

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA

CENTRO ACADÉMICO SAN JOSÉ

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“Análisis de concentración del mercado de seguros en Costa Rica del año 2010 al 2014”

PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE

LICENCIATURA CON ÉNFASIS EN FINANZAS

TRABAJO FINAL ELABORADO POR

MA. GABRIELA MORA VÁSQUEZ

ADRIÁN LEÓN SÁNCHEZ

DIEGO ESQUIVEL SERRANO

GABRIEL HERNÁNDEZ CARMONA

JORGE LUIS MUÑOZ GARITA

JESÚS MARCONI OBANDO AGUILERA

PROFESOR ASESOR

Manrique Hernández Ramírez

SAN JOSÉ, JUNIO, 2015

TABLA DE CONTENIDOS

Tabla de contenidos.....	I
Índice de tablas.....	V
Índice de ilustraciones.....	VI
Índice de apéndices.....	VII
Índice de gráficos.....	VIII
Índice de anexos.....	IX
Abreviaturas.....	X
Introducción.....	1
1 CAPÍTULO I. Generalidades de la Investigación.....	2
1.1 Justificación.....	2
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Esquema de trabajo.....	5
1.5 Alcances y limitaciones.....	6
CAPÍTULO II. Marco teórico.....	7

1.6	Historia de los seguros en Costa Rica	7
1.6.1	Ley reguladora del mercado de seguros	10
1.6.2	COPROCOM: Comisión para promover la competencia	13
1.7	Aseguradoras con presencia en Costa Rica avaladas por la SUGESE	
	14	
1.7.1	MAPFRE	15
1.7.2	ASSA	15
1.7.3	Pan American Life	16
1.7.4	Aseguradora del Istmo	16
1.7.5	Seguros Bolivar	17
1.7.6	Quálitas Seguros	17
1.7.7	Best Meridian Insurance Company	17
1.7.8	Atlantic Southern Insurance Company	18
1.7.9	Aseguradora SAGICOR	18
1.7.10	Instituto Nacional de seguros	19
1.7.11	Seguros del magisterio	19
1.8	Tipo de investigación.....	20
1.9	Fuentes de información.....	20
1.10	Competencia perfecta.....	20
1.10.1	Características que distinguen a la competencia perfecta.....	21
1.11	Competencia imperfecta	22
1.12	El monopolio	22
1.12.1	La situación del monopolio	23
1.12.2	Monopolio y eficiencia	24
1.12.3	¿Por qué los monopolios?.....	25
1.13	Concentración de mercados.....	26
1.13.1	Utilización	26

1.13.2	Control Económico	26
1.13.3	Concentraciones Horizontales	27
1.13.4	Concentraciones Verticales.....	27
1.13.5	Concentraciones de Conglomerado.....	27
1.13.6	Participantes, Participaciones y Grado de concentración.....	27
1.14	El índice de Herfindahl-Hirschmann (HHI)	29
1.14.1	Aplicación legal.....	30
1.14.2	Otras aplicaciones.....	30
1.15	Parte práctica del modelo	31
1.16	Mercado de seguros	34
1.16.1	Definición de seguros	34
1.16.2	Características del seguro.....	35
1.16.3	Definiciones	36
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA		40
1.17	Tipo de investigación	40
1.18	Fuentes de información.....	40
1.19	Procedimiento para realizar el cálculo del HHI	40
1.20	Cálculo del índice de hirschman-herfindahl.....	48
2	CAPÍTULO IV. Desarrollo.....	53
2.1	Análisis de concentración para líneas de seguros con índice de concentración al 100 % (monopolios).....	53
2.1.1	Línea de aviación	53
2.1.2	Línea seguro de Crédito	53
2.1.3	Línea de seguros de Caución	53
2.1.4	Línea de pérdidas pecuniarias	54

2.1.5	Líneas agrícolas y pecuarias.....	54
2.1.6	Línea otros ramos generales.....	54
2.1.7	Líneas de otros ramos personales	54
2.2	Análisis vertical de la distribución de las primas de seguros 2010-2014	55
2.2.1	Análisis vertical para el año 2010.....	55
2.2.2	Análisis vertical para el año 2011.....	57
2.2.3	Análisis vertical para el año 2012.....	59
2.2.4	Análisis vertical para el año 2013.....	61
2.2.5	Análisis vertical para el año 2014.....	62
2.3	Análisis de la concentración del mercado de seguro de automóviles del 2010 al 2014.....	64
3	CAPÍTULO V. Conclusiones y Recomendaciones.....	70
3.1	Conclusiones.....	70
3.2	Recomendaciones.....	72
	Apéndices	73
	Anexos	74
	Bibliografía.....	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Participación de primas por aseguradora (millones de colones).....	14
Tabla 2. Industria automotriz Mexicana	32
Tabla 3. Producción de automóviles para exportación según empresa y categoría setiembre 1997 (unidades)	33
Tabla 4. Producción de automóviles para exportación según empresa y categoría setiembre 1997 (Porcentual).....	34
Tabla 5. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2010 (en millones de colones)	55
Tabla 6. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2011 (en millones de colones)	57
Tabla 7. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2012 (en millones de colones)	59
Tabla 8. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2013 (en millones de colones)	61
Tabla 9. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2014 (en millones de colones)	62
Tabla 10. Ingresos por primas, ramo de seguros de automóviles, por aseguradora Diciembre 2010-2014 (en millones de colones)	64
Tabla 11. Índice de concentración de Ingresos por primas, por ramo de seguros de automóviles, por aseguradora Diciembre 2010-2014 (en millones de colones).....	66

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Página web SUGESE	41
Ilustración 2. Página web SUGESE – menú Estadísticas	42
Ilustración 3. Página web SUGESE – Submenú Histórico	43
Ilustración 4. Página web SUGESE – Submenú Diciembre	44
Ilustración 5. Archivo en formato de Excel	45
Ilustración 6. Participación por Ramo de Seguro 2010-2014.....	46
Ilustración 7. Participación de Aseguradoras por tipo de seguro	47
Ilustración 8. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Sumatoria “Q”	49
Ilustración 9. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Cálculo “S”	49
Ilustración 10. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Cálculo “H”.....	50
Ilustración 11. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Fórmulas”	51
Ilustración 12. Fluxograma – Cálculo del índice de concentración	52

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1. Cálculo completo de índices de concentración 2014.....	73
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Concentración del mercado de seguros para América Latina	2
Gráfico 2. Concentración de Mercado América Latina 2001-2010	8
Gráfico 3. Ingresos por primas de automóviles por aseguradora Diciembre 2010-2014 (en millones de colones)	65
Gráfico 4. Concentración de Mercado para América Latina (índice Herfindhal)	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Ley reguladora del mercado de seguros	74
--	----

ABREVIATURAS

CONASSIF: Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero.

COPROCOM: Comisión para promover la competencia.

HHI: Índice de Herfindahl - Hirschmann.

INS: Instituto Nacional de Seguros.

MEIC: Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

SUGESE: Superintendencia General de Seguros.

TLC: Tratado de Libre Comercio.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la libre competencia ha sido sinónimo de eficiencia y eficacia, además de beneficio para los consumidores del mercado donde ésta se está desarrollando. En Costa Rica, el mercado de seguros sufrió un gran cambio con la apertura del mercado monolítico, en manos estatales a partir del 2008.

Debido a esto y entre muchas otras reacciones, se crea la SUGESE, que es el ente encargado de velar por la transparencia de las empresas involucradas y de las buenas prácticas en la comercialización y administración de los seguros. Amparado a esto, surge la duda de conocer cuáles son los mecanismos que emplea dicha Superintendencia para regular las condiciones del mercado en cuestión, específicamente, en la parte de prácticas monopolísticas y concentración de mercados que estas conllevan.

Una vez identificada la necesidad y procediendo a consultar al ente regulador, se llega al descubrimiento que no existe una valoración de los índices de concentración de mercados y aún menos de la existencia de una herramienta, formal y técnica, que arroje información sobre los resultados y las pertinentes medidas correctivas y/o sancionatorias que se deberían tomar.

1 CAPÍTULO I. GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN

El Índice de Herfindahl es una medida empleada en economía que informa sobre la concentración económica de un mercado. El cálculo de dicho índice no es muy complejo ya que su importancia radica en que al utilizarlo se puede analizar qué tan cerca está una economía del monopolio o de la competencia perfecta, de ahí nace su gran relevancia al poder ser utilizado mundialmente en cualquier tipo de mercado. Actualmente potencias como los E.E.U.U. y la Unión Europea utilizan este indicador para poder conocer la concentración y los cambios en la medida de participación en los mercados. En un estudio publicado por la revista AMIS en el año 2013, ya hace referencia a los elevados índices de concentración en América Latina, haciendo uso del modelo de cálculo conocido como índice Herfindahl, como se muestra en el gráfico 1.

Gráfico 1. Concentración del mercado de seguros para América Latina

Concentración de Mercado (Índice Herfindahl)



- En América Latina, la competencia en el mercado de seguros es alta.



Fuente: Latinoinsurance

Fuente: Latinoinsurance

Este estudio realizado en marzo del año 2013, muestra el alto nivel de concentración del mercado de seguros de Costa Rica para ese momento; siendo éste el país que obtuvo el mayor índice Herfindahl del estudio. Éste se realizó a 5 años de la apertura del mercado de seguros en Costa Rica y muestra el liderazgo que tenía todavía en ese momento el INS.

A partir de la apertura del mercado de seguros en nuestro país mediante la ley #8653, el panorama debió sufrir un cambio rotundo en la forma y participación de los actores del mismo, dado que después de un largo período de monopolio auto-impuesto por parte de una sola empresa aseguradora estatal, donde por ley se prohibía la participación de otras empresas en la venta de seguros, se pasa a un mercado abierto para que cualquier empresa que cumpla con los requisitos necesarios y pueda participar en dicho mercado. Pero contrario a lo que se esperaba, el panorama no fue así.

Han transcurrido siete años desde el inicio de la apertura del mencionado monopolio estatal de seguros donde las leyes que se promulgaron, enmarcan las disposiciones con las cuales deben regularse las actuaciones de todos los participantes, llámense empresas aseguradoras, intermediarios y asegurados; para lo cual se crea la Superintendencia General de Seguros (SUGESE). Esta superintendencia, es por disposición de esta ley, la encargada de velar porque se cumplan las buenas prácticas y ejercer los controles que sean necesarios para promover la sana competencia, y su principal objetivo y fin último es su labor de supervisión y cuidar los intereses de los asegurados.

Por esto, es que a partir de lo anterior, se decide analizar de manera objetiva si la SUGESE cumple la labor para la cual fue creada, específicamente analizando la situación de la concentración del mercado de seguros y la participación que tiene cada una de las empresas inscritas en la totalidad del mercado, y así conocer si hay un sano balance en la participación o si por el contrario se están infringiendo las leyes. Por ejemplo, Artículo #8: sobre la libertad de competencia y contratación en materia de seguros, Artículo #9: sobre la defensa de la competencia, Artículo #10: sobre acuerdos anticompetitivos, Artículo #11 sobre prácticas abusivas, y Artículo #12: sobre la aplicación supletoria de la ley de la promoción de la competencia.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

No existe un modelo específico para medir la concentración de participación del mercado de empresas aseguradoras por parte de SUGESE en Costa Rica, el cual permita también conocer el estado real del mismo (mercado).

1.3 OBJETIVOS

A continuación se presentan los objetivos generales y específicos que busca completar con el desarrollo del trabajo.

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un modelo específico para medir la concentración de participación en el mercado de empresas aseguradoras por parte de SUGESE en Costa Rica y conocer el estado real del mismo.

1.3.2 Objetivos específicos

- Estudiar la literatura sobre el tema de riesgo inherente a la concentración de entidades en el mercado de seguros.
- Estudiar el comportamiento y desempeño de la industria de seguros analizando las características de las empresas seleccionadas.
- Diseñar un modelo de concentración de seguros, de manera que mediante matrices y bases de datos se generen resultados en índices comparables entre las empresas del sector nacional.
- Aplicar el modelo en la industria de seguros costarricense demostrando su importancia y funcionalidad.
- Generar conclusiones y recomendaciones que establezcan la ruta a seguir para un mejor desarrollo del modelo tanto a corto, mediano, como a largo plazo.

1.4 ESQUEMA DE TRABAJO

En primer lugar se estudiarán los principales artículos de la ley 8653 “*Ley reguladora del mercado de seguros*”, dando mayor énfasis a los artículos relacionados con las prácticas abusivas, sanciones, aplicación de la ley de la promoción de la competencia, los acuerdos anticompetitivos y la defensa de la competencia.

Se investigará en la página web de la Superintendencia General de Seguros (SUGESE) los documentos disponibles sobre la regulación de estas prácticas.

Se consultará bibliografía sobre el análisis y determinación de índices de concentración.

Se consultará y generará una base de datos sobre la participación que tienen las empresas aseguradoras actuales en el porcentaje total de primas, sobre el total de venta de seguros, así como su participación a lo largo del tiempo en el mercado. Y sobre una línea única, específicamente la de automóviles -para efectos prácticos de este trabajo-, debido a que esta línea es la de mayor primaje y representa un valor de referencia bastante confiable.

Utilizando los estados financieros de cada empresa y la información proporcionada por la SUGESE, sobre las primas directas por aseguradoras y por líneas de seguros, con la herramienta de Excel, se crearán las fórmulas y matrices que generarán las categorías del índice de concentración de Herfindahl, que nos dará la sumatoria de las cuotas del mercado al cuadrado de las “n” empresas del mercado.

Con la información generada por el índice, se realizará la comparación de concentración entre cada una de las empresas aseguradoras para determinar las tendencias de concentración y si cabe algún tipo de sanción por prácticas que no estén acorde con las disposiciones de la ley.

1.5 ALCANCES Y LIMITACIONES

Se evaluarán para efectos de este trabajo, únicamente los índices arrojados por lo primajes totales por empresa aseguradora en los meses de diciembre, desde el año 2010 al 2014.

El análisis exhaustivo de la concentración del mercado de seguros se realizará sobre la línea de automóviles, ya que esta es la de mayor dinamismo y representa el mayor porcentaje de participación.

Para el cálculo de la concentración, se utilizará el índice de Herfindahl, ya que este cuenta con todos los contenidos y características integrales y necesarias para un resultado suficiente, objetivo y completo.

Los resultados de este proyecto serán completamente de carácter académico, por lo que su aplicación y difusión se mantendrán en ese ámbito, salvo solicitud expresa de alguna de las partes involucradas en el estudio.

Se hace mención de la totalidad de las aseguradoras que componen el mercado, pero en el cálculo del índice se realizará solamente con las que cuenten en su haber de producto, los relacionados directamente con la línea de seguro de automóviles. Lo anterior debido principalmente a que a pesar de la apertura del mercado, actualmente las líneas de seguros obligatorio-solidario (llámese riesgos del trabajo y seguro obligatorio automotor) no están en la actualidad a disposición de las otras aseguradoras por lo que sus primas podrían significar un sesgo a la hora de valoración y comparación entre sí. Además, para mantener el tamaño del estudio dentro de los requerimientos del trabajo, se compararán solo esos dos datos y no todas las líneas de seguros, principalmente porque hay aseguradoras especializadas en un solo tipo de producto, y por ende para un análisis adecuado se requeriría un análisis más extenso de lo requerido en este proyecto.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Este capítulo presenta la base de fundamentos teóricos sobre la cual se sustenta el proyecto en cuestión, detallando cada concepto técnico-fundamental para justificar los procedimientos y métodos utilizados a lo largo del trabajo, otorgando un valor sólido y confiable al estudio, para validar de esta forma, los resultados finales con literatura previamente analizada.

Se inicia con la historia de los seguros en Costa Rica y el marco legal que la sustenta; continúa la definición de algunos tipos de investigación y fuentes de información. Seguidamente, se detallará sobre los conceptos de la competencia perfecta, competencia imperfecta y otros temas relacionados, de manera que se proporcione un mejor entendimiento del tema que se abarcará en el resto de la investigación y así se facilite la comprensión del modelo que se propondrá durante el desarrollo de este trabajo.

1.6 HISTORIA DE LOS SEGUROS EN COSTA RICA

La historia de los seguros realmente comenzó en Costa Rica en 1924, cuando el Instituto Nacional de Seguros (INS) fue fundado como una entidad del Gobierno al cien por cien. Estaba protegido por legislación que impedía toda competencia nacional o extranjera. La excepción a esto fue el Magisterio, que desde hace muchos años ofrece seguros adecuados a los miembros de los sindicatos de maestros y profesores.

Como la única aseguradora con seguros generales en Costa Rica, el INS disfrutó de un mercado cautivo, y con los años se convirtió en la mayor aseguradora de Centroamérica. Una parte de su actividad se deriva del Seguros de Riesgos del Trabajo y del Seguro Obligatorio de Automóviles.

Ha habido varias decisiones que afectaron al INS y el mercado de seguros en Costa Rica. Desde el principio los seguros se vendían por medio de agentes. En los años 50 fue aprobado el llamado "código de ética" entre los agentes, lo que hacía difícil - casi imposible - para un cliente cambiar de agente. Esto llevó a un desmejoramiento del servicio de algunos agentes que no ayudaban a sus clientes a superar la burocracia en caso de reclamos, y esto fue en detrimento de la buena reputación de INS.

"A mediados de los 90 el INS hizo un cambio importante - propició la integración de "agencias comercializadoras de seguros". La ventaja inmediata era que las nuevas agencias no estaban sujetas al "código de ética", y podían competir libremente con los agentes independientes y con otras agencias de seguros, El resultado fue un gran mejoramiento de la calidad del servicio. El número de agencias alcanzó un máximo de 82 en 2005.

En 2009 Costa Rica suscribió un Tratado de Libre Comercio con los países de Centroamérica, EUA y el Caribe ("TLC"), una de cuyas condiciones era que el mercado de seguros debía ser abierto a la competencia, y las leyes que protegían al INS como monopolio debían ser revocadas.

En su investigación Juan Fernando Serrano nos da algunos datos del comportamiento de la concentración del mercado de seguros de algunos países de Latinoamérica, y especialmente de Costa Rica como se muestra en el gráfico 2.

Gráfico 2. Concentración de Mercado América Latina 2001-2010



Fuente: Latinoinsurance, Juan Fernando Serrano.

La apertura del mercado de seguros en Costa Rica se realizó en el año 2008, este gráfico nos muestra la concentración del mercado de seguros de algunos países de Latinoamérica y observamos el alto nivel de concentración que tiene Costa Rica, ya que la apertura del mercado se dio hasta el año 2008 y este gráfico contempla los años del 2001 al 2010.

Otro aspecto del TLC fue que Costa Rica debía tomar en serio las medidas para evitar el lavado de dinero, y se dictaron duras consecuencias para las instituciones financieras que no las cumplieran plenamente. Estrictamente hablando, las compañías de seguros son instituciones financieras, y por lo tanto ellos como sus intermediarios están obligados a cumplir - a pesar de que es difícil imaginar cómo el dinero puede ser lavado a través del seguro.

En julio de 2009 la Superintendencia de Seguros (SUGESE) fue creada, y poco después se aprobaron leyes y reglamentos para asegurar que el mercado de seguros se desarrollara de una manera ordenada y se protegieran plenamente los intereses del público.

Las leyes y reglamentos que abarcan las aseguradoras, los reaseguradores y los intermediarios (agentes, agencias, corredores y corredurías) establecen las condiciones para formar estas organizaciones, las condiciones bajo las cuales pueden operar, y los detalles de los productos que pueden ser ofrecidos en el mercado. El proceso de concesión de licencias para todas las partes es minucioso, igualmente la aprobación de los productos a ofrecer.

En la actualidad hay varias compañías de seguros autorizadas operando en Costa Rica, y ninguna, excepto el INS, tiene un amplio espectro de productos que se ofrecen. Hay varias empresas corredoras de seguros, además de agentes directos que ofrecen los productos de las aseguradoras a los que están suscritos. Se espera que a finales de 2011 haya once compañías de seguros que vendan sus productos en Costa Rica, y sin duda habrá varias corredurías más.

El efecto de la apertura del mercado es el esperado. INS ha entrado en competencia, reduciendo sus primas en las líneas de seguros competidas, y ofreciendo nuevos productos y mejoras a los seguros existentes. Al mismo tiempo, se está esforzando por reducir la burocracia y mejorar el servicio a sus clientes - el pago de reclamaciones sufre menos retrasos. Las primas de seguro de auto e incendio, las principales líneas donde ahora hay competencia, se han reducido - y una mayor reducción se espera. Cuando SUGESE autorice otros productos de la competencia, se cree que el INS también reducirá las primas. Se espera que el INS sigan dominando el mercado los próximos años." (The Garrette Insurance Group)

1.6.1 Ley reguladora del mercado de seguros

La ley No. 8653 del 1 de julio del 2008, publicado en el Alcance No. 30 a La Gaceta No. 152 de 7 de agosto del 2008, así mismo la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica decreta las últimas reformas según Ley No. 8956 de 17 de junio del 2011, publicado en La Gaceta No. 175 de 12 de setiembre del 2011.

Artículo 1.- Objeto de esta Ley

La presente Ley es de orden e interés públicos y tiene como objeto:

- a) Proteger los derechos subjetivos e intereses legítimos de los asegurados y terceros interesados que se generen a partir de la oferta, suscripción comercialización o ejecución de contratos de seguros.
- b) Crear y establecer el marco para la autorización, la regulación, la supervisión y el funcionamiento de la actividad aseguradora, reaseguradora, intermediación de seguros y servicios auxiliares.
- c) Crear condiciones para el desarrollo del mercado asegurador y la competencia efectiva de las entidades participantes.
- d) Modernizar y fortalecer al Instituto Nacional de Seguros, en adelante INS, para que pueda competir eficaz y eficientemente en un mercado abierto, sin perjuicio de su función social dentro del marco del Estado social de derecho que caracteriza a la República de Costa Rica.
- e) Asegurar el financiamiento y las condiciones necesarias para la adecuada prestación de servicios por parte del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Costa Rica.
- f) Crear la Superintendencia General de Seguros para velar por la estabilidad y el eficiente funcionamiento del mercado de seguros.
- g) Flexibilizar y ampliar los mecanismos y procedimientos de contratación administrativa que tiene el INS.

Artículo 8.- Regulación aplicable a grupos financieros

Las disposiciones relativas a grupos financieros contempladas en la Ley orgánica del Banco Central de Costa Rica, No. 7558, de 3 de noviembre de 1995, y sus reformas, también serán aplicables a las entidades aseguradoras que no estén organizadas como sociedades anónimas, independientemente de su naturaleza, pública o privada, cuando de acuerdo con las leyes que las rigen participen en el capital de sociedades dedicadas a la prestación de otros servicios financieros.

En dichos casos, cada una de las entidades aseguradoras indicadas, que constituya u opere una o varias subsidiarias, se equipará, para efectos de la supervisión consolidada efectiva, a la sociedad controladora de un grupo financiero y la relación con sus subsidiarias y entre estas últimas se registrará en todo lo racionalmente aplicable por lo previsto en la Ley orgánica del Banco Central de Costa Rica, No. 7558, de 3 de noviembre de 1995, y sus reformas, conforme lo detalle el reglamento que dicte el Consejo Nacional

Artículo 9.- Junta Directiva y puestos administrativos

Las entidades aseguradoras constituidas como sociedades anónimas, tendrán una junta directiva integrada al menos por cinco miembros de reconocida honorabilidad y comprobada idoneidad técnica. Al menos el cuarenta por ciento (40%) de los miembros de la junta directiva no podrán ser accionistas de la entidad, ni parientes de los accionistas de la sociedad, hasta el tercer grado de consanguinidad o afinidad; tampoco podrán ser empleados de empresas del mismo grupo económico o financiero.

No podrán ser miembros de la junta directiva:

- a) Las personas contra quienes, en los últimos cinco años, haya recaído sentencia judicial penal condenatoria firme por la comisión de un delito doloso contra la propiedad, la buena fe de los negocios o la fe pública, tipificados en los títulos VII, VIII y XVI del libro II del Código Penal, respectivamente.
- b) Las personas que se encuentren cumpliendo sentencia judicial penal condenatoria por la comisión de los delitos citados en el inciso anterior.

Les serán aplicables idénticas prohibiciones a los representantes de las sucursales y a los puestos administrativos de las entidades aseguradoras que señale, junto con los otros requisitos aplicables, el reglamento respectivo.

Artículo 10.- Disposiciones generales del régimen de suficiencia de capital y solvencia

El Consejo Nacional definirá, mediante reglamento, las normas y los requerimientos del régimen de suficiencia de capital y solvencia que deberán cumplir, en todo momento, las entidades aseguradoras y reaseguradoras; para ello, observará hipótesis prudentes y razonables, así como las prácticas aceptadas internacionalmente que mejor se adapten al mercado de seguros costarricense. El reglamento también desarrollará la determinación del requerimiento de capital, de las provisiones técnicas y reservas, así como el régimen de inversión de los activos que los respalda, las reglas de valoración de activos y pasivos para las entidades aseguradoras y reaseguradoras y los niveles de alerta temprana que impliquen medidas correctivas por parte de las entidades supervisadas e intervención de la Superintendencia.

Se considerará que una entidad cumple el régimen de suficiencia de capital y de solvencia, cuando el requerimiento de capital, las provisiones técnicas y las reservas de la entidad se encuentren respaldados en un cien por ciento (100%) por activos admisibles, valorados debidamente conforme a criterios técnicos, para ese propósito.

Los auditores internos y externos de las entidades supervisadas estarán obligados a informar a la Superintendencia, en forma inmediata, de las situaciones detectadas que pudieron concebirse como operaciones ilegales o poner en riesgo la estabilidad financiera de la entidad.

Artículo 11.- Capital mínimo

El capital mínimo requerido será valorado en unidades de desarrollo de conformidad con la Ley No 8507, de 28 de abril de 2006. Los requerimientos mínimos de capital son los siguientes:

- a) Entidades aseguradoras de seguros personales: tres millones de unidades de desarrollo (UD3.000.000).
- b) Entidades aseguradoras de seguros generales: tres millones de unidades de desarrollo (UD3.000.000).
- c) Entidades de seguros mixtas de seguros personales y generales: siete millones de unidades de desarrollo (UD7.000.000)
- d) Entidades reaseguradoras: diez millones de unidades de desarrollo (UD10.000.000).

Ninguna entidad aseguradora o reaseguradora podrá iniciar sus operaciones mientras no tenga totalmente suscrito y pagado, en efectivo, su capital mínimo. Dicho capital deberá depositarse inicialmente en el Banco Central de Costa Rica y podrá ser retirado conforme efectúe sus inversiones.

Artículo 12.- Requerimiento de capital

Se entenderá como requerimiento de capital, el patrimonio mínimo libre de todo compromiso previsible que debe mantener la entidad aseguradora. Este deberá ser suficiente para cubrir al menos la estimación del riesgo técnico, el riesgo de crédito, el riesgo de mercado y el riesgo operacional que enfrenta la entidad aseguradora. Para dicha determinación, el reglamento considerará la valoración de activos y pasivos a su valor económico y la cesión de riesgos por parte de la entidad mediante sistemas admitidos. (La Gaceta, 2008)

1.6.2 COPROCOM: Comisión para promover la competencia

El propósito fundamental de la COPROCOM es la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, investigando y sancionando las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado. Somos un órgano de desconcentración máxima adscrito al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

En un mercado con pocos participantes las empresas se ponen de acuerdo y funcionan como un monopolio. Nuestro objetivo es evitar que las empresas realicen conductas que les permitan comportarse como un monopolio por medio del cumplimiento de la Ley de Promoción de la Competencia (Ley N° 7472).

COPROCOM puede:

- SANCIONAR las prácticas monopolísticas absolutas, las prácticas monopolísticas relativas y las concentraciones, en los términos establecidos en la Ley N° 7472
- RESOLVER LAS CONSULTAS referidas a los procesos de concentración que sean realizados por las entidades bajo supervisión de la SUGEF, de la SUGEVAL, de la SUPEN, la SUGESE y de la SUTEL. Asimismo, resolver las consultas de la SUTEL en relación con los procedimientos que instruya para determinar la existencia de prácticas monopolísticas de operadores de redes o proveedores de servicios de telecomunicaciones.
- OPINAR, cuando lo considere pertinente, en materia de competencia y libre concurrencia, respecto de leyes, reglamentos, acuerdos, circulares y demás actos administrativos.

- RECOMENDAR la regulación de precios y al establecimiento de restricciones que no sean arancelarias, cuando procedan de conformidad con lo estipulado en los artículos 5 y 6 de la Ley N°7472

1.7 ASEGURADORAS CON PRESENCIA EN COSTA RICA AVALADAS POR LA SUGESE

Es importante contextualizar la participación y la naturaleza de los competidores presentes en el mercado de seguros. Según datos de la SUGESE, se ha elaborado el siguiente cuadro que resume la participación de cada una de ellas.

Tabla 1. Participación de primas por aseguradora (millones de colones)

Año	dic-14
Primas Directas	622.592,2
Obligatorios	194.431,9
INS	194.431,9
Personales	154.103,8
INS	99.114,4
Seguros del Magisterio	3.038,6
MAPFRE Seguros Costa Rica S.A.	3.426,7
ALICO Costa Rica 2/	-
ASSA Compañía de Seguros	1.764,7
PAN AMERICAN Life Insurance	34.057,0
Aseguradora del Istmo (ADISA)	8.995,7
Seguros Bolívar	700,4
Best Meridian Insurance Company	1.571,0
Triple-S Blue Inc.	977,9
Aseguradora Sagicor Costa Rica	457,4
Generales	274.056,4
INS	235.544,6
MAPFRE Seguros Costa Rica S.A.	9.874,9
ASSA Compañía de Seguros	19.673,4
Aseguradora del Istmo (ADISA) 3/	849,9
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	849,0
Quálitas Compañía de Seguros (CR)	4.723,5
Aseguradora Sagicor Costa Rica	416,2
Oceánica de Seguros S.A	2.124,8
Seguros Lafise Costa Rica	-

Fuente:SUGESE

En el caso de las primas directas por aseguradora para diciembre del 2014 se observa la concentración del mercado de seguros en el INS, en el caso de los obligatorios es la única empresa que brinda el servicio y en el caso de los seguros personales y en general, existen varias empresas en el mercado; más sin embargo, el INS se mantiene como el líder del mercado. En el caso de los seguros personales, la empresa que capta mayor cantidad de ingresos por venta de estas primas es Pan American Life Insurance y en el caso de los seguros generales, la segunda empresa que tiene mayores ingresos es ASSA Compañía de Seguros.

Las compañías autorizadas en Costa Rica para la venta de seguros, las presentamos a continuación para tener una pequeña reseña de estos competidores a saber:

1.7.1 MAPFRE

MAPFRE tiene 77 años de estar en el mercado, sus inicios se dieron en España y hoy se encuentra en 4 continentes, abarca actividades financieras, aseguradoras, reaseguradoras, inmobiliarias y de servicios.

Su mercado se orienta principalmente en España, Europa y América Latina. Además, el Grupo está presente en Estados Unidos y Turquía.

Su sede central se encuentra en Majadahonda, Madrid. En 2006 MAPFRE inició un proceso de desmutualización que llevó a la organización a transformarse en una sociedad anónima y la empresa con mayor cantidad de accionistas de España. Todos los negocios de la compañía fueron integrados en MAPFRE S.A., siendo controlada la mayoría de las acciones de la compañía por la Fundación MAPFRE.

MAPFRE al principio del 2010 se extiende a todos los países del área Centroamericana, mediante una alianza estratégica entre MAPFRE y Grupo Mundial, a través de una sociedad holding en la que MAPFRE posee una participación del 65 por ciento y el Grupo Mundial del 35 por ciento. (Seguros MAPFRE)

1.7.2 ASSA

Con la apertura del mercado de seguros, en el año 2008, ASSA Compañía de Seguros, S.A. dio inicio al proceso de registro como aseguradora en Costa Rica.

En noviembre de 2009, ASSA es inscrita legalmente como empresa y en menos de cinco meses, como Compañía de Seguros ante la Superintendencia General de Seguros, siendo la primera empresa privada en ofrecer una alternativa de aseguramiento para los costarricenses. En junio de 2010, ASSA recibe la resolución del registro de su primer producto, alcanzando, al día de hoy, el registro de más de cuarenta pólizas de seguros.

ASSA Compañía de Seguros, es el fruto de la regionalización y expansión de fronteras de su empresa hermana panameña, con más de 70 años en este mercado. ASSA cuenta con presencia además en El Salvador, Nicaragua, Panamá y Colombia.

Es el 3er año que ASSA Costa Rica es calificado como AA (cri), (AA: denota una muy alta capacidad para cumplir con las obligaciones con los tenedores de pólizas en relación a todas otras emisiones o emisores en el mismo país y en relación a todas las otras industrias y tipos de obligaciones calificadas. (ASSA)

1.7.3 PAN AMERICAN LIFE

La visión inicial de lo que sería la compañía de seguros Pan-American Life Insurance surgió de Crawford H. Ellis, quien en 1911 compartió su inspiración con otros tres caballeros: Dr. Edward G. Simmons, un experto en seguros de vida, Dr. Marion Souchon, un renombrado médico cirujano y Eugene J. McGivney, abogado corporativo. Juntos crearon Pan-American Life Insurance, una compañía al servicio de las necesidades de las personas y negocios en América Latina y los Estados Unidos. Pan-American Life emitió su primera póliza de seguro de vida en marzo de 1912, y emprendió el camino a convertirse en la primera compañía reconocida por prestar servicios a Las Américas.

La entrada de Pan-American Life en el mercado de Costa Rica en el 2010 fue el paso natural que apoyó el desarrollo geográfico y el plan estratégico de la compañía en América Latina. Pan-American Life es el proveedor principal de seguros de salud y vida tanto individual como de grupo en América Central. Pan-American Life fue la primera compañía en la región en ofrecer un seguro de vida individual en moneda local y en dólares. (Pan American Life)

1.7.4 ASEGURADORA DEL ISTMO

Desde diciembre del 2010 fue autorizada por la Superintendencia General de Seguros cumpliendo con todos los requisitos legales y financieros de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros para operar en Costa Rica, especializándose en Seguros de Personas.

Aseguradora del Istmo ADISA, representa la alianza de capital costarricense y capital internacional. Sus socios fundadores son QBE Del Istmo Compañía de Reaseguros, Inc. y la Cooperativa Nacional de Educadores, Coopenae. Esta unión se ve fortalecida por la amplia trayectoria de sus accionistas con más de 30 años en el campo de reaseguros internacionales, complementándose con 40 años de conocimiento y experiencia en el mercado financiero y social de Costa Rica. (Aseguradora del Istmo)

1.7.5 SEGUROS BOLIVAR

Sociedades Bolívar S.A. es una sociedad que se dedica a la inversión de sus fondos o disponibilidades en la conformación, administración y manejo de un portafolio de inversiones propias, constituido por acciones, cuotas sociales y parte de interés en sociedades nacionales o extranjeras; títulos de participación o inversión, bonos emitidos por entidades públicas o privadas, y por otros títulos valores de contenido crediticio o de participación de libre circulación en el mercado, cédulas u otros documentos de deuda; marcas y otras formas de propiedad industrial.

La Familia Bolívar (Grupo Empresarial Bolívar), inició sus actividades con la constitución de la Compañía de Seguros Bolívar S.A. el 5 de diciembre de 1939. No obstante, solo hasta el 30 de junio de 1940 a través de la Resolución 451 la Superintendencia Bancaria autorizó a la Compañía de Seguros Bolívar para trabajar en Colombia. En sus inicios la Compañía de Seguros Bolívar se dedicó a atender los seguros colectivos o de grupo de vida y los seguros de vida individual, incursionando en un mercado conformado principalmente por aseguradoras internacionales. (Seguros Bolivar)

1.7.6 QUÁLITAS SEGUROS

Quálitas compañía de seguros, S.A.B. de C.V., – calidad en latín -es una empresa especializada en el seguro automotriz, con cobertura geográfica en todo el territorio nacional. Fue fundada en diciembre de 1993 por inversionistas mexicanos. Quálitas en Costa Rica, inició operaciones en San José en Junio de 2011 y emitieron su primera póliza el 23 de Junio del mismo año. (Quálitas Seguros)

1.7.7 BEST MERIDIAN INSURANCE COMPANY

Best Meridian Insurance Company es una empresa con 40 años de experiencia en el mercado de los seguros, su casa matriz se ubica en Miami, Florida. El crecimiento de la compañía ha sido constante y respaldado por rigurosas auditorías. BMI posee la calificación de A- Excelente otorgada por A.M Best por lo que cumple con todas las normas legales y contables.

Se especializa en seguros personales y forma parte del conglomerado norteamericano BMI Financial Group, Inc. BMI es una empresa dedicada a la industria de Seguros de Salud, Vida, Incapacidad y Servicios Financieros, que ha contribuido durante 40 años a cubrir las necesidades de la comunidad internacional.

Cuenta con una red de distribución de aproximadamente 300 Agencias Generales con operación en el Sur de la Florida, Gran Caimán y en las ciudades principales de América Latina, Asia y Europa. BMI tiene operaciones en Latinoamérica, Asia y Europa y en el 2010 ingresó al mercado costarricense. (Best Meridian Insurance)

1.7.8 ATLANTIC SOUTHERN INSURANCE COMPANY

Atlantic Southern Insurance Company es una sociedad norteamericana fundada en 1945, constituida y organizada conforme las leyes de Puerto Rico, país en el cual se encuentra domiciliada y se especializa en seguros de vida, accidentes y salud.

Triple-S Blue Inc, compañía autorizada a usar las marcas BlueCross and BlueShield de la BlueCross and BlueShield Association, lo que le permite comercializar sus productos en Costa Rica con el nombre comercial BLUECROSS BLUESHIELD COSTA RICA. Son miembros de la Asociación de Planes Azules (BlueCross and BlueShield Association o BCBSA por sus siglas en inglés). Con sede en los Estados Unidos de América, la BCBSA agrupa a 37 compañías independientes que proveen coberturas de salud a más de 100 millones de ciudadanos estadounidenses (uno de cada tres). Su expansión está vinculada a la adquisición de Atlantic Southern Insurance (ASICO) el pasado año para ingresar al mercado de Costa Rica. (Bluecross blueshield)

1.7.9 ASEGURADORA SAGICOR

En Sagicor tiene el respaldo de 175 años de operación, desde su fundación en Barbados, bajo la multinacional Sagicor Financial Corporation, entidad que nació en 2002, tiene una robusta operación que queda en evidencia al cotizar sus acciones en las bolsas de valores de Jamaica, Barbados, Trinidad & Tobago y Londres.

Actualmente, la empresa opera en 23 países incluyendo el Caribe de habla inglesa, Panamá, 45 estados de Estados Unidos y en Europa, donde participa del mercado más grande de reaseguros en el mundo. En febrero del 2013 Sagicor Costa Rica inició operaciones con una inversión de más de \$12 millones de dólares con los siguientes indicadores: Valores Asegurados: \$628.989.689,04; Clientes actuales: 154.466; Siniestros Pagados: 134; Monto de siniestros pagados: \$ 263.052,51. (SAGICOR)

1.7.10 INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS

El Instituto Nacional de Seguros (INS) se fundó mediante Ley número 12, el 30 de octubre de 1924. En sus inicios se llamó Banco Nacional de Seguros, en decreto del 21 de mayo de 1948 cambió su nombre a Instituto Nacional de Seguros (INS), mismo que se mantiene en la actualidad. Por Decreto del 21 de mayo de 1948 de la Junta Fundadora de la Segunda República, el Banco Nacional de Seguros cambia su nombre por Instituto Nacional de Seguros y pasa a ser una institución autónoma adscrita al gobierno central de la República

El 12 de diciembre de 1973 se da la Ley del Seguro Obligatorio de Vehículos Automotores y su administración le es concedida al Instituto Nacional de Seguros, su fin es proteger a las víctimas de accidentes de tránsito con la atención médica y la indemnización respectiva, haya culpa o no del conductor del vehículo. Este seguro se enmarca dentro del grupo de seguros solidarios. El INS tuvo a su cargo la administración del monopolio de los seguros desde su creación hasta el 07 de agosto del 2008, fecha en que entró en vigencia la Ley número 8653 "Ley Reguladora del Mercado de Seguros", la cual abrió el mercado y permitió la competencia. (INS)

1.7.11 SEGUROS DEL MAGISTERIO

La Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional es la organización aseguradora creada el 24 de Diciembre de 1920 orientada al servicio con espíritu solidario y sin afán de lucro, cuya finalidad es proteger a las trabajadoras y los trabajadores de la educación costarricense y sus familias. A principios de 1917, don Alejandro Rodríguez Rodríguez, quien fuera el creador de la institución, presentó un proyecto para crear una institución de solidaridad económica y social que protegiera a cada familia costarricense vinculada al trabajo dentro de las instituciones educativas del país.

El documento proponía una mutualidad cuyo régimen estuviera a cargo exclusivo de los asociados, con independencia administrativa absoluta de los organismos del Estado, ya que se trataba de un fondo proveniente del aporte de cada trabajadora y trabajador del sector educación. A partir de 1968, por una reforma a la ley original, la Junta Directiva de la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional empezó a integrarse con representantes de las asociaciones gremiales del Magisterio para así obtener mayor independencia del Estado. (Seguros del Magisterio)

1.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se pueden clasificar de manera amplia tal y como lo indica Malhotra en:

- Exploratoria: Explora o examina un problema o situación para proporcionar conocimiento y entendimiento.
- Descriptiva: Su objetivo principal es describir características o funciones del mercado.
- Causal: Establece una relación de causa y efecto entre dos o más variables. (Malhotra, 2004)

1.9 FUENTES DE INFORMACIÓN

En el proceso de investigación social podemos distinguir básicamente dos tipos de fuentes o datos que utilizamos: los datos primarios y los datos secundarios. Los datos primarios son aquellos que nosotros como investigadores obtenemos directamente de la realidad, recogidos (produciéndolos) con nuestros propios instrumentos. Son datos de primera mano.

“El uso de fuentes primarias en la investigación social tiene una función esencialmente como elemento de contraste de nuestra teoría con la realidad empírica. Los datos secundarios, por otra parte, son informaciones ya han sido producidas por otras personas o instituciones. La utilización de documentación en la investigación social constituye por lo tanto una fuente secundaria.”
(Universidad de Alicante)

1.10 COMPETENCIA PERFECTA

La competencia perfecta es la situación de un mercado donde las empresas carecen de poder para manipular el precio (precio-aceptantes), y se da una maximización del bienestar. Esto resulta en una situación ideal de los mercados de bienes y servicios, donde la interacción de la oferta y demanda determina el precio. En un mercado de competencia perfecta existen gran cantidad de compradores (demanda) y de vendedores (oferta), de manera que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

“La competencia perfecta surge de dos formas, la primera cuando la escala eficiente mínima de un solo productor es pequeña en relación con la demanda del bien o servicio. La escala eficiente mínima es la cantidad de producción más pequeña a la que el costo promedio a largo plazo alcanza su nivel más bajo. Cuando la escala eficiente mínima de una empresa es pequeña en relación con la demanda de mercado, hay espacio para muchas empresas en una industria. La segunda surge si se percibe que cada empresa produce un bien o servicio que no tiene características únicas, de tal manera que a los consumidores no les importa a que empresa comprarle” (Michael, 2009).

1.10.1 Características que distinguen a la competencia perfecta

El mercado de competencia perfecta presenta las siguientes características que la distinguen según Kase y Karl de otros tipos de competencia:

- Coexisten muchos ofertantes (vendedores) y demandantes (compradores) que están dispuestos a vender o comprar un determinado producto.
- Los productos que se ofrecen en este tipo de mercado son homogéneos o iguales; es decir, no hay diferencia en el producto que es ofertado por todas las empresas que participan en un mercado dado, por ejemplo, como sucede en el caso de la materia prima (el cobre, la madera), los productos agrícolas (el trigo, el maíz), los valores financieros y aquellos productos que son bien conocidos y estandarizados (el pan).
- Los vendedores y compradores no tienen control distinguible sobre el precio de venta; es decir, no ejercen influencia en el precio de mercado porque ninguna empresa o comprador es lo suficientemente grande para hacerlo, por tanto, es fijado de manera impersonal por el mercado.
- Los compradores y vendedores están bien informados porque en este tipo de mercado la información circula de manera perfecta.
- Los ofertantes o vendedores no dedican mucho tiempo a elaborar una estrategia de mercadotecnia, ni a realizar actividades relacionadas con ésta, como investigación de mercados, desarrollo de nuevos productos y servicios, fijación de precios e implementación de programas de promoción (como la publicidad y la promoción de ventas), debido a que desempeñan una función insignificante o ninguna en absoluto.
- Los vendedores y compradores pueden vender o comprar libremente entre ellos; por tanto, tienen libertad de movimiento (de entrada y salida).
- En las condiciones señaladas, las empresas ofertantes tienen una curva de demanda horizontal (o perfectamente elástica).

“El modelo perfectamente competitivo se construye sobre un conjunto de supuestos, todos los cuales se deben cumplir para que nuestras conclusiones sean totalmente válidas. Suponemos que todas las empresas y las familias buscan los mejores precios en los mercados de insumos y de productos, que unas y otras tienen información perfecta, y que todas las empresas maximizan las utilidades. Dichos supuestos no siempre se cumplen en los mercados del mundo real. Cuando este es el caso, se invalida la conclusión de que los mercados libre y no regulados elaborarán una producción eficiente” (Case Karl, 2012).

1.11 COMPETENCIA IMPERFECTA

“En competencia perfecta ningún individuo se distingue de los otros, al menos en lo que se refiere a sus iniciativas o acciones. De acá se deduce la necesidad de un dirigente externo, el subastador, que propone los precios, centraliza las ofertas, y que organiza los intercambios cuando se conocen los precios de equilibrio.

Si se establece una distinción entre los individuos según su “importancia” o las iniciativas que tomen, o si los comportamientos son menos pasivos que los supuestos por la competencia perfecta, entonces aparecen situaciones bastante diversas. En la medida en que el marco institucional es forzosamente modificado, total o parcialmente, la microeconomía aparece como apenas una agrupación de teorías que van desde la “teoría de los mercados” hasta la “teoría de las organizaciones”, pasando por la “economía industrial”. El asunto se explica ya que las situaciones referidas, de las cuales se dice que sugieren la *competencia imperfecta*, van desde el caso del monopolio en el cual un agente activo toma sus decisiones frente a una multitud de otros agentes que reaccionan de manera pasiva, hasta el caso de una negociación bilateral donde los dos participantes tienen un comportamiento activo.” (Guerrien, 1998)

1.12 EL MONOPOLIO

En sus análisis la microeconomía otorga un lugar importante al caso del monopolio, caso tipo en el cual el tratamiento es relativamente simple, al menos en la situación del equilibrio parcial, ya que se reduce al estudio del comportamiento de un solo agente en un entorno que tiene las mismas características de la competencia perfecta.

1.12.1 La situación del monopolio

Se considera una empresa que es la única productora de un cierto bien o servicio, tiene el monopolio, y enfrenta una demanda competitiva del mismo en el caso simétrico donde se presenta un sólo agente comprador frente a una oferta competitiva se habla de *monopsonio*. El problema de esta empresa es hallar el precio que le permita maximizar su utilidad, habida cuenta la demanda existente. Para resolver tal problema se necesita en primer lugar que la empresa estime tal demanda; en general se supone que la conoce para todos los precios posibles. Si, además de ello la demanda disminuye ante un aumento del precio, es claro que para un precio alto el monopolio vende poco, pero con una ganancia importante por unidad producida sin tener en cuenta los costos fijos en tanto que, ante un precio débil vende mucho pero con una ganancia unitaria menor.

Dicho de otra manera, su ingreso marginal, el generado por la última unidad vendida, es decreciente; si este ingreso es superior al costo marginal, esto es el costo incurrido ante la producción de la última unidad, el monopolio puede aumentar su beneficio incrementando su producción. De tal manera la oferta que maximiza su beneficio es aquella en la cual el ingreso marginal es igual al costo marginal; este criterio de igualdad caracteriza la situación del monopolio de la misma manera que la igualdad entre el precio y el costo marginal es la característica de la empresa en competencia perfecta.

Evidentemente el monopolio puede adoptar un “comportamiento competitivo” efectuando una oferta y proponiendo un precio de tal manera que se presente una igualdad entre precio y costo marginal. Ahora, no obtiene un beneficio máximo porque si aumenta “un poco” su precio vende un poco menos ciertamente, pero ello sólo afecta a las últimas unidades producidas para las cuales el diferencial entre el precio y costo marginal es débil; al contrario, el alza de precios afecta todas las unidades vendidas provocando de tal manera un aumento no despreciable de los ingresos y, por tanto, del beneficio. Puede seguir actuando de esta manera, aumentando progresivamente el precio y disminuyendo la cantidad ofrecida hasta el momento en que no valga la pena, es decir, hasta que su ingreso marginal sea igual al costo marginal.

Este razonamiento, que sólo es válido si la función de demanda es decreciente, muestra que en el equilibrio monopolístico el precio es superior al costo marginal y que la cantidad producida es inferior a la que se hubiera dado en competencia perfecta. Es por ello que un equilibrio de tal tipo no es “eficiente”, según el criterio de Pareto. (Guerrien, 1998)

1.12.2 Monopolio y eficiencia

Al contrario de la idea usual, la “ineficiencia” del monopolio no proviene acá de una “inercia” del comportamiento o de una mala elección de las técnicas o de cualquier otra forma de “negligencia”, ya que el modelo supone, como en competencia perfecta, que la empresa tiene una función de producción que, por definición, tiene las técnicas más apropiadas en cualquier situación.

Si hay ineficiencia es porque el monopolio debe contabilizar en sus cálculos la demanda que se le dirige, lo que lo conduce, de manera muy racional, a proponer un costo superior al costo marginal; tal comportamiento es casi inevitable en tanto no hay un sistema de precios fijado por alguien exterior al modelo y es típico en situaciones de competencia imperfecta, independientemente del tipo que sea.

Ahora, ¿por qué el hecho de proponer un precio superior al costo marginal es fuente de ineficiencia, es decir, de sub-optimalidad en el sentido de Pareto? Porque es posible encontrar otra asignación de recursos (otro estado realizable) en la cual nadie sería perjudicado relativamente, con referencia al equilibrio de monopolio, e incluso algunos estarían mejor. Para llegar a tal estado realizable, sería suficiente vislumbrar una política de *discriminación de precios*; se parte del equilibrio de monopolio en el cual se sirve primero a quienes están dispuestos a pagar el “precio fuerte”; después se supone que el monopolio produce cantidades suplementarias de bienes los cuales vende por debajo del “precio fuerte”, pero por encima del costo marginal. Actuando de esta manera el monopolista aumenta su beneficio, pero también mejora la utilidad de los que sólo pueden comprar a un precio inferior. Ahora, como algunos ganan y nadie pierde (incluso para los que pagan el “precio fuerte” su situación no cambia), se llega así a una asignación de los recursos preferible, siempre según el criterio de Pareto, a la del equilibrio monopolístico (con precio único); es claro que tal equilibrio no puede ser un óptimo de Pareto.

Evidentemente esta nueva asignación supone que hay una discriminación entre los clientes del monopolio en tanto el mismo bien puede tener un precio diferente según el comprador. Ahora, esta consideración no interviene en tanto se aplica el criterio de Pareto que sólo se refiere a la asignación de recursos y no al procedimiento de hacerlo, bien sea por un sistema de precios cualquiera o por otro medio.

Se puede señalar que, en el mundo que nos rodea, ciertas grandes empresas buscan efectivamente aumentar sus beneficios y reducir así la sub-optimalidad de la situación de monopolio proponiendo precios diferenciados según el tipo de cliente potencial; se ven acá situaciones que van desde la “tarifa de estudiante” a la “Tarjeta Bermeja” hasta la política de compañías aéreas que “congelan” sillones en ciertas de sus naves de tal manera que ciertos ejecutivos o personas urgidas, paguen por ellas precios muy altos. (Guerrien, 1998)

1.12.3 ¿Por qué los monopolios?

Tradicionalmente la idea de monopolio se asocia a la de *costos fijos importantes*, situación que implica umbrales elevados para una producción rentable, los cuales no podrían ser amortizados en el caso en que dos o más empresas se lanzaran a la producción; considérese el caso de infraestructuras como las vías del ferrocarril, de redes de distribución -agua, electricidad, gas- o en cadenas de producción rentables sólo en caso de grandes volúmenes. La adecuación de *nuevos productos* implica también importantes costos fijos a causa de la investigación y desarrollo. Las marcas registradas, para proteger y estimular las invenciones, generan un derecho al monopolio al menos por un período.

En general la microeconomía ve en la existencia de los monopolios la consecuencia de las barreras impuestas, de una u otra manera, al libre acceso; el beneficio del monopolio se considera como una “renta”. Ahora, si tales barreras se consideran explicadas por la presencia de costos fijos considerables, de manera tal que “no hay sitio” para dos productores al mismo tiempo, entonces en este caso, el que haya o no “libre entrada”, no es determinante desde el punto de vista de la presencia del monopolio. En tal caso si el “emergente” se impone, es éste el que se encontrará en situación de monopolio ya que la otra empresa fue eliminada y, en el fondo, nada habrá cambiado.

Sin duda se puede vislumbrar situaciones donde, a causa del libre acceso, algunas empresas producen al tiempo el mismo bien sin tener pérdidas; en tal caso cada una de ellas ha de tener en cuenta la existencia de otras, lo que implica comportamientos bastante más elaborados que los del monopolio. Existe también el caso de la competencia monopolística, al cual se asocia el nombre de Edward Chamberlin (1899-1967), en donde el énfasis se coloca en la *diferenciación de productos*; ello se traduce por ejemplo en la existencia de marcas -Renault, Peugeot- caso en el cual la empresa tiene el monopolio sobre los productos de su propia marca. Ahora, tal monopolio es evidentemente limitado por el hecho de que existe la posibilidad, para el comprador, de sustituir un bien por otro dado que los bienes considerados tienen características vecinas. Dicho de otra manera, mientras más sustituibles sean los bienes, hay más competencia entre ellos.

Parece pues que el problema del “libre acceso” es muy complejo; es decir, los agentes racionales han de adoptar estrategias más o menos elaboradas, para “entrar” o para enfrentar a los “entrantes”.

La teoría del oligopolio y, más generalmente la teoría de juegos acuerda una atención muy especial a este tipo de comportamiento, como tendremos la ocasión de verlo en este y el próximo capítulo. La idea de la libre entrada esta por lo demás en el centro de una teoría microeconómica aparecida a comienzos de los años ochenta, denominada la teoría de los *mercados amenazados*. (Guerrien, 1998)

1.13 CONCENTRACIÓN DE MERCADOS

La concentración de mercado, a veces también llamada concentración horizontal, se refiere a la concentración o reducción del número de empresas participantes en un mercado determinado.

Las medidas corrientes de esta noción son el índice de Herfindahl-Hirschmann, así como la llamada tasa de concentración.

1.13.1 Utilización

Cuando las autoridades nacionales evalúan la violación de las reglas de legítima competencia por parte de una o de varias empresas, generalmente se estima el mercado involucrado y se trata de medir la concentración del mismo, es decir, el grado de concurrencia (competencia) real que se da en ese mercado.

Ciertos modelos de la teoría de juegos predicen que un aumento de la concentración en un mercado tiende a hacer subir los precios, en perjuicio obviamente de los consumidores, y aun cuando la colusión explícita o formal pueda estar ausente. Ejemplos: Oligopolios de Cournot y de Bertrand. Y obviamente, lo antedicho justifica la aplicación de alguna normativa tendiente a evitar los monopolios de hecho o los oligopolios, en base por ejemplo a leyes antitrust (leyes de competencia).

En muchos países hay cierta tendencia a la concentración horizontal en sectores tales como la metalurgia y la agropecuaria, aunque por cierto, los citados sectores son demasiado grandes y allí las inversiones de capital no se completan, aunque a veces intentan abarcar varios eslabones de la cadena, para asegurarse materias primas y/o para tener cierta incidencia en los precios.

1.13.2 Control Económico

El elemento esencial de una concentración es la existencia de un cambio estable y duradero en la estructura de control de las empresas afectadas. “En este contexto, debe entenderse “control económico” como la posibilidad, de hecho o de derecho, de ejercer una influencia decisiva sobre un agente económico o sus activos, entendida como el poder de adoptar o de bloquear decisiones que determinen su comportamiento comercial estratégico.” (MEIC, 2014)

1.13.3 Concentraciones Horizontales

Las concentraciones horizontales involucran a competidores directos, actuales o potenciales, por lo que pueden eliminar la competencia directa entre dos empresas. Este tipo de operación puede tener un impacto directo y negativo en los clientes y consumidores finales de las empresas involucradas si para la nueva firma resulta rentable subir los precios o desmejorar los productos y condiciones de venta que ofrece.

Por otra parte, la operación también puede alterar los incentivos de las firmas rivales, haciendo para ellas también rentable aumentar sus precios o desmejorar sus condiciones de venta. En cambio, las concentraciones verticales y de conglomerado, a diferencia de las horizontales, no implican la pérdida de competencia directa entre empresas y tienen menor probabilidad de provocar resultados anticompetitivos. Por el contrario, estas concentraciones pueden producir ahorros significativos de costos pasibles de traducirse en mejoras de la ecuación calidad/precio ofrecida a los clientes. (MEIC, 2014)

1.13.4 Concentraciones Verticales

Las concentraciones verticales involucran a empresas que operan en distintos niveles de la cadena de valor, y pueden producir dos principales efectos verticales nocivos: la obstaculización del acceso a insumos y la obstaculización del acceso a la clientela. También pueden producirse efectos anticompetitivos si la nueva firma accede a información comercialmente sensible sobre sus competidores no verticalmente integrados. (MEIC, 2014)

1.13.5 Concentraciones de Conglomerado

Las concentraciones de conglomerado involucran empresas que operan en diferentes mercados, aunque podrían estar estrechamente relacionados, por ejemplo porque involucran los mismos clientes, por ello son en principio menos lesivas para el proceso de competencia. Por esta razón se benefician de una presunción favorable al momento de ser analizadas. (MEIC, 2014)

1.13.6 Participantes, Participaciones y Grado de concentración

El cálculo de las participaciones de mercado y de la concentración de la oferta es una parte esencial en la evaluación de los efectos de una operación sobre la competencia. En la mayoría de los casos, una baja participación de mercado puede significar que la concentración podría no tener efectos anticompetitivos considerables, y generar una presunción favorable en el análisis de la concentración. (MEIC, 2014)

1.13.6.1 Participantes

Todas las firmas que obtienen ingresos en el mercado relevante se consideran participantes de dicho mercado, incluyendo aquellas que se encuentran verticalmente integradas en la medida en que su inclusión refleje cabalmente su importancia desde el punto de vista de la competencia.

En el enfoque que restringe la definición de los mercados relevantes a los productos sustitutos desde la demanda, se incorpora a las firmas capaces de sustituir rápidamente los productos relevantes como participantes del mercado relevante. Con base en ello, existen varias categorías posibles de participantes además de los que se encuentran efectivamente comercializando los productos relevantes, en el área relevante. (MEIC, 2014)

1.13.6.2 Participaciones de mercado

En la medida en que exista información contable, se calcularán las participaciones de mercado de todas las empresas que se encuentran comercializando los productos del mercado relevante. También se calcularán participaciones para los restantes participantes del mercado, en la medida en que ello pueda realizarse de modo tal de reflejar su significancia como competidores. Por ejemplo, corresponderá evaluar si estos participantes re-direccionarán toda o parte de su producción hacia el mercado relevante, ante un aumento pequeño, significativo y perdurable de los precios.

En general las participaciones de mercado se calculan sobre la base de información histórica anual sobre ingresos. En mercados cambiantes (como los de alta tecnología) ello puede sobreestimar o subestimar las participaciones futuras en el mercado (con o sin la concentración), lo cual será tomado en cuenta en la medida de lo posible.

En otros casos, cuando las transacciones son muy espaciadas, la información anual puede no ser adecuada y deban considerarse periodos más largos. Asimismo, el cálculo sobre la base de unidades vendidas y no sobre ingresos por ventas puede ser más adecuado, particularmente cuando los precios difieren para productos de prestaciones similares.

En el caso de productos homogéneos puede ser más representativo de la fortaleza competitiva de los participantes, considerar sus capacidades de producción, antes que las ventas en valor o volumen. (MEIC, 2014)

1.13.6.3 Grado de concentración

COPROCOM podrá estimar el grado de concentración de cada mercado relevante analizado, que es uno de los indicadores de los posibles efectos de la operación sobre la competencia. Se considerará tanto el nivel de concentración resultante de la operación como la variación de la concentración debida a la operación.

En caso de que la operación involucre una firma establecida con un reciente o potencial entrante, a efectos de calcular el cambio en la concentración podrán utilizarse proyecciones de participaciones de mercado. Este tipo de operaciones tienen mayor capacidad de deteriorar la competencia cuanto mayor sea la participación de mercado de la firma establecida y cuanto mayor sea la significancia competitiva del potencial entrante y la amenaza que plantea a las firmas establecidas.

La significancia de las participaciones de mercado y los indicadores de concentración será mayor en mercados donde las participaciones son históricamente estables, aún frente a cambios en precios relativos o costos. En sentido contrario, las participaciones de mercado pierden relevancia como indicadores cuando fluctúan fuertemente a lo largos de cortos períodos de tiempo, en respuesta a cambios en el mercado.

Se podrá evaluar la concentración de mercado considerando solamente los competidores significativos, particularmente cuando existe discontinuidad en las participaciones entre los competidores significativos y los rivales menores o cuando es difícil medir los ingresos en el conjunto del mercado relevante.

Existen herramientas para evaluar el grado de concentración en los mercados, que permiten identificar aquellas operaciones horizontales que requieren ser analizadas más profundamente para considerar otros factores que refuercen los efectos negativos de la concentración o los neutralicen. (MEIC, 2014)

1.14 EL ÍNDICE DE HERFINDAHL-HIRSCHMANN (HHI)

Se podrá calcular el Índice de Herfindahl-Hirschmann (HHI por sus siglas en inglés) de la concentración del mercado, que corresponde a la suma de los cuadrados de las participaciones individuales de mercado de las firmas participantes y que, por su construcción, otorga un peso proporcionalmente mayor a las participaciones de mercado mayores.

En las concentraciones horizontales, se considerará tanto el valor del HHI resultante de la operación, como su incremento o variación. El aumento de HHI equivale a dos veces el producto de las participaciones de mercado de las firmas que se concentran. Este indicador informa sobre el cambio en la estructura del mercado, atribuible a la operación.

El HHI tiene en cuenta el tamaño relativo y la distribución de las empresas que conforman un mercado y se aproxima a cero (Competencia Perfecta), cuando el Mercado está constituido por un gran número de empresas de tamaño relativamente igual. El HHI aumenta, cuando el número de empresas en un mercado disminuye y cuando la disparidad en el tamaño entre esas empresas aumenta. Entre más alto sea el índice, habrá mayor concentración, menor competencia y mayor control del mercado por parte de las empresas dominantes. Un índice HHI de 10.000 será indicativo de una posición de monopolio. (MEIC, 2014)

1.14.1 Aplicación legal

El índice de Herfindahl puede ser utilizado en cualquier tipo de mercado, siendo de mayor utilidad en los entornos regulados ya que se convierte en una herramienta de medición que permite al ente regulador tomar decisiones.

“En el sistema legal de EE. UU. se considera que índices de entre 1000 y 1500 puntos reflejan una concentración de mercado moderada. Sobre 2500 puntos se considera que el mercado es demasiado concentrado. Fusiones y adquisiciones que aumenten el índice por sobre 100 puntos posibilitan en principio una investigación “anti trust” por parte de las autoridades.

En la Unión Europea la preocupación no es tanto -en el caso de adquisiciones o uniones de empresas- el valor absoluto del índice después de la propuesta unión sino más bien el porcentaje de cambio (Delta) del mismo desde este punto de vista: “es improbable que la Comisión Europea encuentre problemas de competencia horizontal en una concentración que dé lugar a un HHI de entre 1000 y 2000 y a un delta inferior a 250, o en una concentración que arroje un IHH superior a 2000 y un delta inferior a 150, salvo que se den circunstancias especiales...” (Superintendencia del control de mercado , 2013)

1.14.2 Otras aplicaciones

Una de las aplicaciones del Índice es el cálculo de diversificación de una cartera de inversiones. Esto se puede considerar un uso derivado, el inverso del HHI: cuanto más alto es el índice, más diversificada está la cartera. Desde el punto de vista de los individuos o instituciones propietarios de las carteras, esa es una situación a menudo deseable: a más diversificada una inversión, menor el riesgo de una caída imprevista en el valor total de la misma.

Lo anterior tiene también una aplicación obvia a la “difusión” de un producto en el mercado. A más alto el índice, mayor la penetración del producto en el mercado, más popular su uso. Desde el punto de vista de las empresas, esta es una situación obviamente deseable. Considérese, por ejemplo, el caso de la Coca-Cola.

1.15 PARTE PRÁCTICA DEL MODELO

Dónde:

HHI = Índice Herfindal-Hirschman

n = Número de empresas participantes

S = Participación de mercado de la empresa

Para ilustrar el cálculo de este índice se utilizará un ejemplo de la industria automotriz mexicana con la información de la producción del año 1996.

Tabla 2. Industria automotriz Mexicana

Empresa	Producción Unidades (Setiembre 1997)	Participación Porcentual en la Producción (Si)	Si²
Volkswagen de México	24602	31.0	961.00
Ford Motor Company	17387	21.9	479.61
Nissan Mexicana	14555	18.4	338.56
General Motors de México	13241	16.7	278.89
Chrysler de México	8996	11.4	129.96
Honda	305	0.4	0.16
BMW	88	0.1	0.01
Mercedes-Benz	74	0.1	0.01
Total	79248	100	2188.38

Fuente: AMA,A,C. "Boletín Mensual", Setiembre del 1997

La suma de la cuarta columna, ($\sum Si^2$), indica que el HHI es de 2 188.38 ya que este valor se encuentra muy lejos de los de 10 000, este mercado dista de tener una estructura monopólica. Se puede realizar un mismo análisis similar para las exportaciones de esta misma industria. El siguiente cuadro presenta la información necesaria para el nuevo ejercicio.

Tabla 3. Producción de automóviles para exportación según empresa y categoría setiembre 1997 (unidades)

Producción de automóviles para exportación según empresa y categoría setiembre 1997 (unidades)	
Empresa y categoría	Setiembre 1997
Total	58648
Volkswagen de México	18990
Ford Motor Company	16946
General Motor de México	8647
Nissan Mexicana	7667
Chrysler de México	6398
BMW	0
Honda	0
Mercedes-Benz	0

Fuente: AMA,A,C. "Boletín Mensual", Setiembre del 1997

Ahora se obtienen las participaciones porcentuales y el índice HHI para el período para septiembre de 1997:

Tabla 4. Producción de automóviles para exportación según empresa y categoría setiembre 1997 (Porcentual)

Empresa	Producción de Exportación	Si	Si²
Volkswagen de México	18990	18990/58648= 32.39	1049.11
Ford Motor Company	16946	28.89	834.65
General Motor de México	8647	14.74	217.26
Nissan Mexicana	7667	13.07	170.82
Chrysler de México	6398	10.91	119.03
Total	58648		2390.85

Fuente: AMA,A,C. "Boletín Mensual", Setiembre del 1997

El valor del índice HHI (2 390.85) muestra que la concentración en la producción para exportar es mayor que en la producción nacional ($2\ 188.38 < 2\ 390.85$).

1.16 MERCADO DE SEGUROS

1.16.1 Definición de seguros

El seguro es una actividad esencialmente económica, cuya finalidad es cubrir, mediante el concurso mutuo de todos los integrantes del mismo, la parte del costo social de la producción representada por la ocurrencia de siniestros individuales aleatorios, pero estadísticamente mensurables y predecibles para el conjunto. Como institución, el seguro es un sistema de protección del hombre y de su patrimonio frente a diversos hechos que amenazan su integridad, su vida, su interés y su propiedad. Los hechos nocivos que causan pérdidas o daños son inciertos pero previsible. El seguro garantiza el resarcimiento de un capital para reparar o cubrir la pérdida o daño que aparezca en cualquier momento, recibiendo como contraprestación un precio por adelantado por el servicio de protección que ofrece. (Gonzales, 2013)

1.16.2 Características del seguro

1.16.2.1 Económica

El seguro como institución económica, implica un conjunto de transferencias de valores, con arreglo a los siguientes factores:

- Presencia de un conjunto de riesgos que, combinados entre sí, permiten compensar las pérdidas de unos cuantos con los aportes de la totalidad de los miembros del conjunto.
- Existencia de un plan de seguro que garantice cierta continuidad.
- Capacidad legal del individuo a recibir las prestaciones prometidas por el asegurador (vínculo legal entre asegurado y asegurador).
- Onerosidad de las prestaciones.

1.16.2.2 Necesidad

El seguro cubre una necesidad del asegurado, reparación de un daño, satisfacción de una pérdida o de pago fortuito.

1.16.2.3 Mutualidad

Es la concurrencia de la comunidad amenazada por los riesgos, a la composición de las pérdidas ocurridas. El seguro es una especie de “fondo común” administrado por el asegurador en el que cada asegurado aporta una suma proporcional al riesgo que introduce.

1.16.2.4 Aleatoriedad

Los hechos que originan la prestación del asegurador deben ser, con respecto a cada individualidad, fortuitos y aleatorios, por lo menos al momento de su realización o de su conocimiento. De esta característica se infiere que el seguro habitualmente no cubre hechos pasados. Sin embargo puede darse esta característica cuando el hecho es desconocido por el asegurado como en los seguros de fidelidad.

1.16.2.5 Trazabilidad en dinero

La pérdida probable ha de ser mensurable en dinero, en consecuencia, el seguro no responde de las consecuencias puramente morales o políticas de la pérdida.

1.16.2.6 Analogía de riesgos

Para determinar el volumen y valor de los riesgos, es necesario que estos tengan cierta homogeneidad, tanto cuantitativa como cualitativa. Esto significa que no hay seguros a la medida y al gusto del cliente. Para lograr la homogeneidad, la póliza juega un papel importante, pues, al fijar las condiciones de aseguramiento, minimiza las diferencias concretas de los riesgos y permite hacerlos más o menos similares. (Gonzales, 2013)

1.16.3 Definiciones

1.16.3.1 Agente de seguros no vinculado a una sociedad agencia de seguros

Es la persona física que realiza intermediación de seguros. Deberá contar con la respectiva licencia otorgada por la Superintendencia y estar acreditado por una o varias entidades aseguradoras y ligado a ellas por medio de un contrato que le permite actuar por su nombre y cuenta, o solo por su cuenta. Cuando el agente de seguros no vinculado a una sociedad agencia de seguros actúa por nombre y cuenta de la entidad aseguradora, el tercero que contrata por medio del agente adquiere derechos y contrae obligaciones contractuales con la entidad aseguradora. Cuando el agente de seguros no vinculado a una sociedad agencia de seguros actúa solamente por cuenta de la entidad aseguradora, las actuaciones del agente de seguros deben ser validadas por la entidad aseguradora, para que obliguen contractualmente a ésta última.

1.16.3.2 Agente de seguros no vinculado a una sociedad agencia de seguros, exclusivo

Es el agente persona física no vinculada a una sociedad agencia de seguros que mantiene una relación de exclusividad con una entidad aseguradora.

1.16.3.3 Agente de seguros no vinculado a una sociedad agencia de seguros, no exclusivo

Es el agente persona física no vinculada a una sociedad agencia de seguros que puede intervenir en la comercialización de productos de varias entidades aseguradoras en líneas de seguros que no compitan entre sí.

1.16.3.4 Agente de seguros vinculado a una sociedad agencia de seguros

Es la persona física que realiza intermediación de seguros en representación de una sociedad agencia de seguros, por nombre y cuenta de una entidad aseguradora, o solo por cuenta de ésta. Deberá contar con la respectiva licencia otorgada por la Superintendencia y estar acreditado por una o varias entidades aseguradoras y ligado a ellas en virtud del contrato de agencia suscrito entre la respectiva entidad aseguradora y la sociedad agencia de seguros a la cual representa.

1.16.3.5 Asegurado

Persona que en sí misma o en sus bienes o intereses económicos está expuesta al riesgo.

1.16.3.6 Beneficiario

Es la persona física o jurídica, en cuyo favor se ha establecido válidamente la indemnización o prestación a la que se obliga la entidad aseguradora.

1.16.3.7 Cliente

Se refiere al usuario de seguros, consumidor de seguros, al tomador, al asegurado y al beneficiario del contrato de seguro.

1.16.3.8 Corredor de seguros

Intermediario, persona física, con licencia de la Superintendencia para esos efectos y que debe estar acreditado por una sociedad corredora para ejercer la actividad de intermediación.

1.16.3.9 Intermediación de seguros

Comprende las actividades de promoción, oferta y en general, los actos dirigidos a la celebración de un contrato de seguros, su renovación o modificación y la ejecución de los trámites de reclamos, cuando para ésta última actividad la entidad aseguradora brinde la autorización correspondiente.

1.16.3.10 Intermediarios de seguros

Los agentes de seguros, las sociedades agencias de seguros, las sociedades corredoras de seguros y los corredores de seguros de éstas últimas. Además, los operadores de seguros autoexpedibles, que por disposición del artículo 24 de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros, están facultados para intermediar seguros autoexpedibles.

1.16.3.11 Sociedad agencia de seguros

Es la persona jurídica inscrita en el Registro Mercantil como sociedad anónima, cuyo objeto social exclusivo será la intermediación de seguros bajo la figura de agencia de seguros. Actuará únicamente mediante agentes de seguros que cuenten con la licencia y acreditación correspondientes. Deberá estar acreditada por una o varias entidades aseguradoras y ligada a ellas por medio de un contrato que le permite actuar por su nombre y cuenta, o solo por su cuenta. Cuando actúa por nombre y cuenta de la entidad aseguradora, el tercero que contrata por medio de la sociedad agencia de seguros adquiere derechos y contrae obligaciones contractuales con la entidad aseguradora. Cuando actúa solamente por cuenta de la entidad aseguradora, las actuaciones de la sociedad agencia de seguros deben ser validadas por la entidad aseguradora, para que obliguen contractualmente a esta última.

1.16.3.12 Sociedad agencia de seguros exclusiva

Es la que mantiene una relación de exclusividad con una entidad aseguradora.

Sociedad agencia de seguros no exclusiva: es la que puede intervenir en la comercialización de productos de varias entidades aseguradoras en líneas de seguros que no compitan entre sí.

1.16.3.13 Sociedad corredora de seguros

Persona jurídica inscrita en el Registro Mercantil como sociedad anónima, cuyo objeto social exclusivo es la intermediación de seguros bajo la figura de correduría de seguros. Dicha intermediación la realiza sin que actúe en nombre ni por cuenta de una o varias entidades aseguradoras y la ejerce únicamente mediante corredores que cuenten con la licencia y acreditación correspondiente. (SUGUESE, 2003)

1.16.3.14 Superintendencia general de seguros (SUGESE)

Busca facilitar el desarrollo y funcionamiento del mercado de seguros costarricense, de forma transparente y eficiente.

Mediante Ley Reguladora del Mercado de Seguros No 8653, de 7 de agosto de 2008, se crea la Superintendencia General de Seguros (Súmese). La Superintendencia es la entidad responsable de la autorización, regulación y supervisión de las personas, físicas o jurídicas, que intervengan en los actos o contratos relacionados con la actividad aseguradora, reaseguradora, la oferta pública y la realización de negocios de seguros.

Tiene por objeto velar por la estabilidad y el eficiente funcionamiento del mercado de seguros, así como entregar la más amplia información a los asegurados. Es un órgano de máxima desconcentración y adscrito al Banco Central de Costa Rica. Funciona bajo la dirección del Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (CONASSIF), cuerpo colegiado integrado por el Presidente o Gerente del Banco Central, el Ministro de Hacienda o su representante y cinco miembros elegidos por la Junta Directiva del Banco Central. (SUGESE, 2010)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Se iniciará este capítulo con el tipo de estudio que se ha realizado, así como también las fuentes de información consultadas; seguidamente un detalle del procedimiento para realizar los cálculos del índice de concentración.

1.17 TIPO DE INVESTIGACIÓN

En este estudio, se ha utilizado el tipo de investigación exploratoria. La apertura del mercado de seguros se dio en el año 2008, por lo cual, se desea examinar el grado de concentración del mercado de seguros costarricense y poder familiarizarnos más con este tema.

1.18 FUENTES DE INFORMACIÓN

Para esta investigación, la información se obtuvo de fuentes secundarias, directamente de la página de la Superintendencia General de Seguros de Costa Rica, donde se tomaron datos de interés como las primas de los seguros en el país.

1.19 PROCEDIMIENTO PARA REALIZAR EL CÁLCULO DEL HHI

Para poder calcular el índice de Herfindahl-Hirschman es necesario contar con las primas mensuales por un período considerable de tiempo para poder analizar su comportamiento. El ente regulador de SUGESE cuenta con toda esta información ya que es de carácter público. Por esta razón, se utilizan los datos que se encuentran en la página web de la entidad: <http://www.sugese.fi.cr/>

Ilustración 1. Página web SUGESE

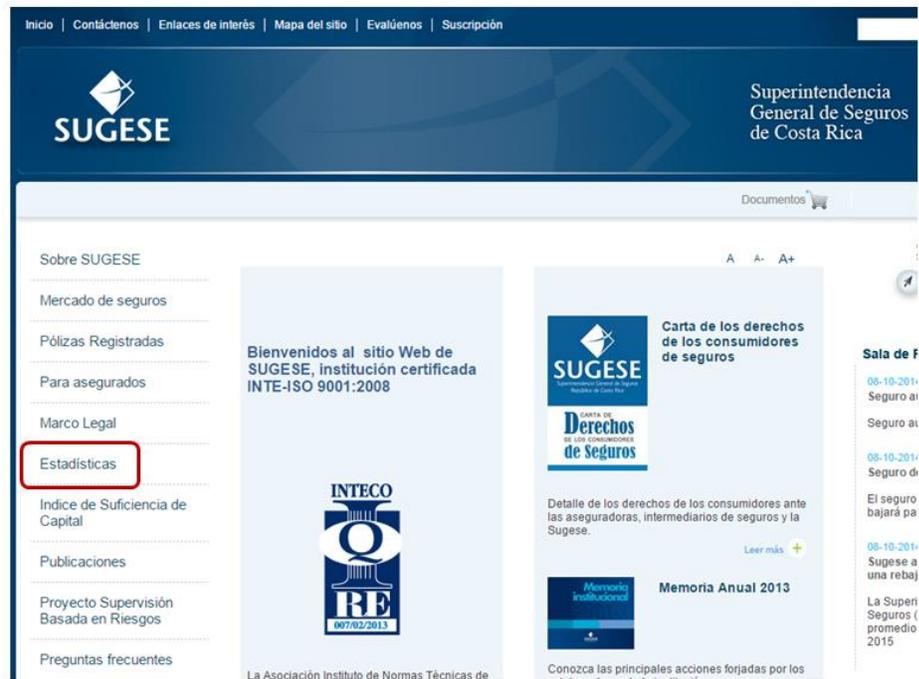


Fuente: SUGESE

Para efectos de este estudio, y contar con información suficiente para los cálculos, se comparará únicamente el mes de Diciembre desde el año 2010 hasta el 2014.

Para analizar la información y el cálculo del índice, se debe contar con la información que suministra la SUGESE en su página web de las aseguradoras y sus primas, por tanto, se requiere exportar los datos desde la página, y para ello se debe consultar la página de la SUGESE e ingresar al menú de estadísticas.

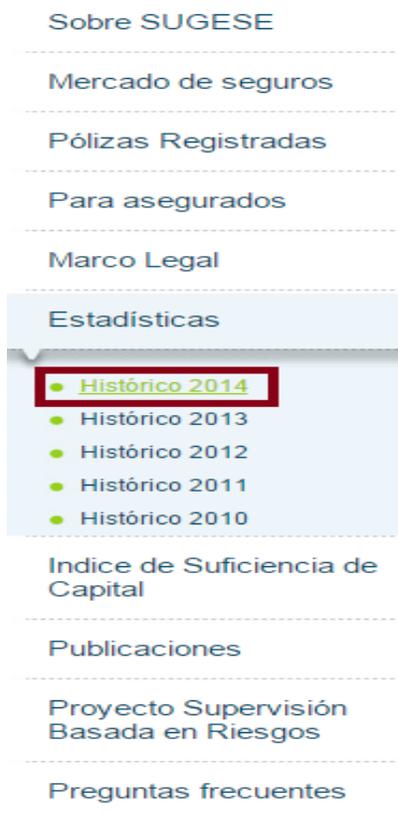
Ilustración 2. Página web SUGESE – menú Estadísticas



Fuente: SUGESE

Una vez en este menú, se debe seleccionar *Histórico 2014* ya que cuenta con un acumulado desde el 2010 hasta el 2014:

Ilustración 3. Página web SUGESE – Submenú Histórico



Fuente: SUGESE

En la misma vista se debe descargar el archivo llamado *Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros* el cual es el que contiene todos los datos necesarios para el cálculo, bajo la pestaña de *Diciembre* que es el mes de estudio:

Ilustración 4. Página web SUGESE – Submenú Diciembre

Estadísticas 2014

- ▶ Enero
- ▶ Febrero
- ▶ Marzo
- ▶ Abril
- ▶ Mayo
- ▶ Junio
- ▶ Julio
- ▶ Agosto
- ▶ Setiembre
- ▶ Octubre
- ▶ Noviembre
- ▼ Diciembre

Título
 Anexo 1 - Registro Participantes Mercado de Seguros
 Anexo 2 - Registro Pólizas Mercado Seguros
 Anexo 3 - Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros
 Anexo 4 - Evolucion Sinistros Mercado Seguros
 Anexo 5 - Resumen Partidas Estados Financieros
 Anexo 6 - Cartera de Inversiones Aseguradoras
 Anexo 7 - Aporte a B.C. Bomberos
 Boletín Diciembre 2014

Fuente: SUGESE/

Al exportarse el archivo en formato de Excel, seleccionar la pestaña de *Primas x Aseguradora x Ramo* para iniciar con la manipulación de los datos:

Ilustración 5. Archivo en formato de Excel

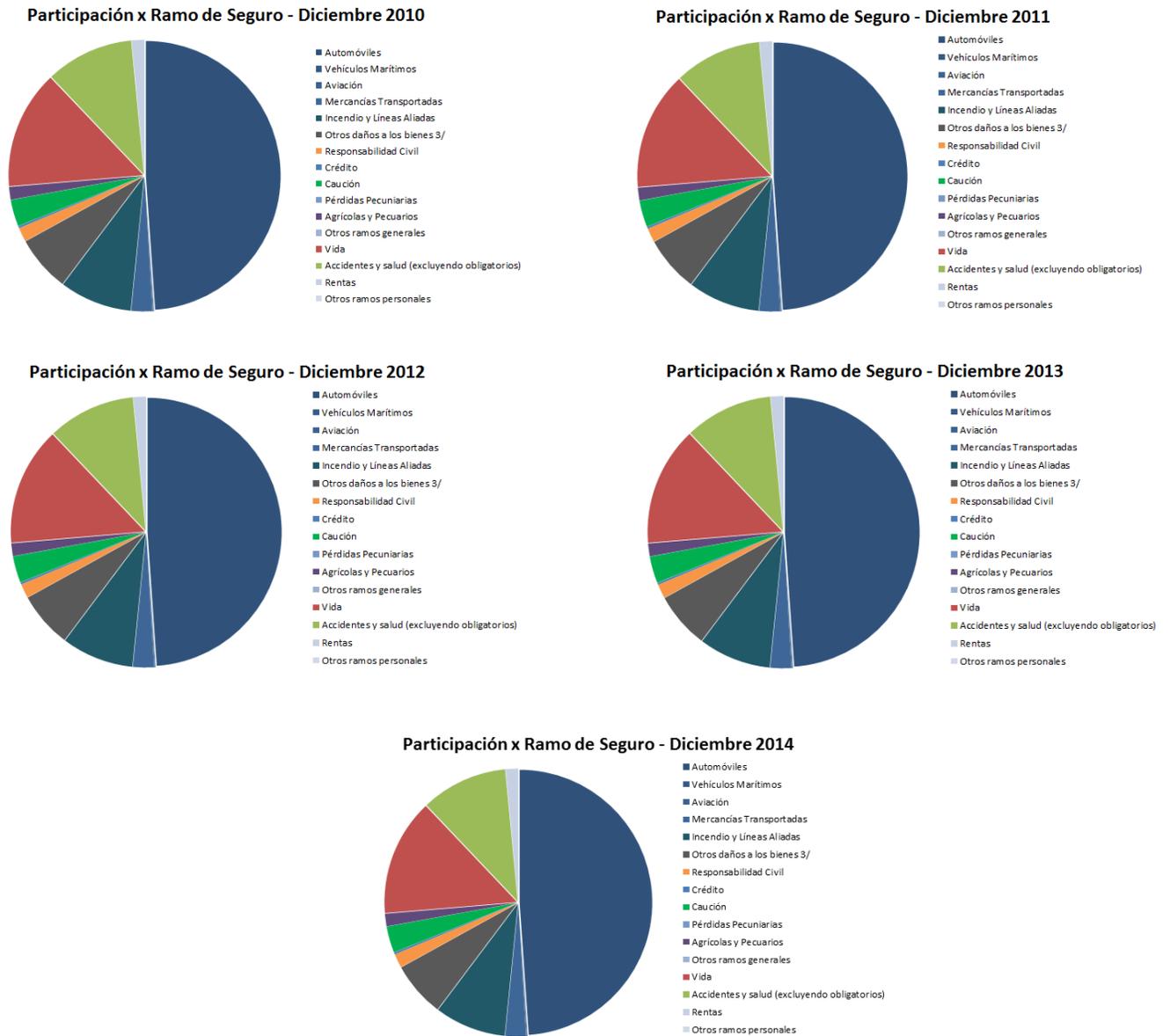
Cuadro 5: Ingresos por primas por ramo de seguros, por aseguradora, acumulados a diciembre, 2010-2014 (en millones)					
Año	Dec-10	Dec-11	Dec-12	Dec-13	Dec-14
Colones					
Automóviles	107,324.4	99,937.9	114,926.1	120,201.3	139,653.9
INS	106,941.1	96,676.2	108,912.0	113,518.0	129,997.5
MAPFRE Seguros Costa Rica	383.3	2,612.6	3,925.6	2,452.6	2,601.0
ASSA Compañía de Seguros	-	412.8	1,060.2	1,294.9	1,583.5
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	-	-	-	-
Quáлитas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	236.3	1,028.3	2,916.2	4,723.5
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-	-	-	-	-
Oceánica de Seguros S.A	-	-	-	19.6	748.4
Vehículos Marítimos	436.6	396.3	484.9	473.8	633.8
INS	432.8	363.5	453.4	442.1	593.6
MAPFRE Seguros Costa Rica	-	21.0	22.4	22.1	22.5
ASSA Compañía de Seguros	3.8	11.8	9.0	9.6	17.6
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	-	-	-	-
Quáлитas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	-	-	-	-
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-	-	-	-	-
Oceánica de Seguros S.A	-	-	-	-	-
Aviación	797.0	947.8	854.3	982.7	1,089.0
INS	797.0	947.8	854.3	982.7	1,089.0
MAPFRE Seguros Costa Rica	-	-	-	-	-
ASSA Compañía de Seguros	-	-	-	-	-
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	-	-	-	-
Quáлитas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	-	-	-	-
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-	-	-	-	-
Oceánica de Seguros S.A	-	-	-	-	-
Mercancías Transportadas	6,186.3	5,446.4	5,693.7	6,338.6	8,494.7
INS	6,128.7	5,267.4	5,281.1	5,732.0	7,841.7
MAPFRE Seguros Costa Rica	-	-	2.6	5.7	2.8
ASSA Compañía de Seguros	57.6	179.0	410.0	600.8	623.9
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	-	-	-	-
Quáлитas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	-	-	-	-
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-	-	-	-	-
Primas Directas					
Crecimiento y Participación					
Penetración y profundidad					
Primas por Aseguradora					
Primas por Aseguradora por Ramo					

Fuente: SUGESE

En esta pestaña se encuentran las primas por tipo de seguro y por aseguradora, con lo cual es posible analizar la rama de Automóviles, que por alcances del trabajo será la única bajo estudio, además de ser el tipo de seguro donde se cuenta con mayor cantidad de primas, más competencia y por ende menos datos sesgados.

Para visualizar mejor la participación de ramo de seguro de manera que sea más fácil comprender que la rama de automóviles es la mayor, a continuación una representación gráfica de los seguros de automóviles desde el 2010 hasta el 2014.

Ilustración 6. Participación por Ramo de Seguro 2010-2014



Fuente: Elaboración propia según datos de SUGESE

A continuación un desglose por línea de seguro de las empresas aseguradoras que brindan el seguro a los consumidores, de manera que sea más claro el identificar cuáles empresas son parte de cada tipo de seguro en el país.

Ilustración 7. Participación de Aseguradoras por tipo de seguro

PARTICIPACIÓN DE ASEGURADORAS POR TIPO DE SEGURO

Automóviles	Vehículos Marítimos	Aviación	Mercancías Transportadas	Incendio y Líneas Aliadas	Otros daños a los bienes
INS	INS	INS	INS	INS	INS
MAPFRE Seguros Costa Rica			ASSA Compañía de Seguros	MAPFRE Seguros Costa Rica	MAPFRE Seguros Costa Rica
ASSA Compañía de Seguros				ASSA Compañía de Seguros	ASSA Compañía de Seguros
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta					Aseguradora Sagicor Costa Rica
Quáiltas Compañía de Seguros (Costa Rica)					Océanica de Seguros
Aseguradora Sagicor Costa Rica					
Océanica de Seguros					

Responsabilidad Civil	Crédito	Caución	Pérdidas Pecuniarias	Agrícolas y Pecuarios	Otros ramos generales
INS	INS	INS	INS	INS	INS
MAPFRE Seguros Costa Rica	ASSA Compañía de Seguros	ASSA Compañía de Seguros	Aseguradora del Istmo (ADISA)		ASSA Compañía de Seguros
ASSA Compañía de Seguros					

Vida	Accidentes y salud (excluyendo obligatorios)	Rentas	Otros ramos personales
INS	INS	INS	ASSA Compañía de Seguros
Seguros del Magisterio	Seguros del Magisterio	PAN AMERICAN Life Insurance	
MAPFRE Seguros Costa Rica	MAPFRE Seguros Costa Rica		
ALICO Costa Rica	ALICO Costa Rica		
ASSA Compañía de Seguros	ASSA Compañía de Seguros		
PAN AMERICAN Life Insurance	PAN AMERICAN Life Insurance		
Aseguradora del Istmo (ADISA)	Aseguradora del Istmo (ADISA)		
Aseguradora Sagicor Costa Rica	Best Meridian Insurance Company		
	Triple-S Blue Inc.		

1.20 CÁLCULO DEL ÍNDICE DE HIRSCHMAN-HERFINDAHL

$$H = \sum_{i=1}^n s_i^2 = \sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2$$

Dónde:

H = Índice de concentración

Q = Producción total de la industria

q_i = Participación de cada empresa

S= Cuota o participación de mercado de la empresa "i"

n= Número de empresas participantes

Por tanto:

H = 1 Monopolio

H = 0 Competencia Perfecta

En el archivo de Excel descargado de la página de SUGESE, llamado *Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros* en la pestaña *Primas x Aseguradora x Ramo*, es necesario sumar todas las primas para obtener "Q"

Ilustración 8. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Sumatoria “Q”

Concentración e Ingresos por Diciembre 2010-2014	
Empresa	Primas 2010
Automóviles	107,324.4
INS	106,941.1
Quálitas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-
MAPFRE Seguros Costa Rica	383.3
ASSA Compañía de Seguros	-
Oceánica de Seguros S.A	-
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-

Fuente: Página SUGESE - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros

Luego, se debe insertar una columna para calcular “S” con la siguiente fórmula:

$$S = \frac{\text{Participación de mercado de la empresa}}{\text{Sumatoria participación de mercado de todas las empresas}}$$

Ilustración 9. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Cálculo “S”

Empresa	Primas 2010	Participación S _i
Automóviles	107,324.4	
INS	106,941.1	0.996
Quálitas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	0.000
MAPFRE Seguros Costa Rica	383.3	0.004
ASSA Compañía de Seguros	-	0.000
Oceánica de Seguros S.A	-	0.000
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	0.000
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-	0.000

Fuente: Página SUGESE - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros

Seguidamente, se debe insertar una nueva columna para finalmente calcular el índice.

$$H = \sum_{i=1}^n s_i^2 = \sum_{i=1}^n \left(\frac{q_i}{Q} \right)^2$$

Ilustración 10. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Cálculo “H”

Empresa	Primas 2010	Participación S _i	S _i ² =HHI
Automóviles	107,324.4		
INS	106,941.1	0.996	
Quálitas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	0.000	
MAPFRE Seguros Costa Rica	383.3	0.004	
ASSA Compañía de Seguros	-	0.000	
Oceánica de Seguros S.A	-	0.000	
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	0.000	
Aseguradora Sagikor Costa Rica	-	0.000	

Fuente: Página SUGESE - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros

Si el resultado arroja el valor de 1, esto quiere decir que presenta Monopolio y si arroja 0 significa Competencia Perfecta.

Lo ideal es realizar este cálculo por un período de tiempo considerable, de manera que un comportamiento extremo por factores externos en un período determinado no altere el comportamiento promedio.

Para este proyecto se realizó una comparación detallada por un período de 4 años del mes de Diciembre y solamente en la línea de seguros de automóviles específicamente.

Después de realizar los cálculos anteriores, los datos deben verse de la siguiente manera:

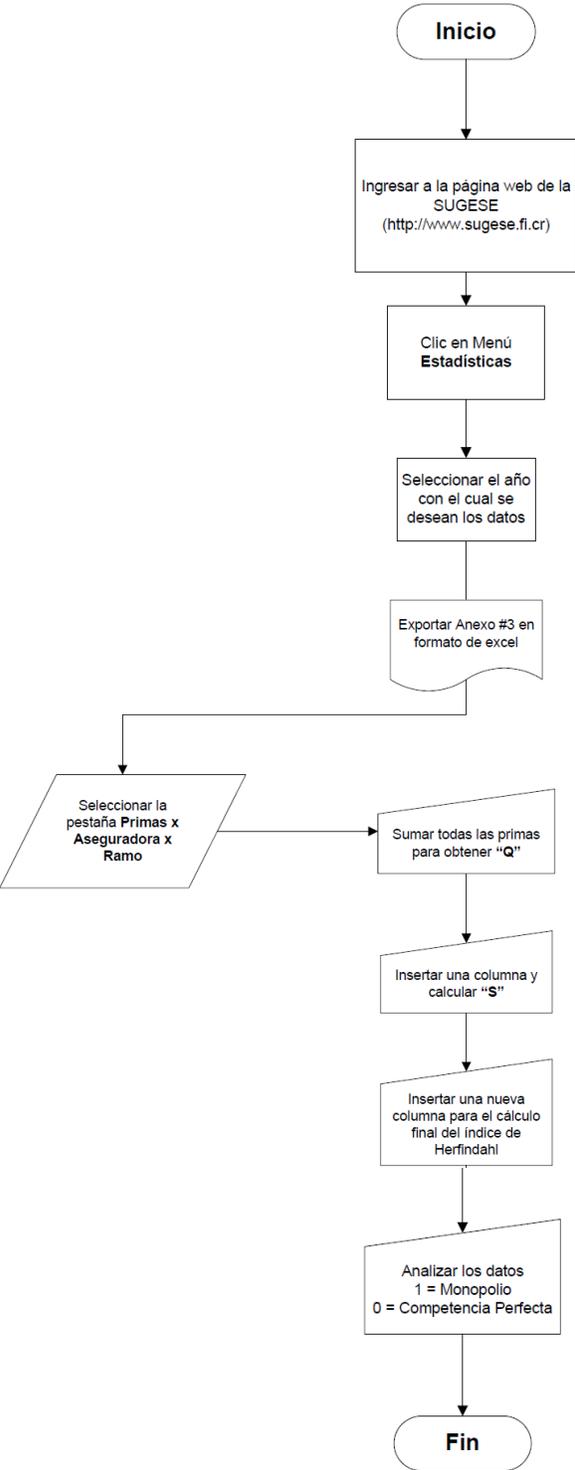
Ilustración 11. Archivo Excel - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros – Fórmulas”

Empresa	Primas 2010	Participación S _i	S _i ² =HHI	Primas 2011	Participación S _i	S _i ² =HHI	Primas 2012	Participación S _i	S _i ² =HHI	Primas 2013	Participación S _i	S _i ² =HHI	Primas 2014	Participación S _i	S _i ² =HHI
Automóviles	107,324.4			99,937.9			114,926.1			120,201.3			139,653.9		
INS	106,941.1	0.996		96,676.2	0.967		108,912.0	0.948		113,518.0	0.944		129,997.5	0.931	
Quálitas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	0.000		236.3	0.002		1,028.3	0.009		2,916.2	0.024		4,723.5	0.034	
MAPFRE Seguros Costa Rica	383.3	0.004		2,612.6	0.026		3,925.6	0.034		2,452.6	0.020		2,601.0	0.019	
ASSA Compañía de Seguros	-	0.000		412.8	0.004		1,060.2	0.009		1,294.9	0.011		1,583.5	0.011	
Oceánica de Seguros S.A	-	0.000		-			-			19.6	0.000		748.4	0.005	
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	0.000		-			-			-			-		
Aseguradora Sagicoor Costa Rica	-	0.000		-			-			-			-		

Fuente: Página SUGESE - Anexo #3: Primas e Indicadores Básicos Mercado de Seguros

A manera de resumen, se presenta un flujograma de los pasos a seguir para calcular el índice de concentración a partir de los datos suministrados en la página de la SUGESE:

Ilustración 12. Flujoograma – Cálculo del índice de concentración



2 CAPÍTULO IV. DESARROLLO

2.1 ANÁLISIS DE CONCENTRACIÓN PARA LÍNEAS DE SEGUROS CON ÍNDICE DE CONCENTRACIÓN AL 100 % (MONOPOLIOS)

Para iniciar el capítulo de desarrollo, nos enfocaremos como primer criterio de análisis en identificar aquellas líneas de seguro, para cuyo cálculo del índice de concentración, su resultado fue del 100%. (Ver apéndice #1)

2.1.1 Línea de aviación

Para esta línea de seguros en los cuatro años, existe una concentración del 100 % de las primas de ese ramo en manos del INS, sin cambios del 2010 hasta el 2014, y a pesar de un aumento paulatino en las primas de recaudación, las otras empresas aseguradoras mantienen una participación del cero por ciento para ese nicho de mercado y según los datos suministrados, el INS es único que ha cobrado primas por este tipo de seguro.

2.1.2 Línea seguro de Crédito

Para este tipo de seguro para los años 2010 y 2011, existe una concentración total de las primas recaudadas y a partir del 2012 inicia una reducción, donde este índice empieza a disminuir a medida que pasan los periodos, con un índice de 0.983 para el 2012, 0.989 para 2013 y 0.937 para 2014, donde refleja una descentralización del mismo.

2.1.3 Línea de seguros de Caucción

Este tipo de seguro mantuvo una concentración del 100 % del índice en los periodos 2010, 2011, 2012, y a partir del 2013 inicia con una pequeña caída al 0.927 y una disminución muy importante cayendo hasta 0.659 para el año 2014. Esto en contraposición de la recaudación, porque a pesar de que el INS ha perdido participación del mercado en esa línea, las primas de recaudación han tenido un aumento significativo pasando inicialmente en el 2010 de 714,0 millones de colones hasta obtener un crecimiento en 2014 de 5.654,7 millones de colones.

2.1.4 Línea de pérdidas pecuniarias

Con una tendencia similar a la línea anterior, en los años 2010 y 2011 se mantiene una concentración total del índice del 100% con una disminución al 0.969 en 2012 a 0.885 en 2013 y 0.738 en 2014 que indica una marcada disminución de la participación del INS como único actor del mercado en este seguro y un crecimiento en la aseguradora del Istmo (ADISA), en esos mismos dos años.

2.1.5 Líneas agrícolas y pecuarias

Con un índice de concentración del 100% en todos los años del estudio del 2010 al 2014, es evidente la nula participación de las otras aseguradoras radicadas en el país en este tipo de seguro, donde se incluyen las cosechas agrícolas y la producción de animales de granja o potrero, se ve también una disminución de casi el 50% de las primas recaudadas por el único asegurador participante, se podría considerar que no es un incentivo para que las otras empresas busquen ingresar en él.

2.1.6 Línea otros ramos generales

Con una concentración del 100% para el años 2014, pero con una disminución drástica para ese mismo año en el total de primas recaudadas, cayendo de 692,1 millones de colones en 2010, hasta 10,8 millones de colones en 2014, aparece otro índice en manos de una aseguradora distinta al INS, en este caso igual para ASSA compañía de seguros; pero a diferencia de la línea de seguros del apartado anterior si existen datos de primas recaudadas en otros años del periodo y la participación de otra aseguradora en esta línea.

2.1.7 Líneas de otros ramos personales

A diferencia de todos los índices analizados anteriormente, esta línea de seguros muestra una particularidad, tiene un índice de concentración del 100% en los años 2011 y 2012, que son los únicos dos años donde se cobraron primas con la participación de una sola aseguradora. Ninguna otra reporta datos de primas cobradas pero es ASSA compañía de seguros, la que aparece como empresa concentradora del índice, primera donde un actor diferente al INS toma el protagonismo del índice.

2.2 ANÁLISIS VERTICAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE LAS PRIMAS DE SEGUROS 2010-2014

Como segundo criterio de análisis se realizó para cada mes de diciembre del año 2010 al 2014, un análisis vertical de la concentración de las primas por ramos de seguros con el fin de determinar cuáles son las líneas de seguros que abarcan la mayor parte del mercado.

2.2.1 Análisis vertical para el año 2010

Tabla 5. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2010 (en millones de colones)

Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2010 (en millones de colones)		
Empresa	Primas 2010	Participación
Automóviles	107.324,4	41,06%
Incendio y Líneas Aliadas	66.793,4	25,55%
Vida	33.235,3	12,71%
Accidentes y salud (excluyendo obligatorios)	17.916,3	6,85%
Otros daños a los bienes	10.836,7	4,15%
Responsabilidad Civil	8.251,1	3,16%
Pérdidas Pecuniarias	6.916,2	2,65%
Mercancías Transportadas	6.186,3	2,37%
Agrícolas y Pecuarios	1.171,3	0,45%
Aviación	797,0	0,30%
Caución	714,0	0,27%
Otros ramos generales	692,1	0,26%
Vehículos Marítimos	436,6	0,17%
Crédito	144,0	0,06%
Otros ramos personales	-	0,00%
Total monto de Primas	261.414,7	100,00%

Para el año 2010 se realizó el cálculo de la participación porcentual de las primas por rama de seguros y se obtiene que los seguros de automóviles tienen un 41.06% del total de las primas para el 2010; seguido de los seguros de incendio y líneas aliadas con un 25.55% y el seguro de vida con un 12.71% de participación.

Estos resultados nos dan un panorama donde estas tres líneas de seguros abarcan el 79.32% del total de primas para el 2010; y por ende son las líneas de seguros con mayor venta en el mercado costarricense. No así las líneas de seguros para créditos y otros ramos personales tienen una participación menor al 0.1% por lo que su participación es prácticamente nula.

2.2.2 Análisis vertical para el año 2011

Tabla 6. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2011 (en millones de colones)

Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2011 (en millones de colones)		
Empresa	Primas 2011	Participación
Automóviles	99.937,9	36,58%
Incendio y Líneas Aliadas	63.208,3	23,14%
Vida	42.427,9	15,53%
Accidentes y salud (excluyendo obligatorios)	26.763,9	9,80%
Otros daños a los bienes	13.440,6	4,92%
Responsabilidad Civil	10.481,3	3,84%
Pérdidas Pecuniarias	6.584,4	2,41%
Mercancías Transportadas	5.446,4	1,99%
Agrícolas y Pecuarios	1.485,5	0,54%
Aviación	1.322,8	0,48%
Caución	947,8	0,35%
Otros ramos generales	550,7	0,20%
Vehículos Marítimos	396,3	0,15%
Crédito	132,1	0,05%
Otros ramos personales	62,3	0,02%
Total monto de Primas	273.188,2	100,00%

Para el año 2011 se realizó el cálculo de la participación porcentual de las primas por rama de seguros y se obtiene que los seguros de automóviles tienen un 36.58% del total de las primas para el 2011; seguido de los seguros de incendio y líneas aliadas con un 23.14% y el seguro de vida con un 15.53% de participación.

Estos resultados nos dan un panorama donde estas tres líneas de seguros abarcan el 75.25% del total de primas para el 2011; y por ende son las líneas de seguros con mayor venta en el mercado costarricense. Aunque la participación en el seguro de vida aumentó con respecto al año 2010 en un 2.82%, la participación de los tres seguros de mayor primaje disminuyó en 4.07%, debido al aumento en otras líneas de seguros de menor participación.

No así las líneas de seguros para créditos y otros ramos personales que tienen una participación menor al 0.1% por lo que su participación es prácticamente nula.

2.2.3 Análisis vertical para el año 2012

Tabla 7. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2012 (en millones de colones)

Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2012 (en millones de colones)		
Empresa	Primas 2012	Participación
Automóviles	114.926,1	35,75%
Otros daños a los bienes	69.154,3	21,51%
Vehículos Marítimos	55.541,9	17,28%
Crédito	37.508,6	11,67%
Responsabilidad Civil	17.489,1	5,44%
Pérdidas Pecuniarias	9.560,7	2,97%
Aviación	6.816,0	2,12%
Accidentes y salud (excluyendo obligatorios)	5.693,7	1,77%
Agrícolas y Pecuarios	1.344,8	0,42%
Otros ramos personales	887,3	0,28%
Vida	854,3	0,27%
Caución	631,7	0,20%
Incendio y Líneas Aliadas	484,9	0,15%
Otros ramos generales	379,4	0,12%
Mercancías Transportadas	166,0	0,05%
Total monto de Primas	321.438,8	100,00%

Para el año 2012 se realizó el cálculo de la participación porcentual de las primas por rama de seguros y se obtiene que los seguros de automóviles tienen un 35.75% del total de las primas para el 2012, disminuyendo apenas en 0.83% con respecto al año 2011; seguido de los seguros de otros daños a los bienes con una participación de 21.51% y el seguro de vehículos marítimos con un 17.28% de participación.

Estos resultados nos dan un panorama donde estas tres líneas de seguros abarcan el 74.54% del total de primas para el 2012; y por ende son las líneas de seguros con mayor venta en el mercado costarricense. Para este año 2012, se dio un incremento significativo en las primas de seguros de daños a los bienes que aumentó en 16.59% con respecto al año anterior, como también se dio un incremento significativo de 17.13% en los seguros de vehículos marítimos.

No así la línea de seguros para mercancías transportadas tiene una participación menor al 0.1% por lo que su participación es prácticamente nula.

2.2.4 Análisis vertical para el año 2013

Tabla 8. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2013 (en millones de colones)

Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2013 (en millones de colones)		
Empresa	Primas 2013	Participación
Automóviles	120.201,3	33,46%
Responsabilidad Civil	70.919,0	19,74%
Incendio y Líneas Aliadas	69.625,1	19,38%
Otros ramos generales	48.222,9	13,42%
Pérdidas Pecuniarias	19.946,3	5,55%
Otros ramos personales	9.936,2	2,77%
Aviación	8.531,8	2,37%
Crédito	6.338,6	1,76%
Agrícolas y Pecuarios	3.227,6	0,90%
Vehículos Marítimos	982,7	0,27%
Vida	671,6	0,19%
Otros daños a los bienes	473,8	0,13%
Accidentes y salud (excluyendo obligatorios)	193,7	0,05%
Caución	10,8	0,00%
Mercancías Transportadas	-	0,00%
Total monto de Primas	359.281,3	100,00%

Para el año 2013 se realizó el cálculo de la participación porcentual de las primas por rama de seguros y se obtiene que los seguros de automóviles tienen un 33.46% del total de las primas para el 2013, disminuyendo en 2.29% su participación con respecto al año 2012; seguido de los seguros de responsabilidad civil con una participación de 19.74% y el seguro de incendio y líneas aliadas con un 19.38% de participación.

Estos resultados nos dan un panorama donde estas tres líneas de seguros abarcan el 72.58% del total de primas para el 2013; y por ende son las líneas de seguros con mayor venta en el mercado costarricense. Para este año 2013, se dio un incremento significativo en las primas de seguros de responsabilidad civil que aumentó en 14.3% con respecto al año anterior, como también se dio un incremento significativo de 19.23% en los seguros de incendios y líneas aliadas.

No así las líneas de seguros para accidentes y salud, caución y mercancías transportadas, tienen una participación menor al 0.1% por lo que su participación es prácticamente nula.

2.2.5 Análisis vertical para el año 2014

Tabla 9. Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2014 (en millones de colones)

Concentración e Ingresos por primas, por ramo de seguros, por aseguradora Diciembre 2014 (en millones de colones)		
Empresa	Primas 2014	Participación
Automóviles	139.653,9	32,62%
Pérdidas Pecuniarias	77.685,3	18,14%
Caución	77.483,2	18,10%
Accidentes y salud (excluyendo obligatorios)	76.620,7	17,90%
Otros ramos personales	20.176,3	4,71%
Aviación	10.039,9	2,34%
Vehículos Marítimos	10.000,9	2,34%
Otros ramos generales	8.494,7	1,98%
Agrícolas y Pecuarios	5.654,7	1,32%
Incendio y Líneas Aliadas	1.089,0	0,25%
Responsabilidad Civil	633,8	0,15%
Vida	412,3	0,10%
Crédito	215,7	0,05%
Otros daños a los bienes	-	0,00%
Mercancías Transportadas	-	0,00%
Total monto de Primas	428.160,3	100,00%

Para el año 2014 se realizó el cálculo de la participación porcentual de las primas por rama de seguros y se obtiene que los seguros de automóviles tienen un 32.62% del total de las primas para el 2014, disminuyendo en 0.84% su participación con respecto al año 2013; seguido de los seguros de pérdidas pecunarias con una participación de 18.14% y el seguro de caución con un 18.10% de participación.

Estos resultados nos dan un panorama donde estas tres líneas de seguros abarcan el 68.86% del total de primas para el 2014; y por ende son las líneas de seguros con mayor venta en el mercado costarricense. Para este año 2014, se dio un incremento significativo en las primas de seguros de pérdidas pecunarias que aumentó en 12.59% con respecto al año anterior, como también se dio un incremento significativo de 18.1% en los seguros de caución.

No así las líneas de seguros para crédito, otros daños a los bienes y mercancías transportadas, tienen una participación menor al 0.1% por lo que su participación es prácticamente nula.

También como análisis, se interpreta, que la línea de seguros de automóviles, aunque ha disminuido su participación porcentual en las primas totales del 2010 (41.06%) al 2014 (32.62%) se mantiene como la línea de mayor participación de mercado en todos los años; aumentando de 107,324.4 millones de colones a 139,653.9 millones de colones en primas vendidas, lo que no sucede con las demás líneas de seguros, por lo que es un dato importante que justifica el siguiente análisis de concentración del mercado de seguros en la línea de vehículos.

2.3 ANÁLISIS DE LA CONCENTRACIÓN DEL MERCADO DE SEGURO DE AUTOMÓVILES DEL 2010 AL 2014

Tabla 10. Ingresos por primas, ramo de seguros de automóviles, por aseguradora Diciembre 2010-2014 (en millones de colones)

Ingresos por primas, ramo de seguros de automóviles, por aseguradora Diciembre 2010-2014(en millones de colones)					
	Dec-10	Dec-11	Dec-12	Dec-13	
Empresa	Primas 2010	Primas 2011	Primas 2012	Primas 2013	Primas 2014
INS	106,941.1	96,676.2	108,912.0	113,518.0	129,997.5
Quálitas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-	236.3	1,028.3	2,916.2	4,723.5
MAPFRE Seguros Costa Rica	383.3	2,612.6	3,925.6	2,452.6	2,601.0
ASSA Compañía de Seguros	-	412.8	1,060.2	1,294.9	1,583.5
Oceánica de Seguros S.A	-	-	-	19.6	748.4
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-	-	-	-	-
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-	-	-	-	-

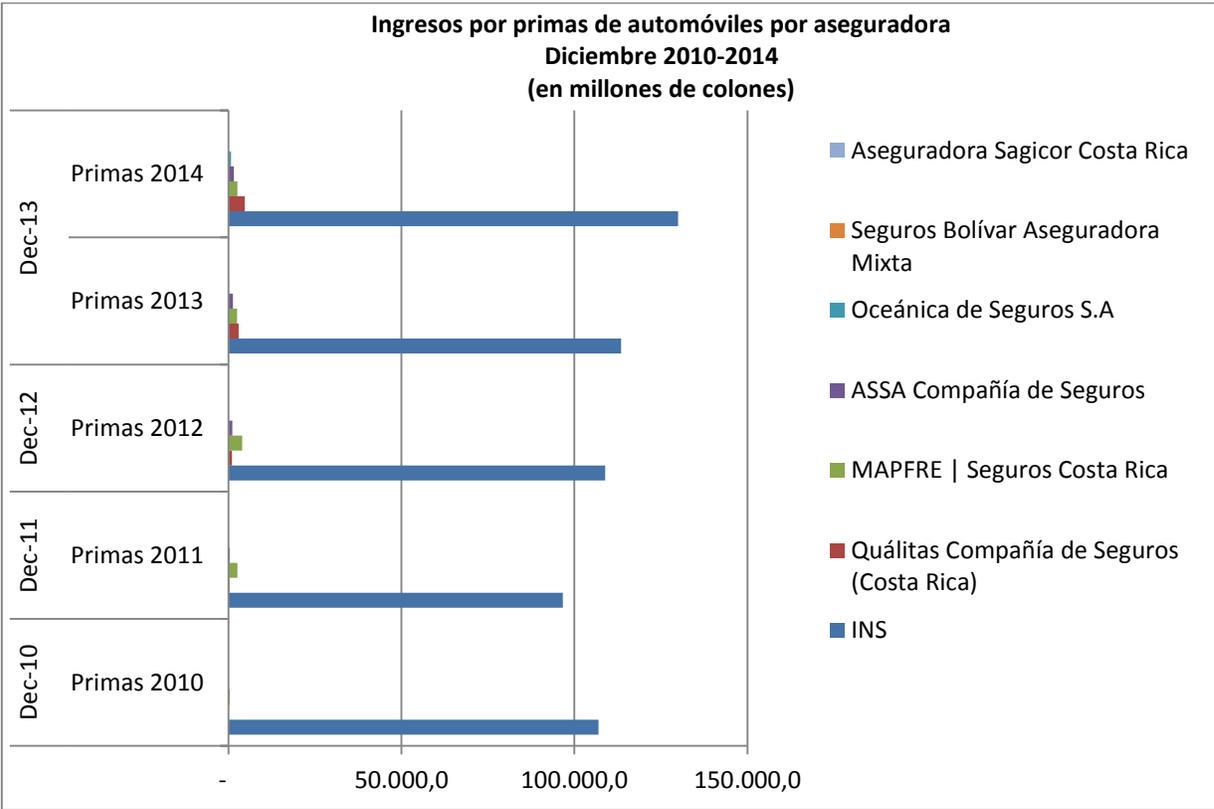
Fuente: Superintendencia General de Seguros (SUGESE)

En este cuadro se observa la evolución que se ha dado con la apertura de seguros en el ramo de seguros de automóviles, en donde en el año 2010 el solamente el INS y MAPFRE eran las empresas que brindaban el servicio, sin embargo ya para el año 2014 el país cuenta con cinco empresas que ofrecen estas coberturas; en su gran mayoría estas empresas con el paso del tiempo han tenido un crecimiento en sus ingresos por primas en el ramo de seguros de automóviles, siendo las de mayor crecimiento el INS y Quálitas Compañía de Seguros (Costa Rica).

Se desprende también de la observación de los datos, que a pesar del aumento de la participación de las aseguradoras no estatales, la mayor concentración de primas sigue estando en manos del INS con un 93 % de participación para el último año de estudio, lo cual hace indicar que el crecimiento de las otras aseguradoras a pesar de que es porcentualmente alto para sus propias primas, no ha sido suficiente para restarle relevancia a la participación del INS como principal actor de ese mercado.

A partir del año 2011, el total general de primas recaudadas ha venido en aumento sostenido para las aseguradoras participantes, excepto para el caso particular de Mapfre, que para el periodo 2012-2013 tuvo una reducción y para el INS en el periodo 2010-2011. Lo que indica que salvo esas excepciones si ha habido un aumento general en la recolección de primas de seguros voluntarios de automóviles.

Gráfico 3. Ingresos por primas de automóviles por aseguradora Diciembre 2010-2014 (en millones de colones)



El grafico muestra el comportamiento de las primas de seguros en el ramo de seguros de automóviles por empresa aseguradora; donde se observa como el INS es la empresa aseguradora que lidera este tipo de primas, solamente en el año 2011 esta empresa tiene una disminución en sus ingresos por este tipo de seguro, sin embargo en los siguientes años recupera su posicionamiento en el mercado.

A pesar de que el INS tiene un aumento a través de los años, es notable como otras empresas poco a poco han ganado clientes en este tipo de cobertura; estas empresas han ido captando clientes a un ritmo muy lento pero en ningún año ha disminuido sus ingresos por estas primas.

Con una concentración del 93% para la aseguradora estatal, el 7% restante, dividido entre las cuatro otras aseguradoras, con participación real en las primas, en promedio simple menos del 2% (1.75%), corresponde a las otras empresas, lo que sigue reflejando una enorme concentración del mercado.

Tabla 11. Índice de concentración de Ingresos por primas, por ramo de seguros de automóviles, por aseguradora Diciembre 2010-2014 (en millones de colones)

Índice de Concentración de Ingresos por primas, por ramo de seguros de automóviles, por aseguradora Diciembre 2010-2014 (en millones de colones)										
Empresa	Primas 2010	S ₁ 2=HHI	Primas 2011	S ₁ 2=HHI	Primas 2012	S ₁ 2=HHI	Primas 2013	S ₁ 2=HHI	Primas 2014	S ₁ 2=HHI
Automóviles	107,324.4	0.993	99,937.9	0.936	114,926.1	0.899	120,201.3	0.893	139,653.9	0.868
INS	106,941.1	0.993	96,676.2	0.936	108,912.0	0.898	113,518.0	0.892	129,997.5	0.866
Quálitas Compañía de Seguros (Costa Rica)	-		236.3	0.000	1,028.3	0.000	2,916.2	0.001	4,723.5	0.001
MAPFRE Seguros Costa Rica	383.3	0.000	2,612.6	0.001	3,925.6	0.001	2,452.6	0.000	2,601.0	0.000
ASSA Compañía de Seguros	-		412.8	0.000	1,060.2	0.000	1,294.9	0.000	1,583.5	0.000
Oceánica de Seguros S.A	-		-		-		19.6	0.000	748.4	0.000
Seguros Bolívar Aseguradora Mixta	-		-		-		-		-	
Aseguradora Sagicor Costa Rica	-		-		-		-		-	

El cuadro explica el grado de concentración del mercado de primas por ramo de seguros de automóviles según el índice de Herfindahl-Hirschman (HHI), donde en ninguno de los años se obtiene el valor de 1 para poder justificar que es una rama de seguros en condición de monopolio absoluto, sin embargo se obtuvo en los resultados, que para el ramo de seguros de vehículos, este mercado tiene valores muy cercanos a 1.

Del año 2010 al 2014 el aporte porcentual de la participación de mercado del INS va disminuyendo ya que con la apertura de este sector, varias empresas entraron a competir en este tipo de primas. Estas empresas cada año aumentan su contribución porcentual al cálculo del índice de concentración, aunque en una porción muy pequeña, de forma casi imperceptible.

En el periodo de estudio (2010-2014) se puede notar una ligera pero continua disminución en la concentración del mercado según los valores del índice de concentración, lo que indica que paulatinamente el INS ha ido cediendo participación a las otras aseguradoras, aunque mantiene una mayoría importante con 86,8% de contribución en el 2014, a seis años de la apertura del mercado de seguros; donde la población costarricense, sigue prefiriendo la aseguradora estatal para colocar el riesgo de sus vehículos, el cual es una de las líneas de seguro que genera más primas de pago y es una de las principales donde las aseguradoras deberían estar compitiendo más para ganar participación en el mercado, lo cual en buena teoría debería verse reflejado en un mejoramiento en las condiciones de las pólizas de los asegurados, y a futuro una tendencia del índice de concentración más cercana a 0.

Después del análisis detallado de la línea de seguros de automóviles ya que es la que tiene un mayor peso porcentual en la cantidad de primas que se otorgan en Costa Rica y por ende la de mayor cantidad de empresas participantes, se puede tener un panorama más claro para entender mejor el siguiente gráfico sobre América Latina. En un estudio publicado por la revista AMIS en el año 2013, hace referencia a los elevados índices de concentración.

Gráfico 4. Concentración de Mercado para América Latina (índice Herfindahl)

**Concentración de Mercado
(índice Herfindahl)**



- En América Latina, la competencia en el mercado de seguros es alta.



Fuente: Latinoinsurance

Fuente: Latinoinsurance

Si bien es cierto, la línea de seguro de automóviles y algunas de las otras líneas de seguros han perdido un cierto grado de concentración, el INS sigue teniendo un gran porcentaje de la participación del mercado y el gráfico anterior dimensiona como se ve dicha concentración en Costa Rica con respecto a otros países del continente. Se puede notar que Costa Rica está muy por encima de los demás países demostrando que a pesar de la apertura que se dio en el mercado de seguros en el año 2007, es poca la participación que ha perdido el INS con respecto a la competencia.

Es de gran relevancia notar que, la alta concentración en un mercado puede conllevar riesgos importantes. Se destaca que el ente con mayor concentración puede subir el precio de sus servicios y/o productos en perjuicio de los consumidores, así como también influir sobre decisiones del mercado que le favorezcan más con respecto a sus demás competidores. Por estas razones es importante visualizar la información del gráfico anterior en el contexto costarricense, ya que genera una alerta a los entes reguladores como la SUGESE para que no pierdan de vista el comportamiento de la concentración del mercado que por oficio deben regular.

3 CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1 CONCLUSIONES

Al cierre de este trabajo cuyo objetivo fue: diseñar un modelo específico para medir la concentración de participación en el mercado de empresas aseguradoras por parte de SUGESE en Costa Rica y conocer el estado real del mismo; se han logrado formular conclusiones alrededor de un criterio sustentado en el modelo de índices de concentración (HHI).

Retomando que para efectos históricos la primer empresa aseguradora constituida en el país no es el INS (1924), sino más bien que es la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional fue creada en 1920, y que aunque siguió siendo un monopolio estatal, si existe precedente de otra empresa aseguradora en el país, aunque en el caso concreto del Magisterio era una sola línea de seguros con una cartera cautiva muy reducida.

Posteriormente, ubicados en el contexto costarricense, cabe también hacer la observación de que obligados por un tratado internacional de comercio (TLC), se procede a la apertura del mercado de seguros , en 2008, y posteriormente se crea la entidad que va a ser la encargada de velar por la regulación del mismo, SUGESE (2009), en lo que puede concluirse como un desorden o contradicción , por lo que los reglamentos y herramientas los tuvo que desarrollar dicha súper intendencia sobre la marcha de la apertura , en un país sin cultura de seguros.

En base a los objetivos específicos fue posible: estudiar la literatura sobre el tema de riesgo inherente a la concentración de entidades en el mercado de seguros, el comportamiento y desempeño de la industria de seguros analizando las características de las empresas seleccionadas, diseñar un modelo de concentración de seguros, de manera que mediante matrices y bases de datos se generen resultados en índices comparables entre las empresas del sector nacional, aplicar el modelo en la industria de seguros costarricense demostrando su importancia y funcionalidad.

Las conclusiones y recomendaciones indicadas en este trabajo tienen gran impacto ya que establecen la ruta a seguir para un mejor desarrollo del modelo de concentración del mercado de seguros tanto a corto, mediano como a largo plazo.

Y por último las conclusiones que se lograron identificar son:

- Existe cantidad relativamente suficiente de literatura sobre estudios de concentración de mercados que utilizan el índice “HHI”, también aplicados a mercados de seguros.
- Del análisis de los datos de los índices de concentración en la línea de automóviles, se puede notar una marcada tendencia en la disminución del mismo, pero con una alta concentración del índice, lo que arroja que a pesar de que en esta línea los demás participantes del mercado han empezado con el paso del tiempo a ser parte activa y participativa de mercado, el INS sigue siendo por mucho el principal actor en las primas recaudadas.
- Durante el transcurso de los cuatro años de estudio, (a excepción del 2011), todos los demás años, han tenido un aumento sostenido en las primas de seguro recolectado por las empresas, pasando de 106 941 miles de millones, en 2010 hasta 129 997 miles de millones en 2014, lo que refleja que el sector tuvo un aumento del 21% tomando como base el 2010, que refleja un dinamismo importante en el crecimiento de este mercado.
- Por otra parte en el mismo periodo de estudio 2010-2014, el porcentaje de participación de la línea de seguros de automóviles en el total de las primas recaudadas ha venido en descenso, cuando en 2010 se conformaban un 41 % de dichas primas ha venido en descenso 36%, 35.75%, 33.46% y 32.62% respectivamente hasta 2014.
- La mayor participación, en otras líneas de seguros, refleja que el mercado de seguros costarricense, está teniendo un cambio y que los consumidores están optando por diversificar su consumo de seguros y ya no solamente, están asegurando sus casas, autos y vidas, sino que también están pensando en asegurar, entre otros, su salud a través de pólizas de gastos médicos y un incremento importante en pólizas de responsabilidad civil, lo que sugiere una mayor madurez del mercado local.
- Es posible diseñar y aplicar un modelo de índices de concentración utilizando matrices y bases de datos de empresas del sector asegurador costarricense que le dan información de primera mano a las instancias reguladoras y le permiten reaccionar ante la alerta de elevados índices de concentración, como una herramienta práctica para que vele por los intereses de los asegurados y así, estos puedan recibir las mejores condiciones de aseguramiento y la mayor calidad del servicio que se reciba.
- En Costa Rica no hay un seguimiento contundente del actuar de las empresas en el mercado de seguros, ya que el mercado presenta claras tendencias en prácticas monopolísticas y hay escasas sanciones a las empresas que realizan estas prácticas por la ineficiencia de la acción de las instancias reguladoras.
- El modelo HHI, es un modelo de amplia aplicación que se puede utilizar también en instituciones como la SUGEF, SUTEL y SUPEN.

- En la actualidad SUGESE no realiza cálculos de índices de concentración, únicamente muestra las primas y comisiones ganadas por aseguradoras e intermediarios.

3.2 RECOMENDACIONES

Este estudio recomienda para el corto y mediano plazo:

- Explotar el potencial analítico del modelo de cálculo de índices de concentración HHI, mediante su aplicación en el ámbito de las telecomunicaciones, empresas generadoras de energía, en estudios de diversificación de carteras de inversiones. Esto se puede considerar un uso derivado, el inverso del HHI: cuanto más alto es el índice, más diversificada está la cartera. Desde el punto de vista de los individuos o instituciones propietarios de las carteras, esa es una situación a menudo deseable: a más diversificada una inversión, menor el riesgo de una caída imprevista en el valor total de la misma.
- Promover la apertura del mercado de seguros para inducir mejoras en la atención del cliente por parte de las aseguradoras, porque en un mercado monopolístico como el de Costa Rica, el único actor (INS), tenía todo el peso en la decisión y colocación de seguros y la determinación de los precios del mismo.
- Se recomienda a la SUGESE, actuar como lo obliga la ley, para evitar los nichos de mercado en condiciones monopolísticas, y poner en marcha los mecanismos y correctivos que se puedan estar dando.
- Se sugiere en un futuro que SUGESE implemente dentro de sus cálculos estadísticos, el uso del HHI como indicador de la concentración del mercado de seguros que le refleje la realidad del mercado.

Estrategia de publicación:

1. Establecer un contacto en SUGESE que trabaje en el campo de generación de estadísticas.
2. Enviar el presente estudio de forma digital a la señora Celia González Hauh gonzalezhc@sugese.fi.cr para su consideración.
3. Pedir la retroalimentación de parte de SUGESE sobre conocimiento y aporte de este estudio para la SUGESE.

APÉNDICES

Apéndice 1. Cálculo completo de índices de concentración 2014

[Hoja de cálculo Excel](#)

ANEXOS

Anexo 1. Ley reguladora del mercado de seguros

[Archivo PDF](#)

BIBLIOGRAFÍA

Superintendencia del control de mercado . (7 de Febrero de 2013). Recuperado el 19 de Marzo de 2015, de Superintendencia del control de mercado : <http://www.scpm.gob.ec/44-de-los-sectores-de-la-economia-se-encuentran-altamente-concentrados/>

Aseguradora del Istmo. (s.f.). *Aseguradora del Istmo*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de Aseguradora del Istmo: <http://www.adisa.cr/conozcanos.php>

ASSA. (s.f.). ASSA. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de ASSA: <http://www.assanet.com/acerca-de-assa/>

Best Meridian Insurrance. (s.f.). *BMI*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de BMI: <http://www.segurosbmicr.com/stand/operacion-en-costa-rica/>

Bluecross blueshield. (s.f.). *Bluecross blueshield*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de Bluecross blueshield: <http://www.bcbscostarica.com/sobre-nosotros/>

Case Karl, F. R. (2012). *Principios de microeconomía*. México: Pearson Education.

Daft, R. L. (2007). *Teoría y diseño organizacional* (9 ed.). México D.F.: CENGAGE Learning.

Fleitman, J. (2007). *Evaluación integral para implantar modelos de calidad*. Pax Mexico.

Gonzales, G. a. (2013). *Fenix Seguros*. Obtenido de Fenix Seguros: http://www.fenixseguros.com.py/media/manual_basico_del_seguro.pdf

Guerrien, B. (1998). *La Microeconomía*. París .

Hitt, M. A., Black, J. S., & Porter, L. W. (2006). *Administración* (Novena ed.). (M. d. Anta, Ed.) Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de Mexico S.A.

INS. (s.f.). *INS*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de INS.

INS. (s.f.). *INS*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de INS: <http://portal.ins-cr.com/portal.ins-cr.com/Institucional/Historia/Historia/>

Jaramillo, I. D., & Ramírez, R. D. (s.f.). *Método y conocimiento metodología de la investigación* . Universidad EAFIT.

La Gaceta. (7 de Agosto de 2008). Ley reguladora del mercado de seguros.

Lauria, G. (2013). El sector Asegurador en América Latina. *FIDES*.

Lucio, R. H., Collado, C. F., & Sampieri, P. B. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México D.F: Mac Graw Hill.

Malhotra, N. K. (2004). *Review of Marketing research*. Emerald.

MEIC. (2014). *Guía para el análisis de concentraciones económicas*.

Michael, P. (2009). *Economía* (Octava ed.). México: Pearson Education.

Pan American Life. (s.f.). *Pan American Life*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de Pan American Life: <https://www.palig.com/about-us>

Quálitas Seguros. (s.f.). *Quálitas Compañía de seguros*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de Quálitas Compañía de seguros: <http://www.qualitas.co.cr/web/qualitas-costarica/nuestra-empresa>

SAGICOR. (s.f.). *SAGICOR*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de SAGICOR: <http://sagicor.cr/quienes-somos/>

Seguros Bolivar. (s.f.). *Seguros Bolivar*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de Seguros Bolivar: http://www.sociedadesbolivar.com/wps/portal/web/grupo-bolivar/historia/e356c765-7baf-4328-822b-7f7b43dce586/!ut/p/b1/hczNboJAGIXha-kFyPeNzA8u0UFFcWqZAW2BltiAIGmadrC1Zd2b3t2J3nygoWcCMFdQj3qQq2Kz6qa_Fe9V1x-_mWnyVbPW015eEjVwLDOGBptKEu2wk4Qb6eVD4pvDMf_4_YX_

Seguros del Magisterio. (s.f.). *Seguros del Magisterio*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de Seguros del Magisterio: <http://www.segurosdelmagisterio.com/seguros-magisterio/nosotros.html>

Seguros MAPFRE. (s.f.). *Grupo MAPFRE*. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de Grupo MAPFRE: <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/grupomapfre/es/cinformativo/historia-grupomapfre.shtml>

SUGESE. (2003). *SUGESE*. Obtenido de SUGESE: http://www.sugese.fi.cr/marco_legal/reglamentos/mercado%20de%20seguros/reglamento_comercializacion_seguros.pdf

The Garrette Insurance Group. (s.f.). Recuperado el 2 de Abril de 2015, de The Garrette Insurance Group: <http://www.garrettbrokers.com/esp/biblioteca/seguros-en-costarica.html>

Universidad de Alicante. (s.f.). Recuperado el 17 de Marzo de 2015, de <http://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema2/datos-primarios-y-datos-secundarios.html>