
Tasa		Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría las tasas de seguro vehicular de la empresa de seguros?	
Servicio al cliente		Puntaje sobre 10	¿Cómo evaluaría el servicio al cliente de la empresa de seguros?	

3.1.3. Investigación documental

Esta técnica de investigación, se utiliza para responder la pregunta:

- ¿Cuál es el porcentaje de participación de la empresa de seguros en el mercado de seguros vehiculares?

Tabla 5. Investigación documental

Investigación documental

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas instrumentos
Participación de mercado tiene el siguiente concepto: son las ventas de la empresa expresadas como porcentaje de las ventas totales del mercado (Kotler & Keller, 2006)	Participación de mercado.	% de participación de la empresa de seguros en el total de primas vehiculares emitidas en el mercado ecuatoriano.	¿Cuál es el porcentaje de participación de las principales empresas de seguros en el ramo de seguros vehiculares?	Investigación documental, información del total de primas emitidas en el ramo de vehículos, datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

3.2. Recolección de datos

3.2.1. Grupo focal o *focus group*

- En el levantamiento de la información participaron 6 personas, jefes y asistentes de las áreas de indemnizaciones, comunicación y servicio al cliente de una empresa de seguros ecuatoriana.
- El estudio fue realizado el día 25 de noviembre de 2016.
- Las instalaciones en las que se realizó el grupo focal fueron las de una empresa de seguros ecuatoriana.
- Al finalizar el levantamiento de información se entregó un obsequio a los participantes.

3.2.2. Encuesta

- En el levantamiento de la información se realizó la encuesta a 69 representantes de asesores productores de seguros.

- El estudio fue realizado del 14 de diciembre de 2016 a 16 de febrero de 2017.
- Las encuestas fueron realizadas en las oficinas de los asesores productores de seguros.
- Al finalizar la encuesta se entregó un presente a los participantes.

3.2.3. Investigación documental

El levantamiento de la información se realizó del sitio web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, el día 1 de marzo de 2017.

3.3. Procesamiento, análisis e interpretación

El levantamiento de información del grupo focal ha dado como resultado el siguiente listado de atributos, que son los valorados por los asesores productores de seguros para destinar su producción.

Porcentaje de comisión

Porcentaje sobre la prima que paga la empresa de seguros al asesor productor.

Tasa

Apreciación de los APS sobre el precio de las pólizas, en relación a las coberturas, servicios y valores agregados que se incluyen.

Flexibilidad de negociación de condiciones

Capacidad de las empresas de seguros a adaptarse a las solicitudes que haya realizado el APS sobre cambios en condiciones y coberturas, no de tasa.

Atención en ventas

La predisposición, rapidez y calidad del servicio que brinda la empresa de seguros cuando el APS solicita una cotización.

Rapidez de emisión

La predisposición, velocidad y calidad en la emisión y entrega de pólizas de las empresas de seguros.

Servicio al cliente

La predisposición, rapidez y calidad del servicio que brinda la empresa de seguros cuando el APS realiza cualquier requerimiento.

Con el listado de atributos, se realiza la encuesta para determinar la evaluación que dan los asesores productores, a las principales empresas que comercializan seguros vehiculares en Ecuador, sin considerar las empresas estatales y las que son parte de grupos económicos con concesionarios y distribuidores de vehículos. Los resultados promedio de calificación de cada atributo para las empresas de seguros se indican en la siguiente tabla.

Tabla 6

Evaluación de los asesores productores a las empresas de seguros

Atributo	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
Porcentaje de comisión	7,98	7,83	8,70	8,25	8,44	7,71	7,65
Tasa	7,71	8,03	8,50	7,57	8,24	8,30	8,20
Flexibilidad de negociación de condiciones	7,45	8,00	8,20	7,68	7,81	8,13	7,57
Atención en ventas	7,42	8,04	7,63	8,43	7,91	7,88	7,27
Atención en siniestros	7,41	7,94	8,13	8,13	8,58	7,89	8,22
Rapidez de emisión	7,37	7,98	7,10	8,51	7,79	8,04	7,00
Servicio al cliente	7,80	8,18	7,83	8,54	8,02	8,17	7,80
Promedio	7,59	8,00	8,01	8,16	8,11	8,02	7,67

Nota. La evaluación de los asesores productores de seguros se basa en su satisfacción con respecto a los atributos enunciados, siendo 1 el nivel más bajo de satisfacción y 10 el más alto. Los valores de la tabla son los promedios de las evaluaciones.

Para visualizar las diferencias en la evaluación de las empresas de seguros por cada atributo, se desarrollan las siguientes figuras.

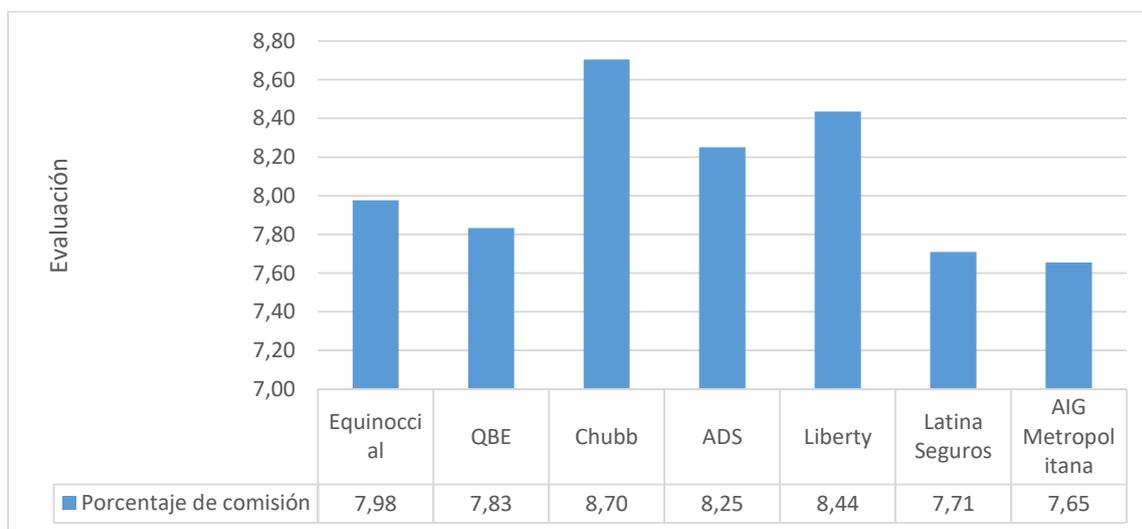


Figura 5. Evaluación sobre el atributo porcentaje de comisión

Con respecto al porcentaje de comisión, se ha dado una calificación más alta a las empresas Chubb y Liberty, con un promedio de evaluación de 8,70 y 8,44 respectivamente. Las calificaciones más bajas son las de AIG Metropolitana, 7,65, y Latina Seguros, 7,71.

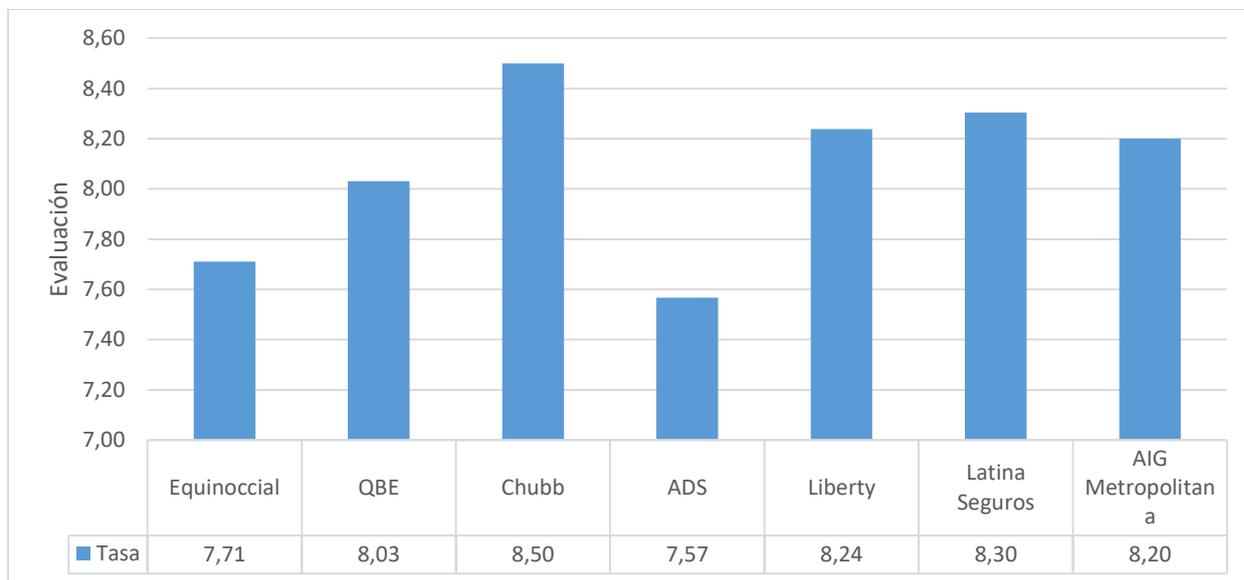


Figura 6. Evaluación sobre el atributo tasa.

Sobre la tasa, se ha dado una calificación más alta a las empresas Chubb y Latina Seguros, con un promedio de evaluación de 8,50 y 8,30 respectivamente. Las calificaciones más bajas son las de Aseguradora del Sur, 7,57, y Equinoccial, 7,71.

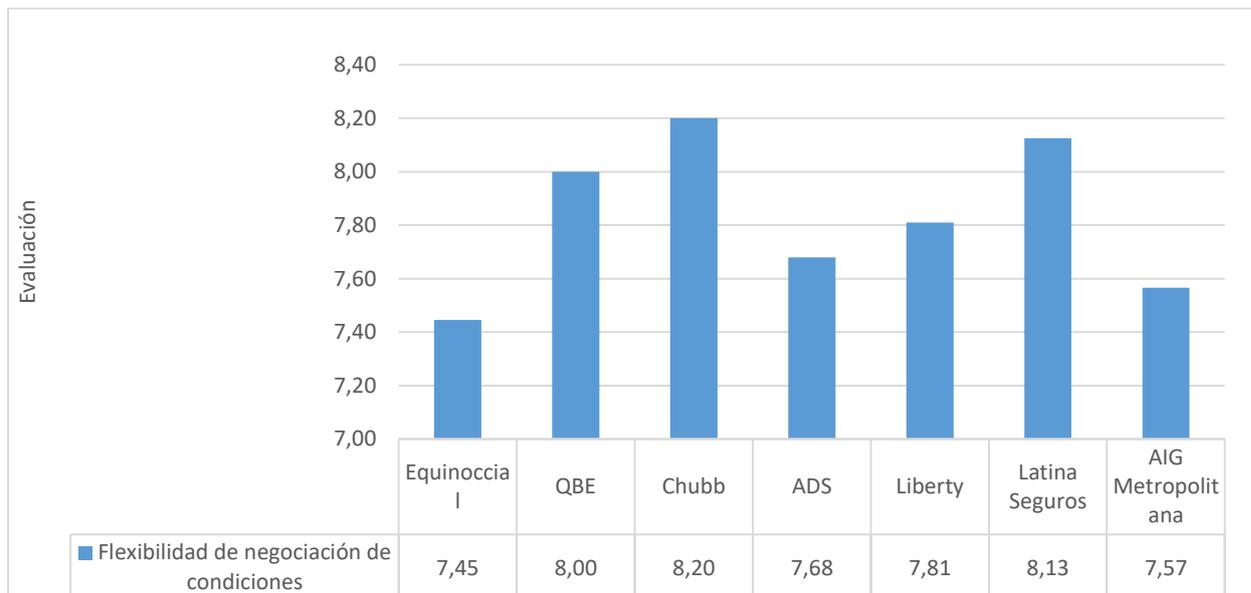


Figura 7. Evaluación sobre el atributo flexibilidad de negociación de condiciones.

Con respecto a la flexibilidad de negociación de condiciones, se ha dado una calificación más alta a las empresas Chubb y Latina Seguros, con un promedio de evaluación de 8,20 y 8,13 respectivamente. Las calificaciones más bajas son las de Equinoccial, 7,45, y AIG Metropolitana, 7,57.

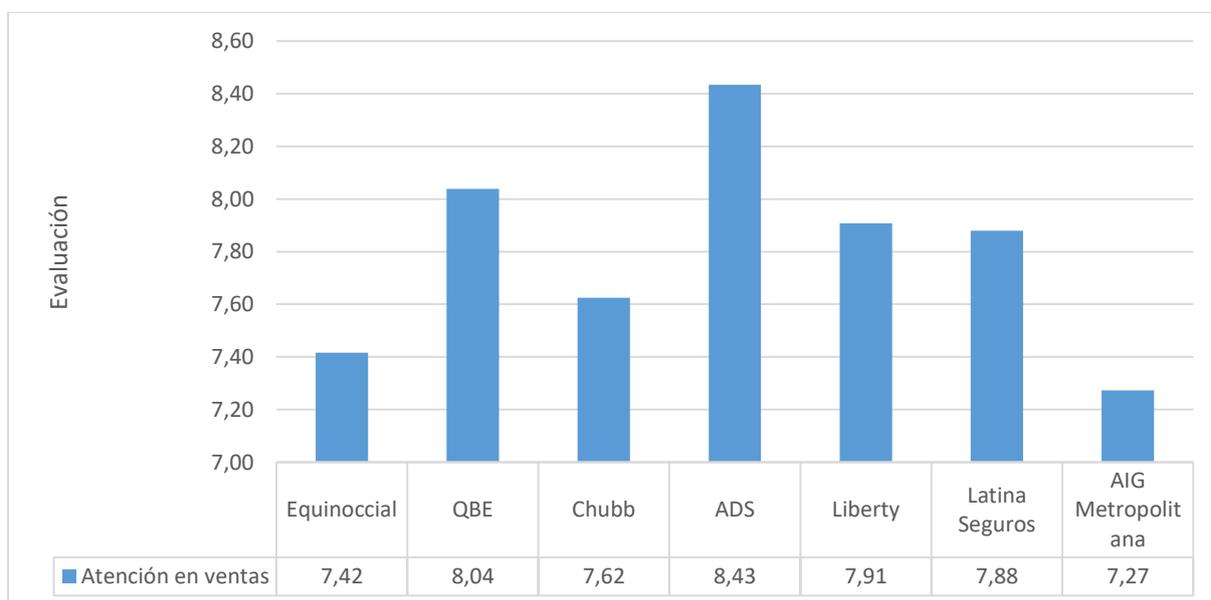


Figura 8. Evaluación sobre el atributo atención en ventas.

Sobre la atención en ventas, se ha dado una calificación más alta a las empresas Aseguradora del Sur y QBE, con un promedio de evaluación de 8,43 y 8,04 respectivamente. Las calificaciones más bajas son las de AIG Metropolitana, 7,27, y Equinoccial, 7,42.

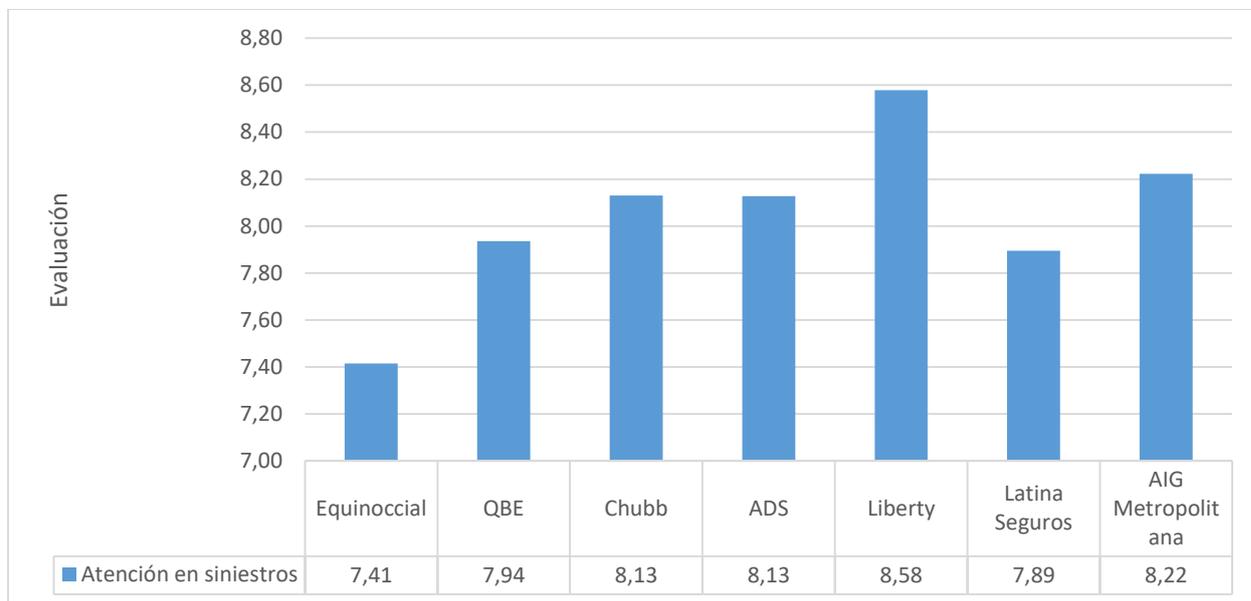


Figura 9. Evaluación sobre el atributo atención en siniestros

Con respecto a la atención en siniestros, Liberty tiene la calificación promedio más alta, 8,58, seguida de AIG Metropolitana, con 8,22. Los resultados más bajos los tienen Equinoccial con 7,41, y Latina Seguros con 7,89.

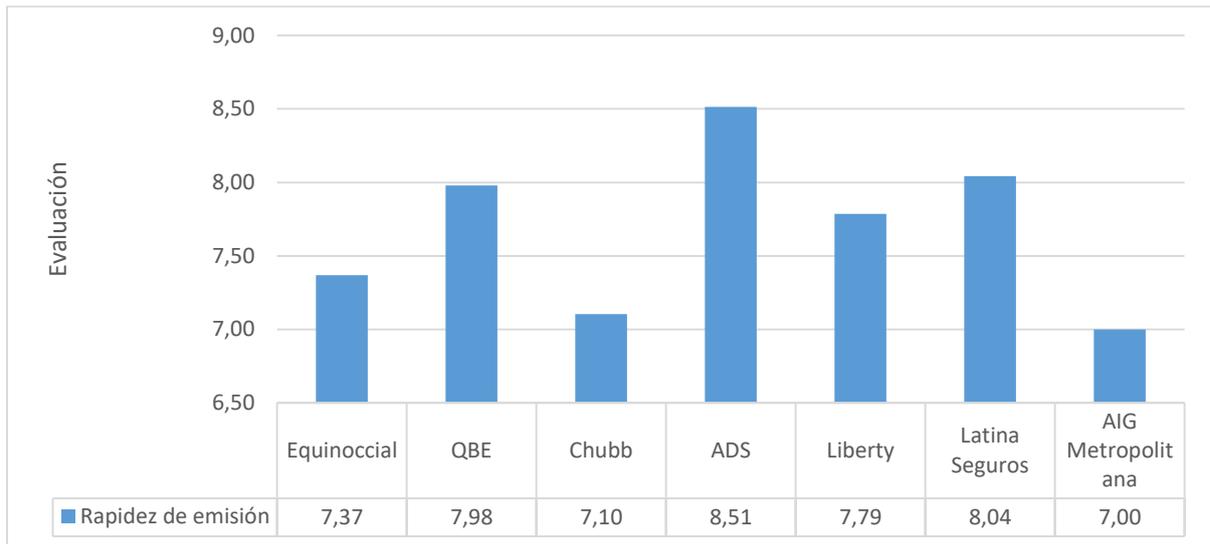


Figura 10. Evaluación sobre el atributo rapidez de emisión.

La calificación más alta sobre la rapidez de emisión la tiene Aseguradora del Sur, 8,51, seguida por Latina Seguros con 8,04. Los resultados más bajos los tienen AIG Metropolitana con 7,00 y Chubb con 7,10.

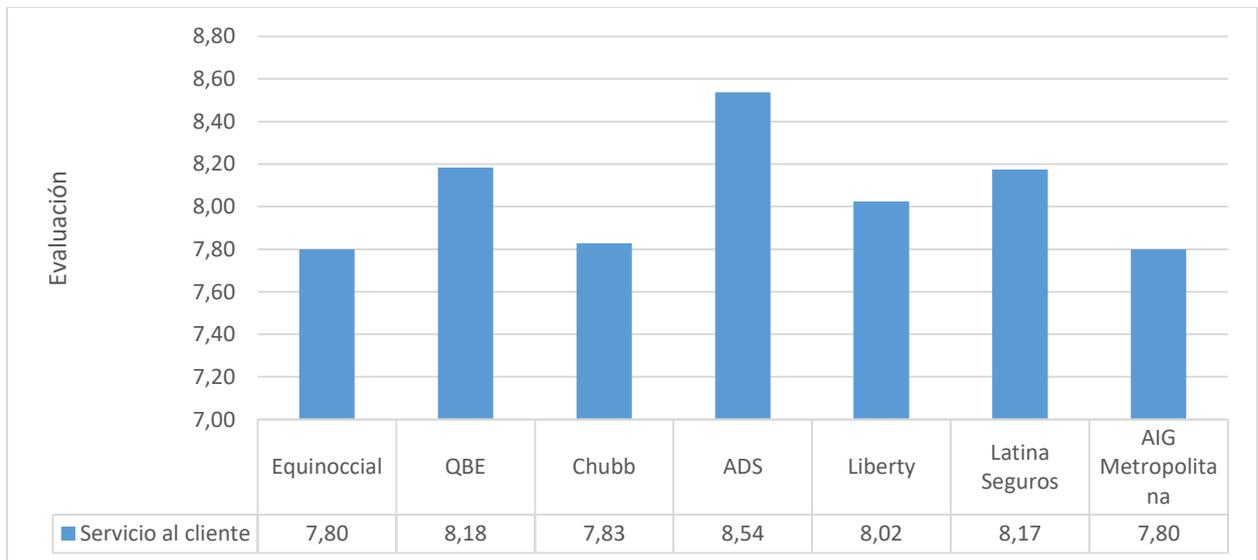


Figura 11. Evaluación sobre el atributo servicio al cliente

Con respecto a la evaluación del atributo servicio al cliente, Aseguradora del Sur tiene la calificación más alta, 8,54, posteriormente con una diferencia considerable se encuentran QBE,

8,18, y Latina Seguros con 8,17. Las evaluaciones más bajas las tienen Equinoccial y AIG Metropolitana, 7,80 cada uno.

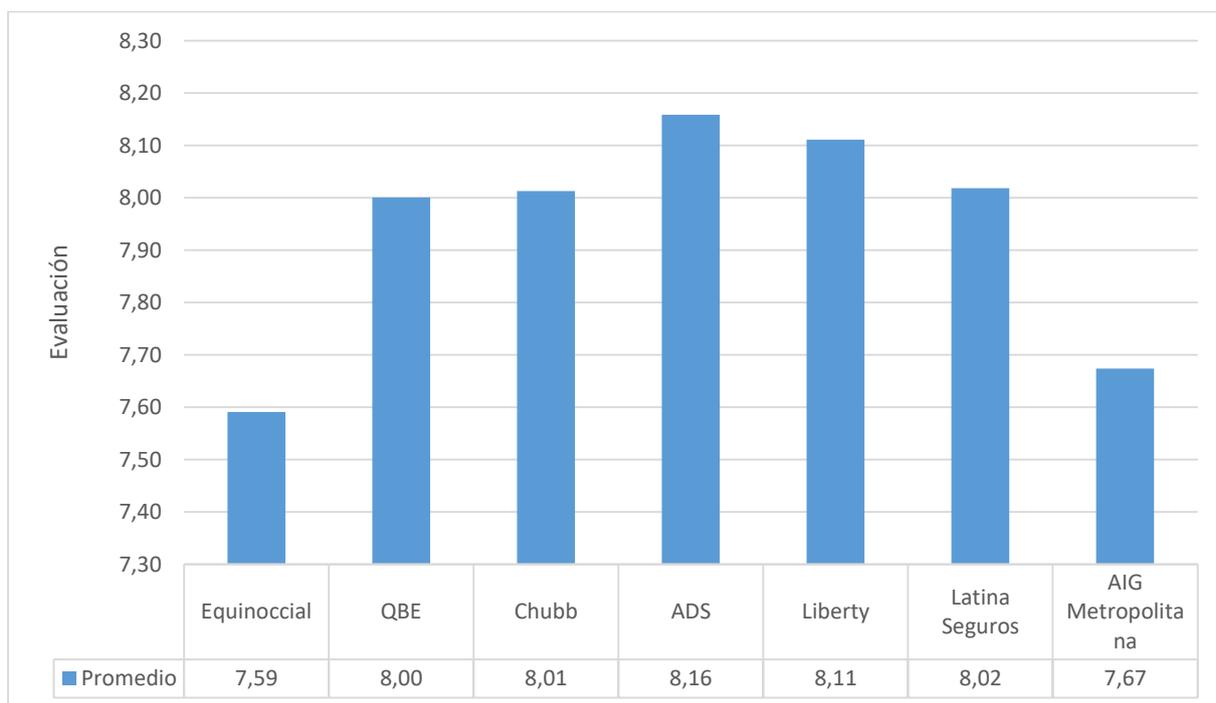


Figura 12. Promedio de las evaluaciones

El promedio de las evaluaciones, da como resultado más alto 8,16 de Aseguradora del Sur, seguido por Liberty con 8,11. Los promedios más bajos corresponden a Equinoccial con 7,59 y AIG Metropolitana con 7,67.

Para conocer la participación de mercado en el ramo de vehículos y su variación entre los años 2015 y 2016, se ha tomado la información que ha reportado cada empresa de seguros del Ecuador sobre la prima emitida, al ente que rige esta actividad económica, actualmente es la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Tabla 7

Prima emitida ramo vehículos a 2015

Empresa de seguros	mar-15	jun-15	sep-15	dic-15	Participación de mercado 2015
AIG METROPOLITANA	4.114.958,74	9.674.257,63	13.785.022,95	17.740.718,64	4,05%
AMA AMERICA S.A.			0,00	0,00	0,00%
ASEGURADORA DEL SUR	9.830.254,18	18.331.421,15	27.555.799,13	34.101.384,48	7,78%
BALBOA	299.628,63	407.389,23	464.908,85	526.656,49	0,12%
BMI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
BUPA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
CHUBB	7.820.246,82	14.763.818,45	21.387.617,41	27.759.253,74	6,34%
COFACE S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
COLON	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
COLVIDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
CONDOR	1.750.558,82	3.329.152,96	5.002.079,49	6.443.074,38	1,47%
CONSTITUCION	618.014,72	1.392.355,59	2.191.073,05	3.404.952,10	0,78%
ECUATORIANO SUIZA	5.978.200,12	11.642.113,66	15.761.429,80	18.980.684,57	4,33%
EQUINOCCIAL	20.342.573,91	39.963.363,40	59.866.073,66	83.700.696,37	19,11%
EQUVIDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
GENERALI	2.323.560,40	4.670.151,81	7.461.274,85	10.777.730,49	2,46%
HISPANA	3.543.268,33	6.052.258,93	7.794.514,96	9.937.958,59	2,27%
INTEROCEANICA	423.862,66	1.139.310,98	1.511.122,00	1.820.807,21	0,42%
LA UNION	609.363,66	840.615,66	1.407.318,70	1.821.367,64	0,42%
LATINA SEGUROS	5.926.834,50	11.625.771,81	17.802.119,38	23.551.050,98	5,38%
LATINA VIDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
LIBERTY SEGUROS S.A.	6.230.522,28	12.183.492,27	17.992.409,58	23.042.330,78	5,26%
LONG LIFE SEGUROS LLS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
MAPFRE ATLAS	3.763.550,98	6.943.563,77	10.652.810,82	13.330.589,96	3,04%
ORIENTE	3.595,99	223.143,47	242.846,30	309.945,66	0,07%
PAN AMERICAN LIFE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
PICHINCHA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
QBE COLONIAL	17.478.848,60	35.553.940,20	51.763.048,87	66.543.643,16	15,19%
ROCAFUERTE	1.312.902,77	3.625.510,90	6.690.802,56	14.242.269,12	3,25%
SEGUROS ALIANZA S.A.			10.620.508,52	13.773.576,57	3,14%
SEGUROS CONFIANZA S.A.					0,00%
SUCRE	4.023.155,84	8.374.152,73	14.225.123,51	19.266.299,46	4,40%
SWEADEN	3.755.678,97	7.497.837,70	11.404.668,34	15.299.045,92	3,49%
TOPSEG	38.598,77	51.539,11	90.243,71	99.101,74	0,02%
UNIDOS	5.735.011,63	11.722.042,14	16.777.839,78	21.791.845,85	4,97%
VAZ SEGUROS	2.554.867,63	5.177.390,79	7.448.928,29	9.786.109,27	2,23%
Total				438.051.093,17	100,00%

Nota. Los valores se encuentran en dólares americanos. Los totales trimestrales son acumulativos. La participación de mercado se calcula sobre el total acumulado a diciembre 2015.

Adaptado del reporte del portal de información de seguros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Ranking (2017).

Tabla 8

Prima emitida ramo vehículos 2016

Empresa de seguros	mar-16	jun-16	sep-16	dic-16	Participación de mercado 2016
AIG METROPOLITANA	4.296.165,35	9.621.029,67	13.602.460,93	20.566.337,96	4,10%
AMA AMERICA S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
ASEGURADORA DEL SUR	5.595.294,08	11.776.419,28	18.661.603,05	27.072.557,18	5,40%
BALBOA	260.946,40	307.003,51	306.658,43	330.853,47	0,07%
BMI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
BUPA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
CHUBB	7.001.454,32	13.073.346,67	19.232.908,20	32.093.996,67	6,40%
COFACE S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
COLON	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
COLVIDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
CONDOR	1.543.002,84	3.008.467,38	4.824.991,49	7.830.601,08	1,56%
CONSTITUCION	1.558.766,75	3.005.932,77	4.272.183,61	7.669.045,68	1,53%
ECUATORIANO SUIZA	3.322.530,70	6.902.417,06	8.920.625,27	14.365.810,57	2,86%
EQUINOCCIAL	16.612.543,50	32.099.133,69	46.087.564,64	84.016.536,36	16,75%
EQUIMIDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
GENERALI	2.930.354,41	5.737.079,17	8.780.101,44	15.842.389,26	3,16%
HISPANA	2.146.051,04	4.280.598,51	6.230.511,44	11.499.387,11	2,29%
INTEROCEANICA	536.737,80	1.094.360,01	1.378.662,10	1.921.296,69	0,38%
LA UNION	217.512,15	488.200,08	835.743,20	1.397.322,38	0,28%
LATINA SEGUROS	4.919.566,90	10.999.379,79	16.730.822,04	30.752.210,65	6,13%
LATINA VIDA	0,00				0,00%
LIBERTY SEGUROS S.A.	6.630.095,50	12.464.251,69	18.477.104,46	30.993.154,02	6,18%
LONG LIFE SEGUROS LLS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
MAPFRE ATLAS	3.500.002,53	6.557.548,14	9.705.879,35	16.440.551,87	3,28%
ORIENTE	9.464,83	39.268,78	50.436,47	124.577,15	0,02%
PAN AMERICAN LIFE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
PICHINCHA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
QBE COLONIAL	15.153.449,45	32.047.232,57	45.827.898,12	85.909.164,27	17,13%
ROCAFUERTE	1.024.648,75	2.323.673,83	5.970.426,96	11.389.677,49	2,27%
SEGUROS ALIANZA S.A.	3.384.173,36	6.278.662,60	9.696.585,84	17.160.214,34	3,42%
SEGUROS CONFIANZA S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
SUCRE	4.989.110,00	9.589.898,38	14.104.337,39	23.713.588,71	4,73%
SWEADEN	3.968.663,62	8.377.509,05	12.740.568,26	28.013.960,53	5,59%
TOPSEG	24.388,29	36.907,90	76.327,07	126.610,92	0,03%
UNIDOS	5.725.946,84	10.091.941,87	14.427.335,83	22.025.205,18	4,39%
VAZ SEGUROS	2.282.530,75	4.396.618,92	6.528.799,24	10.221.710,18	2,04%
Total				501.476.759,72	100,00%

Nota. Los valores se encuentran en dólares americanos. Los totales trimestrales son acumulativos. La participación de mercado se calcula sobre el total acumulado a diciembre 2016.

Adaptado del reporte del portal de información de seguros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Ranking (2017).

Para analizar la variación de la participación de las empresas de seguros que se consideraron en la encuesta, en la siguiente tabla se compara los años 2015 y 2016.

Tabla 9

Variación en participación de mercado

Empresa de seguros	dic-15	% PARTICIPACIÓN 2015	dic-16	% PARTICIPACIÓN 2016	Variación en participación
EQUINOCCIAL	83.700.696,37	19,11%	84.016.536,36	16,75%	-2,36%
QBE COLONIAL	66.543.643,16	15,19%	85.909.164,27	17,13%	1,94%
CHUBB	27.759.253,74	6,34%	32.093.996,67	6,40%	0,06%
ASEGURADORA DEL SUR	34.101.384,48	7,78%	27.072.557,18	5,40%	-2,38%
LIBERTY SEGUROS S.A.	23.042.330,78	5,26%	30.993.154,02	6,18%	0,92%
LATINA SEGUROS	23.551.050,98	5,38%	30.752.210,65	6,13%	0,75%
AIG METROPOLITANA	17.740.718,64	4,05%	20.566.337,96	4,10%	0,05%

Se ha realizado un análisis de regresión sobre cada uno de los atributos evaluados, con respecto a la variación de la participación de mercado. La tabla siguiente indica los resultados.

Tabla 10

Resultados del análisis de correlación

Atributo	Coefficiente de correlación	Coefficiente de determinación	t
Porcentaje de comisión	0,14723	0,02168	0,33284
Tasa	0,71024	0,50445	2,25604
Flexibilidad de negociación de condiciones	0,63909	0,40844	1,85802
Atención en ventas	0,00604	0,00004	0,01350
Atención en siniestros	0,41815	0,17485	1,02933
Rapidez de emisión	0,06697	0,00449	0,15010
Servicio al cliente	0,09931	0,00986	0,22316
Promedio	0,29136	0,08489	0,68105

Los resultados del análisis señalan que existe una fuerte correlación entre la tasa y la variación de la participación de mercado de las empresas de seguros, con un coeficiente de 0,71024. Existe una correlación moderada de la flexibilidad de negociación y la atención en

siniestros, con coeficientes de 0,63909 y 0,41815 respectivamente. Con respecto a los demás atributos, los resultados denotan una correlación débil. Para ilustrarlo, en la siguiente figura se muestran los resultados.

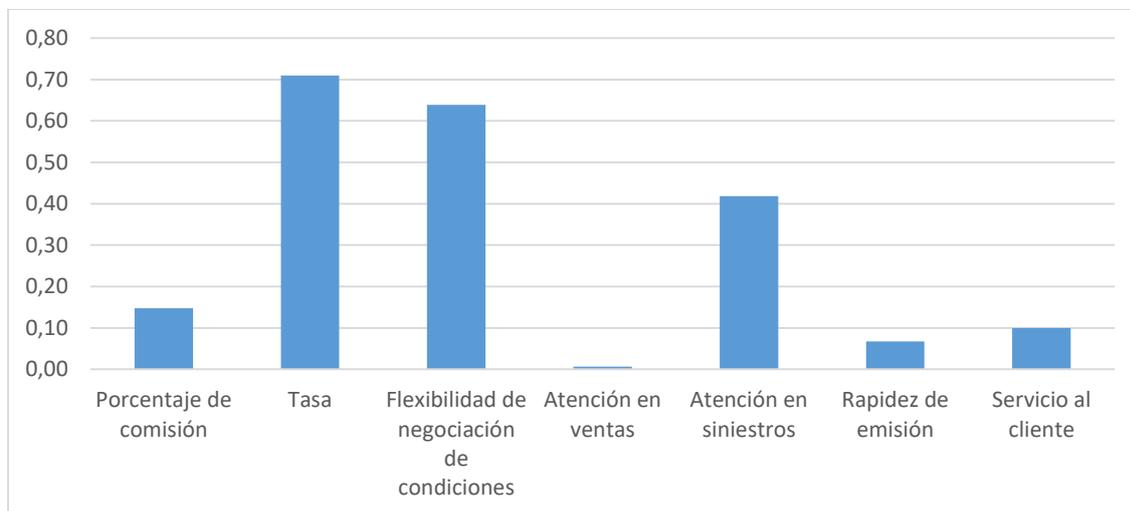


Figura 13. Coeficiente de correlación

Aplicando la prueba de significancia de la correlación, a un nivel de 0,1, el valor crítico de t es de 2,015. Sobre este valor, se puede afirmar que existe correlación entre la variación de participación de mercado y la tasa a la que comercializan las pólizas de seguros vehiculares.

FASE 3: Validación del proyecto de investigación y desarrollo

1. Resumen de observación

La evaluación de los asesores productores sobre las aseguradoras varía en cuanto a cada atributo y empresa. Chubb tiene las evaluaciones más altas en porcentaje de comisión, tasa y flexibilidad de condiciones. Aseguradora del Sur tiene los resultados más altos sobre atención en ventas, rapidez de emisión y servicio al cliente. Liberty tiene la puntuación más alta sobre la atención en siniestros.

El análisis de variación de la participación de mercado de 2016 con respecto a 2015, indica que la empresa que más ha crecido en participación es QBE Colonial, con un incremento de 1,94%, seguida por Liberty con 0,92% y Latina Seguros con 0,75%. Las empresas que han perdido participación son Aseguradora del Sur, con -2,38% y Equinoccial con -2,36%.

Sobre la relación existente entre la evaluación de los atributos por parte de los asesores productores y la participación de mercado, el criterio que presenta una correlación significativa es la tasa (precio del seguro).

2. Inducción

Teniendo en cuenta cada uno de los atributos que se evaluaron en las encuestas y su correlación con la participación de mercado, se puede definir que existe una correlación fuerte de la participación con respecto a la tasa o precio del seguro, con un coeficiente de 0,71. El siguiente atributo es la flexibilidad de negociación, definido como la capacidad de las empresas de seguros a adaptarse a las solicitudes que haya realizado el asesor productor de seguros sobre cambios en condiciones y coberturas, con un coeficiente de 0,64. A continuación el atributo atención en siniestros, tiene un coeficiente de correlación de 0,42. Los demás atributos, porcentaje de comisión, servicio al cliente, rapidez de emisión y atención en ventas, se evidencia que tienen poca correlación con la participación de mercado, con coeficientes menores a 0,15.

3. Hipótesis

La evaluación de los atributos que son importantes para los asesores productores tiene impacto en la participación de mercado de las empresas de seguros que comercializan pólizas vehiculares en Ecuador.

4. Probar la hipótesis por experimentación

De acuerdo al análisis de correlación realizado a cada uno de los atributos con respecto a la participación de mercado, existe una fuerte correlación entre la tasa y la variación de la participación de mercado de las aseguradoras. Existe una correlación moderada de la flexibilidad de negociación y la atención en siniestros. Con respecto a los demás atributos, los resultados denotan una correlación débil.

Se aplicó la prueba de significancia de la correlación a un nivel de 0,1, el valor crítico de t es de 2,015. Con este valor, se comprueba la existencia de correlación entre la variación de participación de mercado y la tasa a la que comercializan las pólizas de seguros vehiculares, con un valor de t de 2,256.

5. Demostración o refutación de la hipótesis

De acuerdo a la hipótesis planteada y el análisis estadístico de los resultados de las encuestas, se afirma que la evaluación que realizan los asesores productores de seguros con respecto al atributo tasa (precio del seguro), tiene impacto en la participación de mercado de las empresas que comercializan seguros vehiculares. Con respecto a los atributos flexibilidad de negociación de condiciones y atención en siniestros, a pesar de tener coeficientes de correlación relativamente altos, 0,64 y 0,42, bajo la prueba de significancia se afirma que la correlación es nula. Los demás atributos tienen un coeficiente de correlación más bajo.

6. Evaluación financiera

Se tomó la información financiera del sitio web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2017), para realizar una descripción general. En esta página se encuentran índices de todas las empresas de seguros en Ecuador.

La siguiente figura presenta la prima neta emitida del ramo vehículos en Ecuador de 2014, 2015 y 2016.

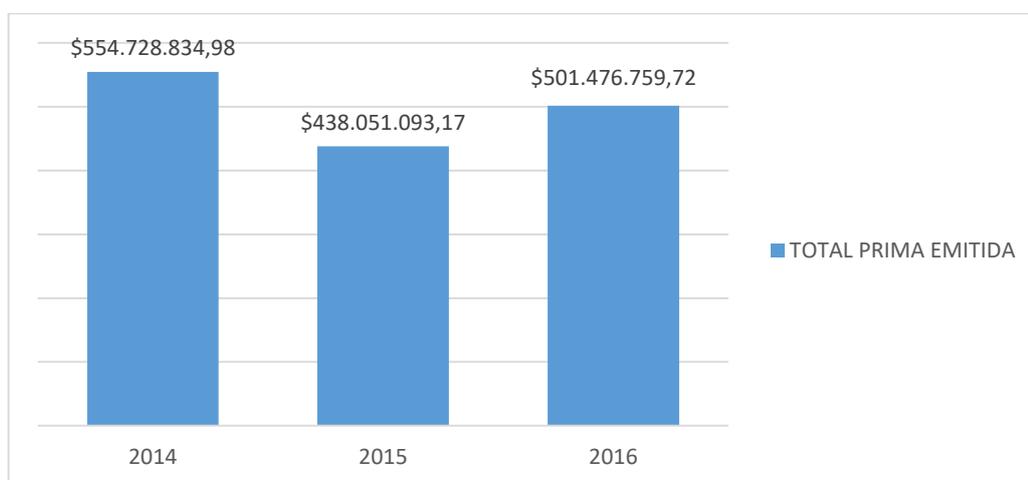


Figura 14. *Prima neta emitida vehículos*

Del año 2014 a 2015 existió una contracción en el monto de prima emitida de 21,03%. En el año 2016 se incrementó un 14,48% respecto al periodo anterior, gracias al aumento de las ventas automotrices del último trimestre del año, que de acuerdo a la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador AEADE (2017), se debió a la política de expansión crediticia de la banca privada desde julio de 2016, además del cupo adicional de importación por 50 millones de dólares aprobado en octubre de 2016 por el Comité de Comercio Exterior COMEX.

Para conocer la participación del ramo de vehículos dentro de la producción de las empresas de seguros que se tomaron en cuenta para realizar la encuesta, se detalla la prima emitida de todos los ramos en el año 2016 en la tabla siguiente.

Tabla 11

Participación de prima emitida ramo vehículos

N°	RAMO	CHUBB	AIG METROPOLITANA	ASEGURADORA DEL SUR	QBE	EQUINOCCIAL	LIBERTY SEGUROS S.A.	LATINA SEGUROS
	Prima emitida todos los ramos	179.142.672,15	102.994.396,98	71.987.195,74	184.025.074,50	200.152.270,02	86.416.247,82	50.449.898,07
	Prima emitida vehículos	32.093.996,67	20.566.337,96	27.072.557,18	85.909.164,27	84.016.536,36	30.993.154,02	30.752.210,65
	Participación ramo vehículos	17,92%	19,97%	37,61%	46,68%	41,98%	35,86%	60,96%

Nota. Los valores de prima se encuentran en dólares americanos. Los totales corresponden al año 2016. Adaptado del reporte del portal de información de seguros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Ranking (2017).

De acuerdo a Naranjo y Muñoz (2016), el ramo de vehículos representa el 25% de prima emitida en Ecuador. En la tabla se aprecia que el ramo vehículos tiene una participación mayor a este porcentaje para Latina Seguros (60,96%), QBE (46,68%), Equinoccial (41,98%), Aseguradora del Sur (37,61%) y Liberty (35,68%). Las aseguradoras con una participación menor en este ramo son AIG Metropolitana (19,97%) y Chubb (17,92%).

El índice de liquidez, definido como activo corriente dividido para pasivo corriente (SBS, 2008), de las empresas que se tomaron en cuenta para realizar las encuestas se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 12

Índice de liquidez

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	Promedio anual
TOTAL SISTEMA ASEGURADORA DEL SUR	1,11	1,12	1,13	1,16	1,12	1,11	1,12	1,13	1,13	1,14	1,16	1,18	1,13
CHUBB	0,90	0,96	0,92	0,94	0,93	0,90	0,87	0,87	0,86	0,85	0,86	0,84	0,89
EQUINOCCIAL	1,58	1,53	1,52	1,62	1,58	1,50	1,52	1,54	1,52	1,55	1,53	1,63	1,55
LIBERTY SEGUROS S.A.	0,97	0,96	0,96	0,96	0,98	1,00	0,99	0,99	1,01	1,01	1,01	1,03	0,99
QBE COLONIAL	1,00	1,01	1,00	1,01	2,25	1,02	1,01	1,02	1,02	1,01	1,04	1,07	1,12
LATINA SEGUROS	1,06	1,05	1,08	1,09	1,28	1,03	1,04	1,05	1,07	1,09	1,12	1,15	1,09
AIG	1,08	1,10	1,10	1,10	1,06	1,07	1,07	1,06	1,05	1,03	1,07	1,14	1,08
METROPOLITANA	1,31	1,36	1,35	1,33	1,16	1,18	1,22	1,22	1,23	1,25	1,22	1,28	1,26

Nota. Adaptado del reporte del portal de información de seguros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Indicadores técnico financiero (2017).

Los mejores índices de liquidez corresponden a Chubb y AIG Metropolitana, se encuentran sobre el promedio del sistema asegurador. Las empresas Equinoccial y Aseguradora del Sur pueden tener inconvenientes en cumplir sus obligaciones de corto plazo de acuerdo a sus indicadores mensuales.

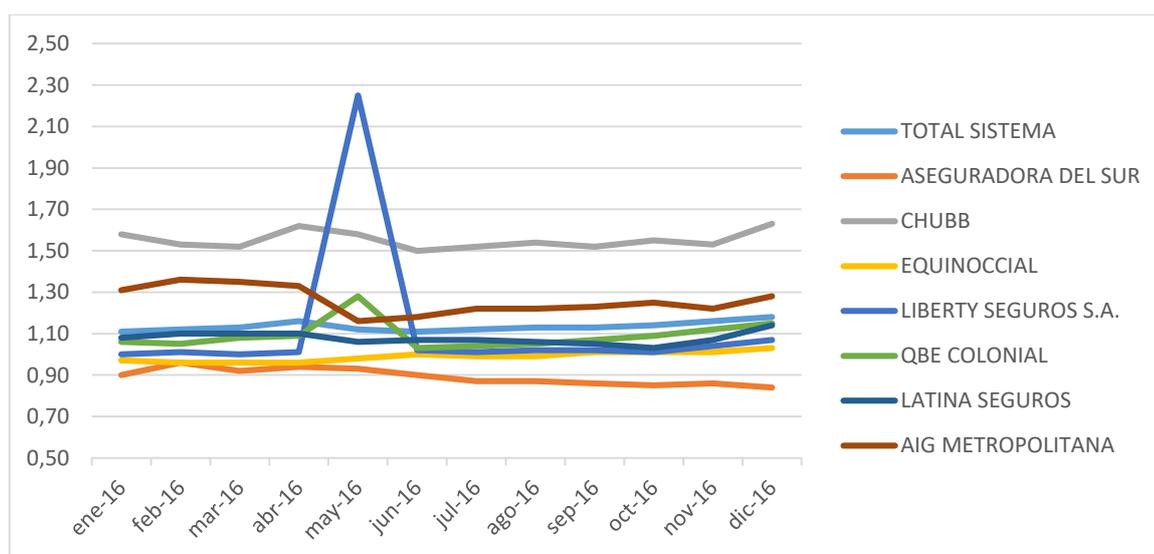


Figura 15. Índice de liquidez

Para revisar la eficiencia, que de acuerdo a Agudelo y Bolívar (2007), es el uso adecuado de los recursos o insumos para lograr más con menos, en la siguiente tabla se muestra la tasa de gasto operacional, definido como la suma de los gastos de administración y las comisiones pagadas dividido para la prima neta pagada (SBS, 2008).

Tabla 13

Tasa de gasto operacional

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	Promedio anual
TOTAL SISTEMA	27,44	26,40	26,49	26,92	26,92	26,79	27,03	26,52	26,61	26,77	26,74	26,89	26,79%
ASEGURADORA DEL SUR	42,11	45,09	45,39	32,03	34,42	36,45	37,24	37,35	36,73	37,41	38,30	38,48	38,42%
CHUBB	19,01	19,05	19,28	19,99	20,02	20,64	20,80	21,26	22,46	22,79	22,97	23,03	20,94%
EQUINOCCIAL	20,43	21,19	21,07	22,50	21,98	20,53	21,13	21,71	22,03	22,53	22,66	23,20	21,75%
LIBERTY SEGUROS S.A.	35,91	37,07	37,74	38,95	24,55	39,20	38,71	38,18	37,97	37,67	37,48	37,46	36,74%
QBE COLONIAL	28,12	29,42	31,21	30,86	28,93	30,45	30,14	30,56	27,40	27,67	27,17	28,45	29,20%
LATINA SEGUROS	34,95	39,08	39,29	39,41	35,26	34,85	35,32	35,68	35,07	35,00	35,11	36,57	36,30%
AIG METROPOLITANA	20,82	22,05	22,85	23,04	23,04	22,72	22,49	22,42	22,82	21,78	23,39	24,81	22,69%

Nota. Adaptado del reporte del portal de información de seguros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Indicadores técnicos financieros (2017).

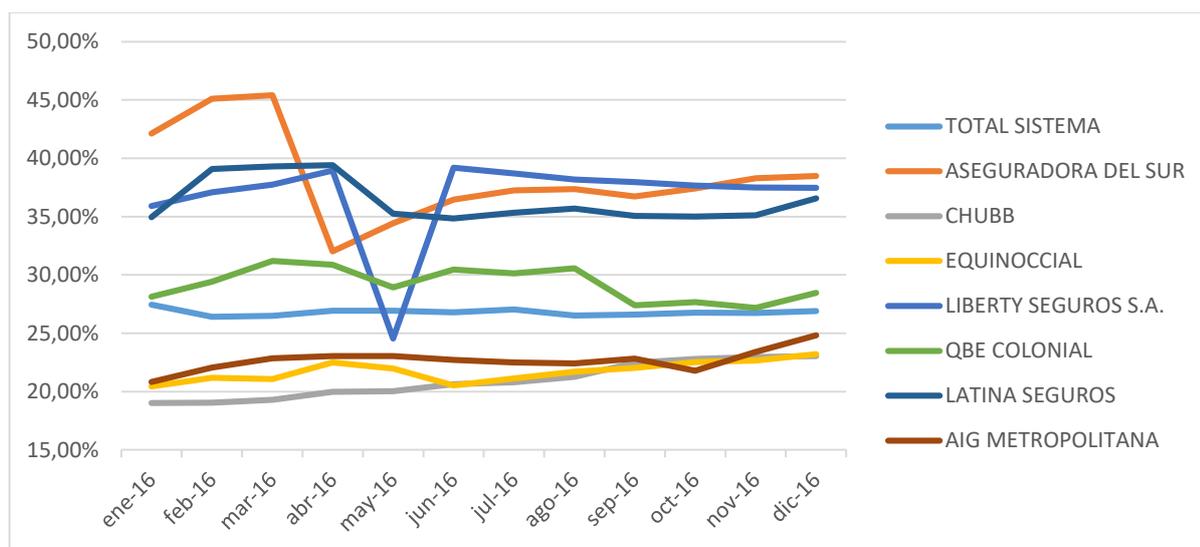


Figura 16. Tasa de gasto operacional

Las empresas Aseguradora del Sur, Liberty y Latina Seguros tienen una tasa de gasto operacional de más de 36%, lo que refleja una necesidad de aumentar su eficiencia por la gran diferencia con las demás empresas de seguros. Las más eficientes dentro de las seleccionadas son Chubb, Equinoccial y AIG Metropolitana, con valores inferiores al promedio anual del sistema.

Para revisar la siniestralidad, que es la relación entre el monto de los siniestros y la prima neta retenida devengada (SBS, 2008) , en la siguiente tabla se encuentra el detalle.

Tabla 14

Tasa de siniestralidad retenida

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	Promedio anual
TOTAL SISTEMA ASEGURADORA DEL SUR	45,22%	44,51%	43,23%	47,23%	48,77%	48,57%	47,58%	46,68%	45,75%	45,26%	44,67%	42,14%	45,80%
CHUBB	31,44%	34,30%	35,85%	38,45%	38,85%	39,37%	39,85%	40,31%	40,06%	38,82%	38,93%	37,67%	37,83%
EQUINOCCIAL LIBERTY SEGUROS S.A.	31,07%	30,69%	25,71%	29,17%	32,47%	37,61%	33,01%	31,87%	26,16%	25,92%	27,16%	25,39%	29,69%
QBE COLONIAL	52,75%	49,59%	55,02%	60,83%	58,50%	58,44%	57,12%	56,75%	54,75%	53,81%	52,91%	47,51%	54,83%
LATINA SEGUROS AIG METROPOLITANA	38,85%	40,35%	45,34%	49,41%	53,29%	48,84%	47,61%	48,33%	47,63%	46,79%	45,77%	43,44%	46,30%
	45,89%	48,35%	39,45%	40,23%	35,53%	50,51%	48,99%	48,14%	49,08%	48,37%	47,31%	43,58%	45,45%
	52,82%	46,24%	44,52%	45,32%	42,47%	43,00%	41,75%	41,81%	41,78%	41,66%	41,57%	37,57%	43,38%
	41,80%	42,87%	45,85%	64,59%	87,66%	49,58%	58,70%	51,53%	49,24%	49,78%	49,27%	46,58%	53,12%

Nota. Adaptado del reporte del portal de información de seguros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Indicadores técnicos financieros (2017).

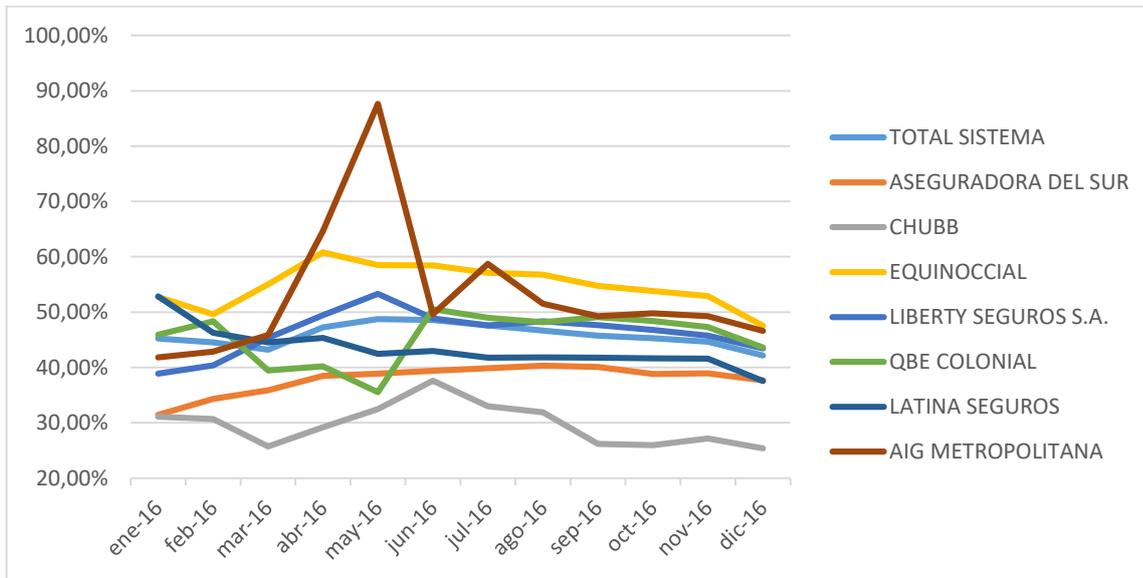


Figura 17. Tasa de siniestralidad retenida

Las empresas Equinoccial y AIG Metropolitana tienen una tasa de siniestralidad mayor a 50%, más alta que el promedio del sistema. En el punto más bajo se encuentra Chubb, lo que le debe representar un mayor porcentaje de utilidad debido a un mejor manejo del riesgo asegurado.

Como indicador final, se incluye la rentabilidad para los accionistas ROE, definida como la utilidad o pérdida del ejercicio dividida para el patrimonio promedio (SBS, 2008).

Tabla 15

ROE

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	Promedio anual
TOTAL SISTEMA	4,09%	9,03%	11,42%	7,11%	3,44%	4,94%	5,55%	7,18%	7,36%	7,90%	8,91%	10,22%	7,26%
ASEGURADORA DEL SUR	-5,09%	-1,10%	20,14%	11,52%	8,71%	5,09%	4,38%	1,15%	0,26%	0,84%	0,10%	1,37%	3,95%
CHUBB	34,82%	29,13%	172,59%	81,95%	69,81%	27,54%	14,66%	11,95%	15,06%	15,48%	15,74%	15,30%	42,00%
EQUINOCCIAL	17,41%	6,48%	1,78%	-12,04%	0,24%	3,20%	3,18%	4,62%	8,39%	8,67%	9,81%	16,25%	5,67%
LIBERTY SEGUROS S.A.	63,89%	40,78%	18,52%	6,88%	19,47%	0,16%	0,06%	-2,09%	-3,27%	-3,44%	0,13%	7,75%	12,40%
QBE COLONIAL	50,84%	9,00%	25,90%	31,46%	27,09%	4,42%	4,74%	7,29%	12,78%	9,81%	14,55%	20,41%	18,19%
LATINA SEGUROS	4,39%	6,27%	8,20%	6,65%	9,82%	12,98%	12,54%	11,48%	11,49%	12,50%	12,75%	8,85%	9,83%
AIG METROPOLITANA	32,53%	46,49%	26,86%	5,18%	-38,00%	15,25%	4,33%	16,62%	15,58%	18,94%	14,14%	14,18%	14,34%

Nota. Adaptado del reporte del portal de información de seguros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, opción Indicadores técnicos financieros (2017).

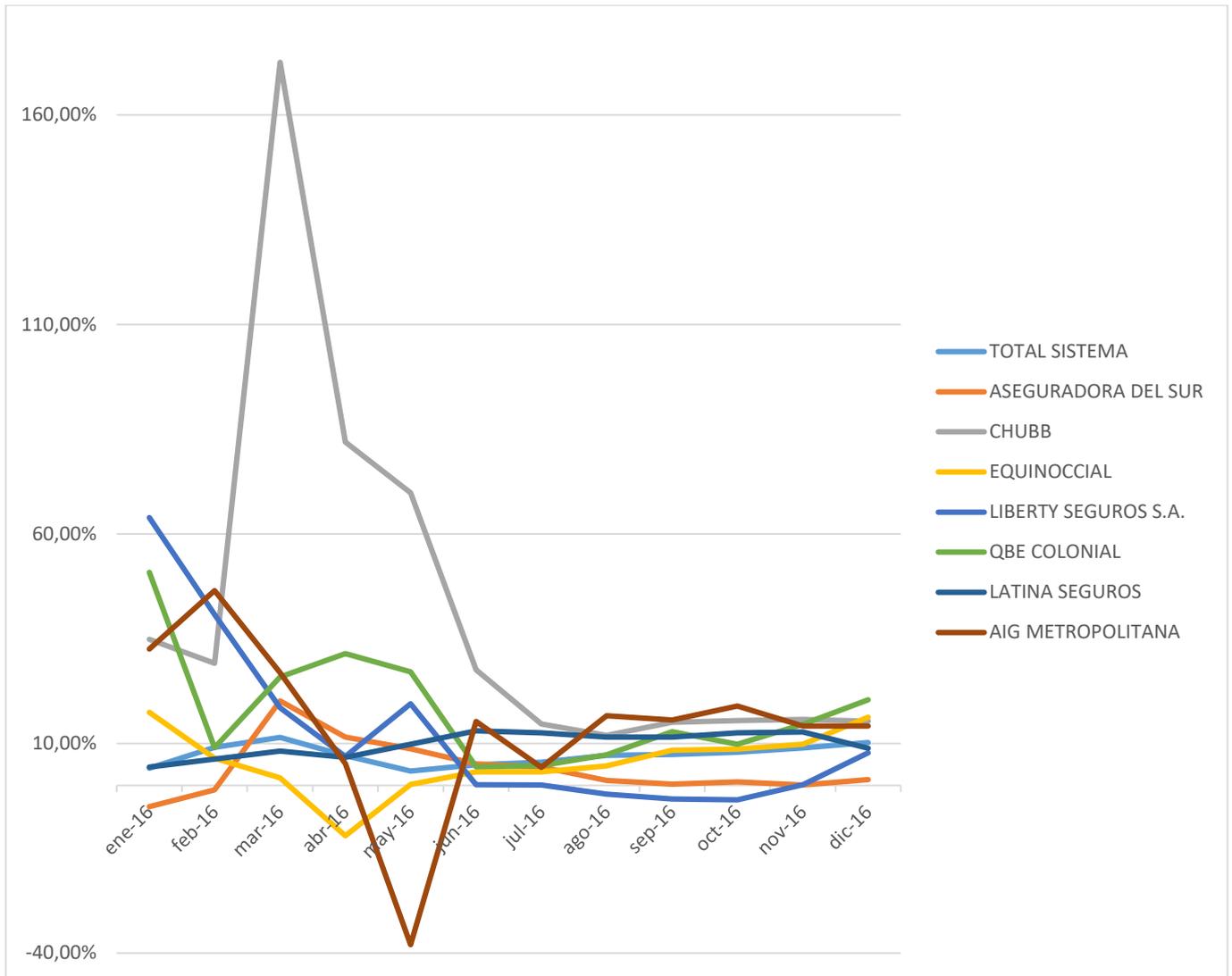


Figura 18. ROE

La rentabilidad significativamente más alta es la de Chubb, teniendo en cuenta el promedio anual siguen a continuación QBE, AIG Metropolitana y Liberty con rentabilidades de dos dígitos. La rentabilidad más baja es la de Aseguradora del Sur.

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1. Conclusiones

- Los atributos que consideran importantes los asesores productores sobre las empresas de seguros en el ramo de vehículos en Ecuador son: porcentaje de comisión, atención en ventas, atención en siniestros, flexibilidad de negociación, velocidad de emisión y entrega de pólizas, tasa (porcentaje del valor de mercado de vehículo, base del precio de la póliza), y servicio al cliente.
- La evaluación de los asesores productores sobre las aseguradoras varía en cuanto a cada atributo y empresa. Chubb tiene las evaluaciones más altas en porcentaje de comisión, tasa y flexibilidad de condiciones. Aseguradora del Sur tiene los resultados más altos sobre atención en ventas, rapidez de emisión y servicio al cliente. Liberty tiene la puntuación más alta sobre la atención en siniestros.
- El análisis de variación de la participación de mercado de 2016 con respecto a 2015, indica que la empresa que más ha crecido en participación es QBE Colonial, con un incremento de 1,94%, seguida por Liberty con 0,92% y Latina Seguros con 0,75%. Con cambios menores se encuentran Chubb con 0,06% y AIG Metropolitana con 0,05%. Las empresas que han perdido participación son Aseguradora del Sur con -2,38% y Equinoccial con -2,36%.
- El análisis estadístico sobre la participación de mercado y la evaluación de los asesores productores indica que existe una fuerte correlación con la tasa a la que se comercializan los seguros vehiculares. Se concluye que el precio de la póliza es el atributo que mayor incidencia tiene en el crecimiento o disminución de la participación de mercado de las empresas de seguros en el ramo vehicular.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda a las empresas de seguros la inversión en tecnología que permita hacer más eficientes sus operaciones, reducir el precio de las pólizas y lograr una mayor participación de mercado.
- Es recomendable crear productos, pólizas de seguro vehicular con un precio más bajo. Para lograr este objetivo se pueden reducir coberturas, excluir servicios que para algunos clientes tienen un bajo valor percibido tales como la asistencia de grúa, cobertura de accidentes personales, cobertura exequial, etc.
- Aunque la evaluación de los atributos de servicio como atención en siniestros, atención en ventas y servicio al cliente no tuvieron relación directa con la participación de mercado, guardan importancia en la preferencia y lealtad de los asesores productores de seguros. Lovelock y Wirtz (2009) señalan que “el fundamento de la verdadera lealtad reside en la satisfacción del cliente, donde la calidad del servicio es un elemento clave.” (p.371). Se recomienda que se realicen mejoras en los procesos teniendo como centro al cliente y al asesor productor de seguros.
 - Con la evaluación de los asesores productores, se recomienda a las aseguradoras realizar un *benchmarking* con las mejor calificadas en cada atributo, ya que de acuerdo a Evans y Lindsey (2005), este estudio comparativo permitirá conocer las debilidades y fortalezas de la empresa para tomar las mejores prácticas.

Bibliografía

- AEADE. (julio de 2017). *Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador*. Recuperado de <http://www.aeade.net/ultimo-trimestre-de-2016-supero-las-expectativas-de-ventas/>
- Agudelo Tobón, L. F., & Escobar Bolívar, J. (2007). *Gestión por procesos*. Medellín: Los autores.
- Brito, V. (Junio/Julio de 2016). Oráculo financiero. *Gestión*, 23.
- Bueno, R. (2004). *Compilación de seguros*. Quito: Escuela Politécnica del Ejército.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2005). *Administración y Control de la Calidad*. México: International Thomson Editores S. A.
- FITSE, F. M. (2011). *Curso de introducción al seguro*. Quito: FITSE.
- Hidalgo, J. (Febrero/Marzo de 2016). Mercado laboral: los números detrás de las tasas. *Gestión*, 20-24.
- Junta de Regulación Monetaria Financiera. (31 de agosto de 2015). *Junta de Regulación Monetaria Financiera*. Recuperado de <https://www.juntamonetariafinanciera.gob.ec/PDF/Resolucion121s.pdf?dl=0>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios*. México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Mason, R. D., Lind, D. A., & Marchal, W. G. (2003). *Estadística para Administración y Economía*. México, D.F.: Alfaomega.
- Méndez Álvarez, C. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S. A.
- Naranjo, C., & Muñoz, M. (2016). Especial seguros 2016. *Ekos*, 60.
- Parra, P. (Septiembre/Octubre de 2015). Los seguros se apoyan en la tecnología para innovar. *Gestión*, 32-36.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Nueva York: The Free Press.

- Saltos, F. (Septiembre/Octubre de 2015). Importante evolución del mercado de seguros. *Gestión*, 25.
- Samaniego, P. (Junio/Julio de 2016). Indicadores sociales. *Gestión*, 86-98.
- SBS. (2008). *Superintendencia de Bancos*. Recuperado de http://www.superbancos.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/estadisticas/notas_tecnicas_seguros_nov_2008.xls
- SBS. (12 de junio de 2012). *Superintendencia de Bancos*. Recuperado de http://www.sbs.gob.ec:7778/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L2_IX_cap_II.pdf
- SBS. (12 de septiembre de 2014). *Superintendencia de Bancos*. Recuperado de http://www.superbancos.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_general_seguros_12_sept_14.pdf
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (1 de Marzo de 2017). *Portal de información / Seguros*. Recuperado de <http://appscvs.supercias.gob.ec/portallInformacion/seguros.zul>
- Vela, M. (Abril/Mayo de 2016). Las 14 estaciones del vía crucis petrolero. *Gestión*, 18-24.
- Zavala Andrade, V. (2016). La cultura de seguros en Ecuador, un proceso en construcción. *Ekos*, 52.

Anexos

Anexo 1

Formato encuesta definitivo

1. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre el porcentaje de comisión que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana

2. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la atención en ventas que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por atención en ventas, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted solicita una cotización).

Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana

3. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la atención en siniestros que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por atención en siniestros, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted reporta y hace seguimiento a siniestros de sus clientes).

Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana

4. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la flexibilidad de negociación de las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por flexibilidad de negociación a la capacidad de las empresas de seguros a adaptarse a las solicitudes que haya realizado sobre cambios en condiciones y coberturas, no de tasa, cuando ha solicitado cotizaciones para sus clientes).

Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana

5. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la rapidez de emisión que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por rapidez en emisión, la predisposición, velocidad y calidad en la emisión y entrega de pólizas de las empresas de seguros).

Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana

6. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la tasa que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por satisfacción en tasa a su apreciación con respecto al precio de las pólizas de las empresas de seguros, en relación a las coberturas, servicios y valores agregados que ofrecen en las pólizas).

Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana

7. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre el servicio al cliente que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por servicio al cliente, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted realiza cualquier requerimiento).

Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana

Anexo 2

Tabulación de encuestas

1. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre el porcentaje de comisión que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
1	7	7	10	8	9		8
2				8			
3	6	8	9	9	6		9
4	9	10		10	10		
5							
6				9			
7	9	8		9			
8	10	10	8	8	10		10
9	8	10	9	9	9		
10	8	10	7	9	10	8	9
11	5	5		9			
12	8	9	10	7	9	10	7
13	10	5	10	10	10	7	7
14	10	5	10	10	10	7	7
15	9	8	8	8		8	8
16	8		8	8			
17							
18			9	7			10
19	9	5	9	8			
20	8	8		8		9	
21		8	7	8	8	8	8
22				9			
23	8			9			
24		8		3	8	8	
25	10		10	9		10	
26	10	9	9	9	8		
27							
28	9	9	8	8		9	9
29				9			
30	8	7	9	9	8	8	7
31							
32							
33		7		8	9		
34	6	6		9	6	8	
35	10	10	9	10	10	10	8

1. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre el porcentaje de comisión que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
36		1		7		5	3
37	8	9		5			
38	10	9	10	10	8		9
39	7	8		8	6	7	6
40	9	9	9	9	8	7	9
41				8			
42	9	8		10	8	5	10
43		8		10	9		
44	7	9	9	9	9		9
45	8	8		10			
46				8			
47		8		8			
48				9			
49	7	9		8	9		
50	6			6	7	7	
51		8		8	8		
52	8	7		7	7	6	
53	8	8		9	8		
54		10		8			
55	3	7	6	5	8	4	2
56	10			8			
57				9	9		
58	8	9	8	9	10	10	9
59	8	9	9	8	9	10	5
60		7		7	8	8	
61		9		7	8		
62	8	7		9			
63	9	9	10	9	10		10
64		7		8	7		
65	6	5	7	5			4
66	7	8		8	7	6	8
67	7	8	8	7	8		8
68				10	10		
69	5			8	8		

2. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la atención en ventas que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por atención en ventas, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted solicita una cotización).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
1	7	9	8	7	9		9
2				5			
3	8	8	9	9	8		6
4	6	6	1	6	6		
5	9	9		9	9	9	9
6				9			
7	2	8		8			
8	10	8	8	8	8		8
9	9	10	10	8	7		
10	5	9	8	9	10	9	9
11	5	7		9			
12	7	9	9	7	8	10	6
13	10	10	9	9	10	8	7
14	10	10	9	9	10	8	7
15	9	9	7	8		8	8
16	9		8	9			
17							
18			7	7			8
19	5	6	6	8			
20	6	8		10			7
21	5	9	7	9	9	8	8
22				9			
23	6			9			
24		7		8	7	8	
25	10		9	9		9	
26	7	10	10	8	5		
27	5	10	8	9	8	9	7
28	9	9	7	8		8	8
29				8			
30	9	8	7	10	7	8	6
31	8	8	6	7	6		8
32	10	7	10	8	6		6
33		8		9	9		
34	5	7		9	3	9	
35	7	10	8	9	10	8	8

2. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la atención en ventas que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por atención en ventas, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted solicita una cotización).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
36		1		9		5	8
37	8	8		9,5			
38	6	8	9	9	5		7
39	9	8		8	6	6	7
40	10	8	9	9	9	8	9
41				7			
42	9	8		10	8	5	10
43		8		9	10		
44	8	8	9	8	8		7
45	6	8		9			
46				6			
47		8		8			
48				10			
49	7	8		8	8		
50	9			7	7	7	
51		7		9	7		
52	8	9	5	8	8	10	5
53	8	8		9	8		
54		10		8			
55	4	8	5	9	6	7	3
56	9			9			
57				9	9		9
58	7	7	7	7	8	6	6
59	10	5	8	8	9	9	7
60		8		8	8	9	
61		9		9	9		
62	4	9		9			
63	9	8	8	9	10		8
64		7		8	9		
65	8	8	6	10			3
66	9	8		9	7	6	8
67	6	7	7	8	8		8
68				10	10		
69	4			8	8		

3. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la atención en siniestros que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?
(Entiéndase por atención en siniestros, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted reporta y hace seguimiento a siniestros de sus clientes).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
1	8	8	10	7	9		10
2				9			
3	7	8	7	9	7		9
4	9	8		9	9		
5	8	9		8	8	7	9
6				8			
7	3	8		9			
8	8	7	8	7	9		9
9	9	9	10	7	10		
10	1	9	8	8	9	8	9
11	9	7		9			
12	7	8	9	7	7	9	8
13	10	6	7	10	10	8	7
14	10	6	7	10	10	8	7
15	9	9	9	9		9	8
16	10		9	8			
17							
18			8	9			10
19	9	6	8	7			
20	7	8		9			
21	0	9			10		8
22				7			
23	10			8			
24		6		5	8	8	
25				10		10	
26	7	8	10	8	8		
27							
28	9	9	8	9		9	8
29				9			
30	8	8	9	9	9	8	10
31	8	8	6	7	6		8
32							
33		7		10	10		
34	8	8		8	7	8	
35							

3. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la atención en siniestros que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?
(Entiéndase por atención en siniestros, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted reporta y hace seguimiento a siniestros de sus clientes).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
36		6		9			9
37		10		7			
38	8	8	8	8	8		8
39	8	9		8	7	7	10
40	9	8	10	8	9	7	10
41				9			
42				5			
43		8		10	9		
44				9	7		9
45	9	8		8			
46				4			
47		8		9			
48				9			
49	8	8		8	8		
50	7			6	8	8	
51		8		8	8		
52	8	8		8	9	9	
53	7	6		8			
54		10		5			
55	4	9	6	8	7	5	3
56	9			9			
57				9	9		9
58	5	7		7	10		8
59	10	8	10	8	10	9	9
60		7		8	8	8	
61		9		8	9		
62	1	9		7			
63	9	8	9		10		9
64		8		8	8		
65	9	9	4	10			2
66	8	8		9	9	5	8
67	7	7	7	8	8		8
68				9	10		
69	4			9	9		

4. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la flexibilidad de negociación de las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por flexibilidad de negociación a la capacidad de las empresas de seguros a adaptarse a las solicitudes que haya realizado sobre cambios en condiciones y coberturas, no de tasa, cuando ha solicitado cotizaciones para sus clientes).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
1	8	8	8	7	7		8
2				6			
3	8	8	9	7	9		9
4	7	7		7	7		
5	8	9		9	9	8	9
6				8			
7	2	7		10			
8	10	8	7	8	9		8
9	8	10	10	10	9		
10	5	9	5	9	9	9	9
11	5	8		8			
12	8	9	10	7	7	10	7
13	10	10	10	10	10	10	10
14	10	10	10	10	10	10	10
15	10	9	8	7		7	7
16	9		9	7			
17							
18			9	7			7
19	9	7	9	6			
20		8		8			
21	5	7	6	8	9	9	7
22				8			
23	8			8			
24		7		7	8	7	
25	9		5	5		9	
26	7	10	10	1	5		
27	5	9	8	5	8	8	7
28	9	9	8	8		8	7
29				8			
30	7	7	8	9	8	8	7
31	8	8	7	8	6		8
32	8	8	9	9	6		7
33		7		10	9		
34	5	7		8	6	9	
35	8	10	9	9	10	8	8

4. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la flexibilidad de negociación de las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?
(Entiéndase por flexibilidad de negociación a la capacidad de las empresas de seguros a adaptarse a las solicitudes que haya realizado sobre cambios en condiciones y coberturas, no de tasa, cuando ha solicitado cotizaciones para sus clientes).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
36		8		4		6	9
37	9,5	9		8,5			
38	5	7	8	9	5		7
39	6	5		8	5	7	5
40	9	9	8	9	8	8	7
41				7			
42				6			
43		8		9	8		
44	8	8	9	8	7		8
45	6	8		10			
46				5			
47		8		7			
48				9			
49	7	8		8	8		
50	8			5	5	8	
51		8		9	8		
52	9	9		8	8	8	
53	7	2		7	7		
54		9		8			
55	5	7	6	9	8	8	4
56	7			5			
57				9	8		8
58	8	9	9	8	9	8	9
59	8	7	9	8	8	8	7
60		7		8	8	8	
61		9		8	9		
62	6	8		9			
63	10	8	9	8	8		8
64		7		7	8		
65	8	9	6				4
66	7	8		8	8	6	9
67	7	7	8	7	7		7
68				6	10		
69	6			8	7		

5. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la rapidez de emisión que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por rapidez en emisión, la predisposición, velocidad y calidad en la emisión y entrega de pólizas de las empresas de seguros).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
1	7	8	8	8	8		8
2				9			
3	8	8	8	8	8		6
4	9	9		10	8		
5	7	9		10	8	7	8
6				7			
7	7	9		9			
8	8	7	7	8	7		7
9	8	10	8	8	10		
10	9	8	9	10	8	9	7
11	4	7		8			
12	9	9	7	9	7	9	8
13	9	10	8	10	10	8	5
14	9	10	8	10	10	8	5
15	9	9	8	10		7	8
16	8		8	9			
17							
18			7	9			9
19	10	5	5	8			
20		7		8			
21	8	8	7	8	8	8	5
22				8			
23	7			9			
24		7		8	8	8	
25	8		7	5		10	
26	7	10	7	5	5		
27	6	10		10	8	9	5
28	9	9	8	9		8	9
29				9			
30	9	8	7	9	7	6	8
31	8	7	6	7	6		7
32	8	7	7	7	6		8
33		7		10	9		
34	5	7		9	3	9	
35	5	9	6	10	9	6	8

5. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la rapidez de emisión que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por rapidez en emisión, la predisposición, velocidad y calidad en la emisión y entrega de pólizas de las empresas de seguros).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
36		7		7		7	7
37	8	8		8			
38	5	7	7	8	5		5
39	10	7		7	5	8	8
40	9	7	7	9	8	8	7
41				10			
42				9			
43		8		10	9		
44	8	8	9	9	8		7
45	6	9		9			
46				8			
47		8		8			
48				10			
49	8	9		8	9		
50	8			10	9	7	
51		7		9	7		
52	8	9		7	8	9	
53	9	6		10	9		
54		9		7			
55	5	7	5	9	6	8	3
56	10			8			
57				9	9		9
58	6	8	8	6	9	8	8
59	7	8	6	9	9	9	9
60		8		9	8	9	
61		8		8	8		
62	4	8		8			
63	9	8	7	10	10		8
64		6		8	7		
65	3	7	4	5			3
66	8	8		9	8		8
67	6	8	7	8	9		7
68				10	6		
69	1			9	8		

6. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la tasa que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?
 (Entiéndase por satisfacción en tasa a su apreciación con respecto al precio de las pólizas de las empresas de seguros, en relación a las coberturas, servicios y valores agregados que ofrecen en las pólizas).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
1	7	9	9	7	8		9
2				7			
3	8	8	9	7	8		9
4	7	7		7	7		
5	7	7		9	9	8	9
6				8			
7	6	9		9			
8	9	7	8	8	8		7
9	7	9	9	9	9		
10	8	8	8	8	8	8	8
11	7	7		5			
12	8	9	10	7	8	9	9
13	10	10	10	10	10	10	10
14	10	10	10	10	10	10	10
15	8	8	9	8		8	8
16	9		9	7			
17							
18			9	7			8
19	10	8,5	9	8			
20				8			
21	5	7	7	6	8	8	7
22				7			
23	8			8			
24		7		6	8	8	
25	9		9	9		10	
26	7	8	10	5	5		
27	6	9	8	8	8	8	7
28	9	9	8	8		8	9
29				8			
30	7	7	8	9	7	8	7
31	8	8	7	8	7		8
32	8	7	9	9	7		8
33		8		8	10		
34	7	8		8	9	9	
35	9	10	8	8	10	8	9

6. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre la tasa que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?
 (Entiéndase por satisfacción en tasa a su apreciación con respecto al precio de las pólizas de las empresas de seguros, en relación a las coberturas, servicios y valores agregados que ofrecen en las pólizas).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
36		7		6		7	7
37	9	8		9			
38	6		6	6	6		6
39	8	7		8	7	7	8
40	9	8	8	8	9	8	9
41				6			
42				10			
43		8		7	9		
44	8	8	9	8	8		9
45							
46				8			
47		8		7			
48				6			
49	7	8		8	8		
50	8			6	7	8	
51		7		8	7		
52	8	9		8	8	9	
53	8	8		8	8		
54		8		7			
55	6	8	6	8	8	8	5
56	8			4			
57				8	9		9
58	8	9	8	8	10	8	8
59	8	7	9	8	8	8	8
60		8		7	9	8	
61		8		7	9		
62	8	9		7			
63	9	8	9	7	9		9
64		7		7	9		
65	7	8	9	9			9
66	7	8		8	7		9
67	6	7	8	7	8		8
68				6	10		
69	5			8	9		

7. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre el servicio al cliente que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por servicio al cliente, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted realiza cualquier requerimiento).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
1	7	8	8	7	8		9
2				4			
3	8	8	8	9	8		9
4	9	9		9	9		
5	8	9		9	9	7	9
6				8			
7	4	8		9			
8	9	7	7	8	8		8
9	7	9	8	7	5		
10	8	9	8	9	9	9	9
11	6	6		8			
12	8	9	8	8	8	9	7
13	10	10	10	10	10	10	10
14	10	10	10	10	10	10	10
15	10	10	8	9		8	8
16	8		8	8			
17							
18			8	7			8
19	7	8	9	9			
20	8	8		10			7
21	3	7	7	8	8	8	7
22				8			
23	10			8			
24		7		8	7	7	
25	10		8	9		9	
26	10	7	8	7	6		
27	7	9	7	9	8	9	7
28	9	9	8	9		8	8
29				9			
30	9	8	7	10	6	8	6
31	8	8	7	8	6		8
32	8	8	8	8	6		6
33				10	10		
34	7	8		8	5	9	
35	6	10	6	9	10	7	7

7. ¿Cómo calificaría su satisfacción de 1 a 10, sobre el servicio al cliente que le entregan las siguientes empresas de seguros, siendo 1 el más bajo nivel de satisfacción y 10 el más alto?

(Entiéndase por servicio al cliente, la predisposición, rapidez y calidad del servicio que le brinda la empresa de seguros cuando usted realiza cualquier requerimiento).

APS	Equinoccial	QBE	Chubb	Aseguradora del Sur	Liberty	Latina Seguros	AIG Metropolitana
36		6		9		7	7
37		10		7			
38	8	8	8	9	8		8
39	9	7		7	6	6	6
40	9	9	9	9	8	7	9
41				9			
42				9			
43		8		10	9		
44							
45	9	8		9			
46				6			
47		8		9			
48				10			
49	7	8		8	8		
50	9			8	7	7	
51		7		9	7		
52	10	9		8	9	9	
53	7	7		9	9		
54		9		7			
55	6	8	7	9	6	8	7
56	8			8			
57				9	9		9
58	7	8	8	7	9	7	8
59	10	8	10	10	10	10	7
60		8		9	8	9	
61		9		9	10		
62	3	8		10			
63	10	8	8	9	9		9
64		7		8	8		
65	4	9	4	10			5
66	8	8		9	6		8
67	6	7	7	7	8		8
68				10	10		
69	7			10	9		

