

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA ASESORA DE
SEGUROS "BELTRÁN ROJAS". ASESORAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN
DE PÓLIZAS DE SEGUROS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO**

**Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniera en Administración
de Empresas y Negocios**

**AUTOR:
Rojas Mariana de Jesús**

**DIRECTOR
Palacio Fierro Andrés Alejandro- MBA**

QUITO - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA ASESORA DE SEGUROS "BELTRÁN ROJAS". ASESORAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO” presentado por Rojas Mariana para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito,

Palacio Fierro Andrés Alejandro - MBA

DIRECTOR

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Mariana de Jesús Rojas, declaro ser autor del Plan de Negocios titulado “Creación de la Empresa Asesora de Seguros “BELTRAN ROJAS”. Asesoramiento y Comercialización de Pólizas de Seguros, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 22 días del mes de agosto del 2016, firmo conforme:

Autor: Rojas Mariana de Jesús

170450368-7
Mariano Pozo y Juan de Selis Esq.
rojasmr@asegur.com.ec
(02) 2474-109 / 0980294700

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Rojas Mariana de Jesús

C.I. 1704503687

APROBACIÓN TRIBUNAL

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por haberme permitido realizar mi sueño como Profesional, y a mi Hijo Cristian Fernando Beltrán por entenderme y apoyarme en momentos de indecisión para que no desmaye y siga hasta culminar con mi sueño.

Gracias

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que en algún momento me apoyaron para llegar al objetivo propuesto, alcanzar un título profesional, entre las cuales están la Universidad Indoamérica a través de sus docentes y mis compañeros de estudio con quienes superamos los momentos difíciles.

La Autora

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA.....	I
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL	V
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
SUMARIO INVESTIGATIVO	XV
ABSTRACT.....	XVI
DESCRIPTORS: ENTERPRISE, ADVISOR , INSURANCE	XVI
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	4
IDEA DE NEGOCIO	4
1.1 Descripción de la Actividad	4
1.1.1 PASOS DADOS HASTA EL MOMENTO PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO.....	9
1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.....	10
1.1.3 Problemas que se prevén.....	11
1.1.4 Soluciones	11
1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha	12
1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.	14

CAPITULO II	15
ÁREA DE MARKETING.....	15
2.1 Definición del mercado general de la Empresa de Intermediación y Asesoría de la Empresa Asesora de Seguros.....	15
2.1.1 Que mercado se va a tocar en general.....	15
2.2 Segmentación de mercado.....	18
2.2. Definición del Producto	68
2.2.1 Especificación del servicio.....	68
2.2.3 Presentación del Producto	70
2.2.4 Precio del producto o Servicio	70
2.2.5 Promoción y publicidad que se realizara (Canales de Comunicación) ...	73
2.2.6 Sistema de distribución a utilizar (Canales de distribución)	75
2.2.7 Seguimiento de Clientes	75
2.2.8 Especificar mercados alternativos	76
2.3 Definición de la competencia:	77
2.3.1 Descripción de la competencia.....	77
2.3.2 Definir puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio	83
2.4 COSTOS DEL PRODUCTO/SERVICIO, POR PERIODOS	84
2.4.1 Determinación de costos variables	84
2.4.2 Determinación de Costos Fijos.....	85
2.4.3 Determinación de costos total del producto o servicio.....	86
CAPITULO III.....	90
AREA DE OPERACIONES	90
3.1. Descripción del proceso	90
3.1.1 Descripción del proceso Operativo.....	90

3.1.3	Tecnología a aplicar	106
3.2	Factores que afectan el plan de operaciones	106
3.2.1	Ritmo de producción	106
3.2.2	Nivel de inventario promedio	107
3.2.3	Número de trabajadores.....	107
3.3.	Capacidad de producción	107
3.3.1	Capacidad de producción futura.....	107
3.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	108
3.5	Calidad	109
3.5.1	Método de control de calidad	109
3.6	Normativas y permisos que afectan su instalación	111
3.6.1	Seguridad e higiene ocupacional	111
CAPIULO IV		113
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTION.....		113
4.1	Análisis estratégico y definiciones de objetivos	113
4.1.1	Nuestra visión.....	113
4.1.2	Nuestra misión.....	113
4.1.3	Análisis FODA	113
4.2.1	Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna.....	116
4.3	Control de gestión	124
4.3.1	Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios	124
4.4	Necesidades de personal	125
4.4.1	Especificar cuanto personal necesitara hasta un horizonte de tres años	125

CAPITULO V	126
AREA JURIDICO LEGAL.....	126
5.1.2 Patentes y Marcas	127
5.1.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales. (Patentes, inicio de Actividades, etc.)	128
CAPITULO VI.....	135
AREA FINANCIERA	135
6.1. Plan de inversiones.....	135
6.2 Plan de financiamiento.....	136
6.3 Cálculo de Costos y Gastos.....	140
6.4 Cálculo de Ingresos	151
6.5 Flujo de Caja	153
6.6 Punto de equilibrio	154
6.8 Evaluación financiera.....	157
CONCLUSIONES	162
RECOMENDACIONES	163
ANEXOS	164
BIBLIOGRAFÍA	172

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Empresas de Seguros	13
Tabla 2 Rol de cada Socio.....	14
Tabla 3 Detalle de la Dimensión conductual	18
Tabla 4 Dimensión Geográfica	19
Tabla 5 Determinación de la Dimensión Demográfica.....	23
Tabla 6 Tendencia de contratación de seguros período 2016 - 2020.....	25
Tabla 7 Proyección de la demanda de los rubros de seguros en base a la población del mercado objetivo para el periodo 2016-2020.....	27
Tabla 8 Proyección del crecimiento anual de la oferta de seguros en el periodo 2016 - 2020	34
Tabla 9 Proyección de crecimiento de la oferta de seguros colocados por Bróker o Empresa Asesora para el periodo 2016-2020.....	35
Tabla 10 Proyección de la demanda de seguros que se podrán adquirir a través de un bróker o empresa asesora de seguros periodo 2016-2020.....	37
Tabla 11 Proyección de la Demanda 2016-220	38
Tabla 12 Valores de la demanda y oferta proyectada de los seguros para el periodo 2016 - 2020	39
Tabla 13 Sector de Residencia	44
Tabla 14 ¿Conoce usted lo que es un seguro?.....	45
Tabla 15 ¿Cuenta actualmente con un seguro?.....	46
Tabla 16 Si su respuesta fuE no ¿Por qué razón no ha contratado un seguro?	48
Tabla 17 Si su respuesta es sí ¿Por qué medio lo adquirió?.....	49
Tabla 18 ¿Por qué razones contraría un Seguro?	50
Tabla 19 ¿Le parece importante contratar un seguro?	52
Tabla 20:¿Para contratar un seguro le gustaría estar asesorado para elegir la mejor opción?.....	53
Tabla 21 ¿Cuáles de las siguientes Aseguradoras conoce usted?	54
Tabla 22 ¿Conoce usted que es una Empresa Asesora Productora de Seguros, bróker?.....	55
Tabla 23¿Cuáles de los siguientes seguros usted ha contratado?	57
Tabla 24 Considera usted que tener un seguro es un gasto o una inversión	58
Tabla 25¿Cuál de los siguientes atributos le haría decidirse por un seguro?.....	60
Tabla 26¿Qué forma de pago preferiría en el caso de contratar un seguro?.....	61
Tabla 27¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuevos productos en seguros?.....	62
Tabla 28¿Cuáles de los siguientes aspectos considera más relevantes para contratar un seguro a través de una empresa asesora de seguros?	64
Tabla 29¿Si existiera una empresa que le asesore y guie en la contratación de seguros Usted adquirirá uno a través de esta?.....	65
Tabla 30 Precio referencial por tipo de seguros para el año 2015	72
Tabla 31 Precio referencial de promociones para el 2015	74
Tabla 32 Comisiones generadas por Bróker año 2015.....	78

Tabla 33 Descripción de la competencia por ingresos estimados anuales.....	79
Tabla 34 Descripción de la competencia	80
Tabla 35 Puntos fuertes y débiles del Proyecto y la Competencia	83
Tabla 36 Valores comparativos de prima según tipo de seguro.....	87
Tabla 37 Equipos y Muebles Oficina y Costos.....	105
Tabla 38 Cálculo Horas Hombre por Actividad	105
Tabla 39 Cálculo Horas Hombre por Actividad	106
Tabla 40 Número de Trabajadores	107
Tabla 41 Proyección de Producción Futura (venta pólizas).....	108
Tabla 42 Grados de Sustitución	108
Tabla 43 Hoja de análisis para el control de calidad.....	110
Tabla 44 Matriz Estratégica FODA	115
Tabla 45 Perfil Gerente	118
Tabla 46 Perfil Secretaría.....	119
Tabla 47 Perfil de Abogado	120
Tabla 48 Perfil de Coordinador Administrativo - Financiero	121
Tabla 49 Perfil de Coordinador Marketing y Ventas	122
Tabla 50 Perfil de Coordinador de Siniestros	123
Tabla 51 Indicadores de Oficina Bróker de Seguros	124
Tabla 52 Requerimiento de personal.....	125
Tabla 53 Principales reformas código monetario y financiero	133
Tabla 54 Inversiones	136
Tabla 55 Capital de Trabajo.....	138
Tabla 56 Financiamiento.....	139
Tabla 57 Aporte de Socios	139
Tabla 58 Detalle de Gastos	141
Tabla 59 Proyección de Gastos	142
Tabla 60 Rol de pagos año 1	144
Tabla 61 Rol de pagos año 2	145
Tabla 62 Rol de pagos año 3	146
Tabla 63 Rol de pagos año 4	147
Tabla 64 Rol de pagos año 5	148
Tabla 65 Depreciación	149
Tabla 66 Proyección de la Depreciación.....	150
Tabla 67 Cálculo de Ingresos Año 1	151
Tabla 68 cálculo de ingresos año 2	152
Tabla 69 Cálculo de Ingresos Año 3	152
Tabla 70 Cálculo de Ingresos Año 4	152
Tabla 71 Cálculo de Ingresos Año 5	153
Tabla 72 Flujos.....	154
Tabla 73 Estado de Resultados Esperado.....	157
Tabla 74 VAN	158
Tabla 75 TIR	159
Tabla 76 Beneficio - Costo	160
Tabla 77 Periodo de recuperación de la Inversión	160

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico1 Distribución de la población de acuerdo a su edad.....	21
Gráfico 2 Promedio de Crecimiento anual oferta de Seguro	30
Gráfico3 Tendencia de la demanda de los seguros periodo 2016 - 2020.....	40
Gráfico4 Sector de residencia del encuestado.....	44
Gráfico5 Conoce usted lo que es un seguro	45
Gráfico6 Posee un seguro.....	47
Gráfico 7 Razones de no contratar un seguro	48
Gráfico8 Por qué medio adquirió un seguro	49
Gráfico9 RAZONES PARA CONTRATAR UN SEGURO	51
Gráfico10 Es importante contratar un seguro	52
Gráfico11 Requiere asesoría para contratar un seguro	53
Gráfico12 QUÉ ASEGURADORA CONOCE.....	54
Gráfico13 Conoce a un Bróker	56
Gráfico14 QUÉ TIPOS DE SEGURO HA CONTRATADO	57
Gráfico15 Un seguro es gasto o inversión	59
Gráfico16qué factores le harían elegir un seguro	60
Gráfico17 Forma de pago.....	61
Gráfico18 Cómo quiere informarse de un seguro	63
Gráfico19 porqué contrataría un seguro a través de un bróker	64
Gráfico20 Servicios complementarios	66
Gráfico21 Mapa de procesos.....	92
Gráfico22 Diagrama del Proceso Contratación de Seguros.....	93
Gráfico23 Diagrama del Proceso Indemnización Siniestro	94
Gráfico24 Flujograma Operativo del Proceso Colocación de Seguros.....	95
Gráfico25 Plano descripción de Oficina Bróker	98
Gráfico26 Computador de escritorio.....	99
Gráfico27 Tablet	100
Gráfico28 Celular.....	100
Gráfico29 Impresora Multifunción	101
Gráfico30 Teléfono	101
Gráfico31 Página Web	102
Gráfico32 Escritorio.....	102
Gráfico33 Silla Giratoria.....	103
Gráfico34 Silla de visita.....	103
Gráfico35 Silla de espera	104
Gráfico36 Ergonomía y el trabajo en la Oficina	111
Gráfico37 Señalética	112
Gráfico38 Organigrama Estructural	116
Gráfico39 Organigrama Funcional	117
Gráfico40 pasos a seguir para la constitución de una empresa de responsabilidad limitada.....	127
Gráfico41 Punto de Equilibrio	156

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA:PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA ASESORA DE SEGUROS "BELTRÁN ROJAS". ASESORAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

AUTOR: Rojas Mariana de Jesús

TUTOR: Palacio Fierro Andrés Alejandro -
MBA

La investigación para la creación de la Empresa Asesora de Seguros “Beltrán Rojas” en la ciudad de Quito se realiza con el propósito de poder determinar si es favorable la puesta en marcha de la idea de negocio para lo cual se realizó una investigación detalla en la que se empleó metodología de la investigación como lo es el método inductivo que nos permitió analizar los factores y determinar que el proyecto es rentable, además la investigación de mercado en cuanto a consumidores y competencia, el análisis de las fortalezas y debilidades, la determinación de la figura jurídica así como el análisis financiero fueron cada uno de los temas abordados que proporcionaron información importante en la realización del plan de negocios.

DESCRIPTORES: Empresa, Asesora, Seguros

ABSTRACT

THEME:BUSINESS PLAN FOR BUILDING BUSINESS INSURANCE ADVISOR "BELTRÁN ROJAS". ADVICE AND MARKETING OF INSURANCE POLICIES LOCATED IN THE DISTRICT OF QUITO METROPOLITAN

AUTHOR: Rojas Mariana de Jesús

TUTOR: Palacio Fierro Andrés Alejandro - MBA

Research for the creation of the Advisory Insurance Company " Beltran Rojas" in the city of Quito is done with the purpose to determine whether it is in the implementation of the business idea for which an investigation was conducted detailed in the that notions of research methodology as is the inductive method that allowed us to analyze the factors and determine that the project is profitable , was used also market research regarding consumers and competition, the analysis of the strengths and weaknesses, the determination of the legal entity and financial analysis were addressed each of the issues which provided important information in conducting a business plan.

DESCRIPTORS:Enterprise, Advisor , Insurance

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento y el liderazgo son dos de los factores importantes que un Administrador de Empresas debe poseer para a través de sus conocimientos contribuir con el cambio de la matriz productiva con la generación de nuevas fuentes de empleos de ingresos no petroleros, es en los tiempos de coyuntura económica como el que actualmente vive Ecuador en el que se vuelve de suma importancia la diversificación de fuentes de empleo que contribuyan a mantener la economía; es por tal razón que las ideas de negocios que apalanquen la generación de otros tipos de ingresos son de vital importancia, a lo largo del presente estudio de investigación se evaluó la factibilidad de la implementación de una empresa asesora de seguros debido a la creciente tendencia de seguridad y protección que desean tener las familias y empresas ecuatorianas por lo que a lo largo de los diversos capítulos del plan de negocios se pudo establecer el mercado objetivo, al cual va enfocado este proyecto para conocer más acerca de las necesidades de los clientes potenciales, conocer que demanda insatisfecha existe al momento para ser atendida así como la proyección del mercado a ser captado durante 5 años, como mantenerlos a largo plazo, incluyendo los requisitos y recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa como se indica a continuación:

CAPITULO I

Idea de negocio

En este capítulo se plantea la idea de negocio haciendo un análisis de los problemas encontrados, soluciones y contactos para la puesta en marcha y el papel que juega cada socio en la puesta en marcha.

CAPITULO II

Área de Marketing

Se procede a definir el mercado objetivo que tengan la necesidad de obtener un asesoramiento para la obtención de una póliza de seguro. Los estudios realizados en este capítulo nos permiten conocer la oferta y demanda del servicio así como los gustos y preferencias de los clientes potenciales, canales de comunicación a ser utilizados en la venta, seguimiento a los clientes, mercados alternativos.

CAPITULO III

Área de Producción

Al ser un servicio el que se va otorgar en esta empresa, basado en los productos de seguros de las diferentes empresas de seguros, la empresa asesora o bróker no tiene materia prima propia, pero si se considera instalaciones, equipos, personas, capacidad de venta de pólizas y control de calidad del servicio a ofrecer.

CAPITULO IV

Área de Organización y Gestión

En este capítulo se creó la Visión, Misión de la empresa, un análisis FODA con respecto al proyecto. Se elabora los organigramas Estructural y Funcional de la empresa definiendo su organización interna, perfiles de los funcionarios e indicadores de gestión.

CAPITULO V

Área Legal

En este capítulo se analizan las diversas figuras jurídicas que existen en el país y se determina la más adecuada para el proyecto considerando todos los aspectos legales y requisitos a cumplir para la creación legal de la empresa.

CAPITULO VI

Área Financiera

Permite conocer los costos y gastos que tendrá el proyecto una vez llevado a cabo su implementación así como establecer las pérdidas y ganancias del mismo. Para lo cual se procede a realizar los cálculos relacionados con el plan de inversiones, financiamiento, capital de trabajo, cálculo de costos y gastos, proyección de costos y gastos, mano de obra, depreciación y proyección de depreciación, calculo e ingresos y proyección a 5 años, flujo de caja, punto de equilibrio y evaluación financiera aplicando el cálculo de indicadores como el VAN, TIR, Beneficio Costo, periodo de recuperación, liquidez y rentabilidad, todo aplicando los conocimientos adquiridos para estos fines.

CAPITULO I

IDEA DE NEGOCIO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA ASESORA DE SEGUROS "BELTRÁN ROJAS". ASESORAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

1.1 Descripción de la Actividad

(Sánchez, 2000)La actividad de los seguros nació hace varios siglos, se tiene conocimiento que la cultura griega, romana y probablemente los babilonios e hindúes fueron los iniciadores efectuando contratos de transportes y casco marítimo para financiar las posibles pérdidas, lo cual consistía en recibir un aporte o cuota de los propietarios de la mercadería o embarcaciones y de tener alguna circunstancia súbita e imprevista durante el viaje y que produzca una pérdida al dueño, esta sería compensada con el dinero que se reunía previo a la realización de los viajes

Los ramos o coberturas de seguros se encuentran enfocados a cubrir los daños súbitos e imprevistos que pueden sufrir las personas y sus bienes permitiendo que no se vea afectado su patrimonio o las personas como tal, para lo cual existen las coberturas de Incendio, Robo, Fidelidad, Transportes, Vehículos con respecto a bienes y Vida, Asistencia Médica, Gastos médicos para las personas, entre otros.

La venta de los Seguros genera un negocio a terceros como son los Intermediarios, Asesores o Brókeres de Seguros, quienes por la venta de una póliza recibirán un importe económico denominada comisión, la misma que será aplicada en porcentaje de acuerdo al convenio de agenciamiento previamente firmado con la Compañía Aseguradora que ofrezca el producto de seguro vendido.

La sociedad siempre se ha encontrado expuesta a riesgos imprevistos, por lo que es imprescindible buscar alguna forma de aseguramiento para sus bienes o su vida misma, trasladando su riesgo a terceros, a través del Seguro obtenido en una Compañía Aseguradora.

(Sánchez Flores, 2000)Manifiesta:

Esta búsqueda por proteger sus intereses personales como los comunes a la sociedad en que se encuentra, nos remonta a la antigüedad cuando nuestros antepasados vivían en pequeños grupos que aprendían a soportar y hacer frente a las consecuencias de las desgracias a las que se encontraban expuestos constantemente(p. 31).

De lo que manifiesta el autor se puede evidenciar que es necesario que las personas y sus bienes cuenten con un Seguro, este les permitirá resarcir sus pérdidas siempre que estas sean súbitas e imprevistas, reduciendo además el gasto financiero que puede ocasionarse al sufrir un evento.

Fue en Inglaterra donde nace el Seguro, idea que surge de un grupo de personas propietarias de embarcaciones y los productos que en ellas eran transportadas, y que muchas veces sufrían daños o asaltos de los piratas.

(Encarta, 2016) En la época moderna manifiesta:

En 1.549, dicta Carlos V la primera Ley que regula con carácter obligatorio el contrato de Seguro Marítimo, y de ser normalmente representada por un individuo, pasa a tener la forma de entidades pluripersonales, y sociedades anónimas. (p. 34)

Como señala el autor podemos ver que el Seguro Marítimo fue uno de los primeros Seguros que se empezó a suscribir de manera oficial en Inglaterra para luego difundirse en el mundo de los Seguros.

Las citas antes mencionadas permiten notar que el seguro tuvo su inicio como una forma de proteger los bienes, mercaderías y la vida de las personas, organizándose como mutuales o asociaciones de personas naturales para en caso de una pérdida la contribución económica de las mismas, sería la que les permita recuperar la inversión en sus viajes marítimos o la vida en el caso de personas atacada por piratas.

En el Ecuador se publica la Nueva Ley de Seguros en 1.998, época en la que apenas operaban en su mayoría compañías extranjeras como Ace, AIG, al poco tiempo se fundaron empresas ecuatorianas como Ecuatoriana de Seguros, Cóndor, Ecuatoriano Suiza entre las más antiguas del mercado Asegurador Ecuatoriano.

La póliza de seguro es un contrato bilateral, donde las partes se comprometen a dar cumplimiento a sus obligaciones debidamente detalladas en el contrato o póliza de seguro, los participantes son Asegurados, Aseguradores y Beneficiarios en el caso de que los hubiere. (org, 2016)

La base fundamental del Seguro es la Buena Fe por lo que los participantes se obligan a cumplir lo convenido.

El Seguro es un negocio de riesgos, mismos que son transferidos por los Asegurados a la Compañía Aseguradora, a cambio del pago de una prima.

En la actualidad la cultura de seguros entre los ecuatorianos ha logrado posicionarse paulatinamente de una que tenía total indiferencia a un seguro; pero aún existe un alto porcentaje de la población que no considera ser importante en sus estilos de vida asegurarse.

El Sistema de Seguro Privado ha sufrido cambios desde el año 2012, reduciéndose el número de Empresas Aseguradoras.

(Andrade, 2016)Manifiesta:

“En 2013 se redujo el mapa de actores dentro del sistema de Seguros Privados, debido al proceso de fusión, compra y liquidación que viene atravesando desde el segundo semestre de 2012. (p. 6)”.

La fusión de las Aseguradoras Privadas ha permitido que crezcan en su cartera de clientes y puedan obtener más ingresos que les aporta en la mejora de sus resultados financieros.

Las empresas asesoras de seguros han ido creciendo desde el año 2014, obteniendo ingresos importantes de la intermediación en la venta de Seguros.

(ESPINEL CARDENAS, 2014)Manifiesta:

“Caso inverso sucede con las empresas asesoras de seguros que para el año 2014 se registran 604 compañías; las mismas que captaron comisiones por: \$ 113, 244,740.31 millones de dólares. (p.5).”

De lo citado por el autor se desprende que la asesoría de seguros a través de una empresa intermediaria es un negocio que genera rentabilidad, lo cual demuestra el crecimiento en número de empresas.

Estas citas nos permiten conocer como el mercado de las Aseguradoras se ha visto afectado por la Ley, teniendo que fusionarse y reducir el número de Aseguradoras, siendo lo contrario el crecimiento de las empresas asesoras las mismas que han captado una importante comisión por intermediación y asesoramiento a sus clientes.

El objetivo de contratar una póliza de seguros, es estar cubierto contra posibles eventos súbitos e imprevistos que pueden sufrir las personas o los bienes, reduciendo así su pérdida monetaria en caso de sufrirlos.

En la ciudad de Quito hay un mercado en crecimiento donde existe la posibilidad de captar clientes que no conocen sobre el seguro y otros que en algún momento ya lo tuvieron pero por falta de asesoramiento y seguimiento personal no los han tomado por primera vez o por renovación dejando desprotegidos sus bienes y las personas.(Propio)

Por todo lo antes expuesto se ve la viabilidad de crear una Agencia de Intermediación y Asesoría de Seguros en la ciudad de Quito; esta empresa tendrá como finalidad la comercialización y venta de Seguros, basada en los diferentes productos que ofrecen las Compañías Aseguradoras, enfocada a cubrir las necesidades de las personas y de sus bienes.

Una Empresa de Intermediación y Asesoría de seguros, es una compañía de servicios que realiza la intermediación y venta de seguros para cada riesgo y

situación particular para lo cual acude a las diferentes Aseguradoras existentes en el mercado con el objeto de conocer los diferentes tipos de seguros que ellas ofrecen y de esta forma tener la posibilidad de dirigirse al mercado potencial y establecer la relación de asesor o intermediario del servicio.

El mercado objetivo de este plan se encuentra enfocado en captar aquellas personas y empresas que aún no conoce cómo opera una póliza de seguro, no ha tenido nunca un seguro, o ha tenido una mala experiencia en algún momento por falta de asesoramiento de cómo proceder en un siniestro. El mercado objetivo está basado en la creciente demanda que tienen las personas de cubrir sus bienes y las personas mismas frente a un posible evento súbito y fortuito en el cual podrían perder su patrimonio y que puede ser amparado bajo un seguro que puede ser contratado con la intermediación y asesoramiento de este bróker, escogiendo una cobertura completa que ampare sus necesidades de las variadas opciones del mercado asegurador.

Una ventaja significativa para la creación de esta empresa Asesora Productora y comercializadora de seguros constituye el conocimiento de esta actividad por efectos laborales.

1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto

Han sido bases de revisión y apoyo la bibliografía de libros de seguros, la Ley General de seguros del Ecuador, tratado sobre la constitución de seguros, revistas especializadas sobre esta actividad. Adicionalmente, se ha asistido a seminarios de manejo de seguros y de buenas prácticas de seguros entre otros.

Se ha revisado el portafolio de seguros que presentan las aseguradoras del país consideradas como grandes, que son: Seguros Sucre, QBE, Equinoccial, ACE,

Mafre, AIG, entre los principales; determinando que los seguros de personas como: son; individuales de vida, de accidentes, de enfermedad y los seguros de bienes como son: contra incendios, de automóviles, de robos, de transporte, entre los principales son los que más se venden en el mercado de Quito.

Se han considerado las condiciones y atribuciones que deberá tener la empresa para poder captar a sus clientes todo lo cual se irá definiendo más adelante en los diferentes capítulos de este proyecto, iniciando su valoración con la aplicación de encuestas, lo que nos permitirá determinar las necesidades de los clientes del mercado meta con respecto a los diferentes seguros que pueden ser ofrecidos y que cubran sus necesidades de protección.

En Quito tenemos la Asociación Nacional de Asesores Productores de seguros del Ecuador, (ANACSE), quienes aportan con los asociados para ofrecerles asesoría con un modelo de negocio, gestión de proceso, información del mercado dentro de los varios servicios que ellos ofrecen, apoyando al emprendimiento de este tipo de negocio.

1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento para poner en marcha el proyecto

Los problemas encontrados son:

- La determinación de la demanda real de los consumidores en los diferentes rubros de seguros que permita proyectar la demanda potencial y establecer los mecanismos para su cálculo.

- Cuantificar el valor de las comisiones que se puede obtener por la venta de los seguros individuales y patrimoniales.
- Captar una fuerza de ventas especializada en la colocación de seguros en el mercado meta que establezca la empresa.

- Determinar el tipo de contrato que se puede generar entre las aseguradoras y la empresa.

1.1.3 Problemas que se prevén

Los problemas que se prevén a futuro serian inicialmente:

- Determinar un portafolio dinámico y rentable de seguros de fácil colocación y que se mantengan con el tiempo.

- Establecer la ubicación de la empresa más conveniente para el desarrollo y crecimiento de este proyecto.

1.1.4 Soluciones

- El estudio de mercado nos permitirá entender la dinámica de operación del mercado de seguros entendiendo su dinámica, de esta forma se podrá plantear las estrategias del marketing mix.

- Con la asesoría de la ANACSE se podrá determinar un portafolio dinámico y rentable de seguros de fácil colocación y que se mantengan con el tiempo, señalando sus principales segmentos de mercado, colocaciones y rentabilidad.

- Los convenios de intermediación se realizará con las aseguradoras de mayor producción en prima ingresada y pago de siniestros, siendo un índice que mide credibilidad y confianza para los asegurados, adicionando los productos que estas empresas pueden ofrecer y satisfacer las necesidades de los clientes.

- Se deberá contratar personal especializado en seguros, con habilidades en ventas y asesoramiento a los clientes, esto se lo puede lograr a través del Instituto de Prácticas Bancarias y de Seguros, o a través de Multitrabajos, Porfinempleo, utilizando el método caza talentos, buscando personal idóneo para este tipo de servicio.

- Asistir a ANACSE (Asociación Nacional de Compañías de Seguros del Ecuador) para un asesoramiento integral con respecto a este giro de negocio, basados en sus conocimientos e información del mercado asegurador y sus necesidades.

- Para determinar la localización adecuada de la empresa geográficamente se realizara un estudio macro y micro.

1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha

Los contactos realizados para la puesta en marcha son:

- ANACSE, (Asociación Nacional de Asesores Productores de Seguros del Ecuador).

- Intendencia de Seguros del Ecuador, la cual ha referido las principales normas, Leyes, resoluciones que permitirán legalmente la constitución de la empresa hoy Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

- Se han realizado acercamientos con las principales aseguradoras que se mantendrá la relación comercial y de colocación de seguros, entre las cuales tenemos las detalladas en la siguiente tabla, así como los ramos más fuertes en sus ventas:

TABLA 1 EMPRESAS DE SEGUROS

PROVEEDOR	PRODUCTO	UBICACIÓN
QBE Colonial	Vehículos, incendios, Robo y Asalto	Quito
Seguros Sucre	Vida, vehículos, robo, incendio, salud	Quito
Seguros Equinoccial	Vehículos, salud	Quito
Alianza Seguros	Vida, vehículos, Incendios, robo y asalto	Quito
Interoceánica	Vida, vehículos, salud, incendios, robo y asalto	Quito
Pan American Life	Vida y Asistencia	Quito
Equivida	Vida, salud	Quito
Mapfre Atlas	Incendio, vehículos	Quito
AIG Metropolitana	Robo y asalto, incendios	Quito
ACE Seguros	Robo y asalto, incendios	Quito

Fuente: ANACSE

Elaborado por: La Autora

1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.

Los socios que formaran parte de este plan de negocios serán 3 y participaran con la siguiente contribución:

TABLA 2 ROL DE CADA SOCIO

SOCIO	CARGO	FUNCIONES
Ing. Mariana Rojas	Gerente General	Representa legalmente a la empresa Lidera la planeación estratégica. Ordena, evalúa, administra y dirige.
Ing. Cristian Beltrán Rojas	Gerente Administrativo. Financiero	Control de inversiones Control Cartera y Cobranzas Control Ingresos y Egresos Analizar el balance Analizar el flujo de efectivo. Controlar del gasto y costos. Revisar y aprobar pago proveedores.
Ing. Ana María Beltrán Rojas	Gerente de Ventas y Marketing	Posicionar la marca. Inteligencia competitiva. Relaciones Públicas. Dirigir, controlar y organizar las ventas. Establecer metas y objetivos Calcular la demanda y estimar las ventas. Elaboración de Benchmarking.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

CAPITULO II

ÁREA DE MARKETING

2.1 Definición del mercado general de la Empresa de Intermediación y Asesoría de la Empresa Asesora de Seguros

Existe un nicho de mercado que buscan satisfacer sus necesidades entre las cuales puede ser el obtener el servicio de un seguro.

(MICIP, BANCO MUNDIAL;, 2011)manifiesta.

“Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfaga y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros” (p.17).

Como manifiesta el Banco Mundial existe la posibilidad de atender una necesidad a un mercado que por varias razones no han tomado la decisión de contratar una póliza de seguro a través de un servicio que les proporcione alternativas que cumplan con sus necesidades y satisfaga las mismas.

2.1.1 Que mercado se va a tocar en general

Aquí realizaremos la descripción del mercado de las empresas asesoras de seguros, las cuales pueden ser personas naturales o entidades jurídicas que sugieren que tipo de seguro es el más conveniente para una determinada necesidad que busque el cliente, ya sea para su casa, auto, negocio o él mismo entre otros, esta empresa estará ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito.

Un Asesor de seguros debe analizar e investigar las necesidades del cliente para ofrecer un asesoramiento que le permita al cliente elegir las coberturas que necesita para proteger sus bienes o las mismas personas.

De esta forma el asesor está en la capacidad de sugerir y recomendar las pólizas y opciones que le proporcionen mayor protección a un costo justificable y con la Aseguradora que mejor estado financiero, liquidez, solvencia tenga en caso de un siniestro.

Parte de su servicio será apoyar y asesorar en los trámites a realizar en la aseguradora para que se agilite su pago, obteniendo el cliente una solución inmediata a su problema. Durante el desarrollo de la vida de una persona se contempla la necesidad de estar asegurada contra cualquier evento o siniestro; ya que se está expuesta permanentemente a situaciones o eventos que puede afectar el patrimonio; o la vida misma.

En base a esto se ve la necesidad de comprar un seguro que cubra el daño al bien o a la persona afectada.

En los últimos años se ha notado un crecimiento en la actividad económica del mercado asegurador, siendo cada vez más las personas y empresas que protegen sus vidas y su patrimonio; es por eso que contratan un seguro según sus necesidades y requerimientos, a corto o a largo plazo, por lo que es importante tener empresas asesoras de seguros que orienten a los consumidores sobre el mejor seguro, considerando coberturas, precios, trámites y demás opciones con productos que se ajusten a sus necesidades y se encuentren protegidos en caso de un eventual siniestro.

La población que tiene acceso a un seguro no tiene pleno conocimiento lo que se le puede ofrecer; por falta de información sobre cómo funciona un

seguro qué beneficios otorga, creando una cultura de Seguro la misma que al momento no se encuentra altamente socializada a la población del país.

El asesor de seguros debe conocer todos los productos que ofrecen las distintas compañías de seguros del mercado, formas de pago o cualquier otro beneficio que puedan otorgar para escoger sus servicios.

De todas las necesidades que pueda tener un cliente, estas serán asesoradas de tal manera que cumplan con sus expectativas y necesidades tanto de cobertura como en la parte económica, guiándole de una manera técnica con el respaldo de la mejor opción de aseguradora en el mercado.

El mercado de seguros en el país, especialmente en el Distrito Metropolitano de Quito es un mercado en crecimiento con potenciales clientes, por lo cual se ha visto la necesidad de crear la agencia de intermediación y asesoría enfocada a la venta de los seguros individuales para personas y riesgos patrimoniales como son: asistencia médica, vida, vehículos, incendio, robo entre otros; las empresas se encuentran ya con seguros en su mayoría, por lo que la competencia ha saturado este nicho de mercado dadas las comisiones que éstas generan.

Es necesario señalar los beneficios que le brinda cada cobertura de póliza así como los ramos más apetecidos por el mercado.

TIPOS DE SEGUROS
De personas: Cubre riesgos como es la salud, gastos medicos, vida, accidentes personales y viaje.
De bienes: Para autos, Incendio, Robo, Equipo Electronico, Equipo y Maquinaria, Dinero y Valores, Transporte, entre otros.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La Aseguradora cubre los daños o eventos que se produzcan de forma súbita e imprevista de acuerdo a la cobertura afectada y que encuentra descrita en la póliza de seguro correspondiente.

2.2 Segmentación de mercado

Según las definiciones anteriores, existe un potencial de mercado consumidor que puede contratar un tipo de seguro o varios a la vez, es decir pueden aplicar como ejemplo a un seguro de enfermedad únicamente o pueden contratar a la vez los seguros para autos, contra robos y de vida.

Independientemente de su clase social o género, este tipo de seguros de vida y patrimoniales lo puede contratar cualquier tipo de ciudadano que tenga ingresos suficientes y que se encuentre en una edad adecuada para firmar un contrato de seguro o póliza de seguro.

El mercado objetivo con el cual vamos a realizar el estudio sobre la viabilidad de este proyecto de acuerdo a la dimensión conductual será:

TABLA 3 DETALLE DE LA DIMENSIÓN CONDUCTUAL

Dimensión conductual	
Tipo de necesidad:	Seguridad y Protección
Tipo de compra:	Selectiva
Relación con la marca:	No
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

El mercado geográfico seleccionado para este plan de negocios en donde se enfoque la comercialización de los servicios de la empresa está ubicado en el Ecuador, región sierra, provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito considerando su población urbana.

De acuerdo a la Dimensión Geográfica tenemos lo siguiente:

TABLA 4 DIMENSIÓN GEOGRÁFICA

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Sierra
PROVINCIA	Pichincha
CIUDAD URBANA Y RURAL	Distrito Metropolitano de Quito
TAMAÑO DE POBLACION AÑO 2015	2'505.344

Elaborado por: La Autora

Fuente: (Sistema Nacional de Planificación y desarrollo SNI)

La población a ser analizada para el proyecto será la ubicada en Ecuador, Región Sierra, Provincia de Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito, ciudad que para el año 2015 contará con 2'505.344 habitantes según los datos del Sistema Nacional de Información SIN , de los cuales se considerará la población económicamente activa que esté en capacidad de contratar seguros de personas (Salud, gastos medicos, vida, accidentes personales y viaje) así como seguros de bienes (Autos, incendios, robo, equipo electrónico, equipo y maquinaria, dinero y valores, transporte etc.)

Cuál es el mercado objetivo, ¿Por qué? Definición y perfil

El tipo de mercado objetivo para este proyecto ha sido seleccionado dentro de los siguientes parámetros:

El mercado objetivo para comercializar los seguros será el Distrito Metropolitano de Quito considerando a los habitantes de la zona urbana.

Del total de los 2'505.344 habitantes del D.M. Quito, se considera a los habitantes que son parte de la Población Económicamente Activa (P.E.A.), es importante señalar que no se consideran clases sociales o niveles de ingresos, debido a que indistintamente de sus ingresos los habitantes pueden acceder a uno o varios seguros de los diferentes que han sido citados en este proyecto de negocio, según sus necesidades de cobertura y costo.

El mercado objetivo a ser considerado para la elaboración de este proyecto serán las personas económicamente activas y que pueden tomar la decisión de contratar un seguro.

(Ecuador en cifras;, 2014) Señala lo siguiente:

La población que puede contratar libremente se considera a los habitantes que puede firmar y respaldar un compromiso legal cumpliendo sus condiciones y sometiéndose a jueces competentes a cambio de una transacción monetaria a partir de los 18 años sin representante alguno. (p.3).

Según lo señalado, la edad de la población que puede contratar una obligación y ser responsable legalmente de redimirla con libertad comercial debe tener como mínimo de edad 18 años.

El mercado seleccionado en este proyecto y que puede obtener un seguro para satisfacer una necesidad sera las personas que se encuentra entre las edades de 20 a 65 años y que son económicamente activas para poder asumir el pago de un seguro.

(ANACSE;, 2015)Señala lo siguiente:

“La gran mayoría de clientes que contratan una póliza de cualquier tipo de seguro, se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 65 años de edad considerando ambos sexos”. (p.11).

Tomaremos como variable referencial para determinar la población objetiva de este proyecto, a los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito dentro de estos rangos de edad, 20 a 65 años.

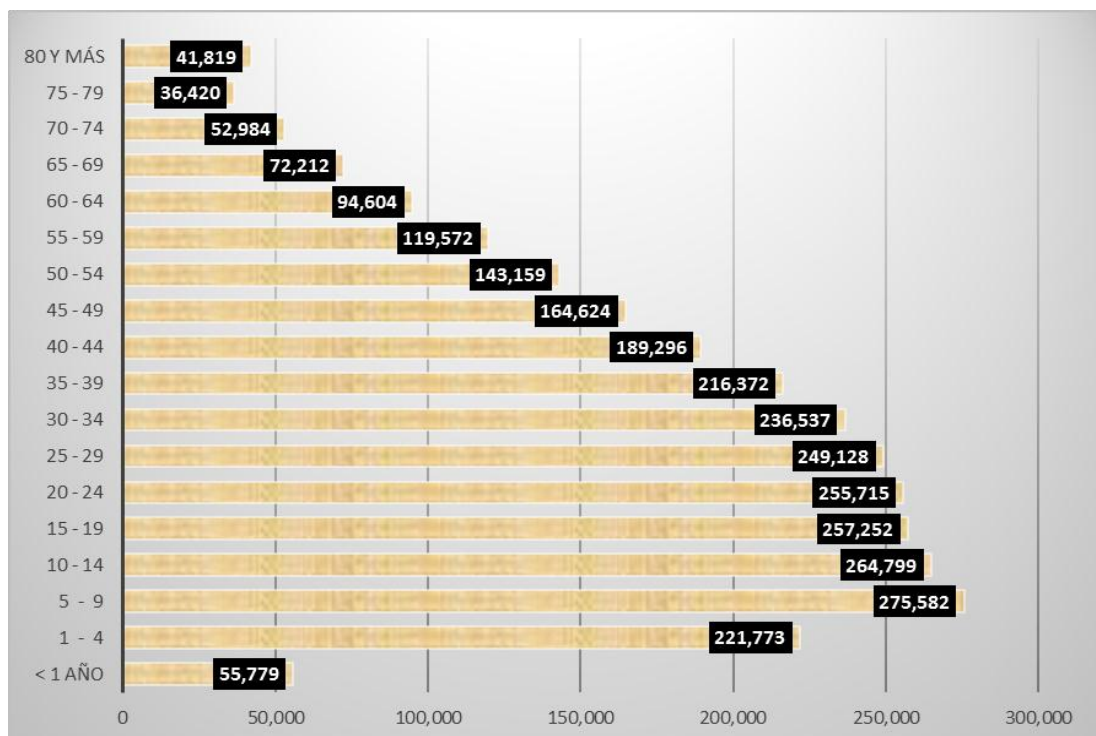


GRÁFICO1 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ACUERDO A SU EDAD

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La Autora

La población que se encuentra en el rango de edad de 20 a 65 años para el 2015 es aproximadamente 1´669.007 según lo determina el INEC.

Estos rangos de edad son considerados como población a diferentes personas con varias actividades económicas, estudiantes universitarios y personas en general que pertenecen a la población económicamente activa en el D.M. Quito que requieran de un servicio de asesoría en seguros con las mejores coberturas y precios convenientes.

De lo indicado anteriormente la población considerada para este plan de negocios tendrá los siguientes parámetros:

- Habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, población urbana.
- Género se considera tanto el masculino como el femenino.
- Edad comprendida entre los 20 a 65 años.
- Que pertenezca a la población económicamente activa.
- Que tengan la necesidad de obtener un seguro indistintamente del ramo cobertura que sea requerida y que puede ser para sus bienes o personas.

Según estos parámetros, se procede al cálculo de la población sujeta al análisis, los datos que hacen referencia a la población se los obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC y sus respectivas proyecciones al año 2015.

Se considera a la población que vive en el D.M. Quito, la cual para el año 2015 según las proyecciones del SIN (Sistema Nacional de Información) será de 2´ 505.344 habitantes.

TABLA 5 DETERMINACIÓN DE LA DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
EDAD	20 - 65 AÑOS	1'669.007
SEXO	Mujeres / Hombres	812.806 / 856.201
SOCIOECONÓMICO	PEA (71,8%)	1'198.347
OCUPACIÓN	INDISTINTA	1'198.347
TOTAL POBLACIÓN MERCADO OBJETIVO		1'198.347

Fuente: INEC 2014

Elaborado por: La Autora

De la información de la tabla 5, se desprende que la población que se encuentra entre las edades de 20 a 65 años es 1'669.007, dividido en mujeres 812.806 y hombres 856.201.

La población económicamente activa es el 71,8% que en cifras representa 1'198.347 habitantes que viven en el Distrito Metropolitano de Quito y que cumplirían con los parámetros de edad, sexo, estado socioeconómico y ocupación.

Este mercado objetivo está conformado por personas que pueden comprar un seguro de vida o patrimonial relacionado con la posesión o no de un bien, este seguro podrá ser contratado a través de la empresa propuesta en este plan de negocios.

La revista Ekos en su Especial de Seguros 2016 en el artículo La cultura de Seguros en Ecuador, un proceso en construcción manifiesta:

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

En base a los datos anteriores se establece que de la población económicamente activa solo el 39% de la misma ha manifestado haber contratado algún tipo de seguro por lo que la población universo para el estudio será 467.355 personas.

- Habitantes del Distrito Metropolitano de Quito que están en una edad entre los 20 a 65 años, que pertenecen a la población económicamente activa y que tienen una ocupación indistinta y que manifiestan la necesidad de contratar una póliza de seguro.

Para obtener los datos de la demanda y oferta como sus respectivas proyecciones de los seguros determinados en esta investigación, se ha procedido a identificar la información presentada en la Superintendencia de Bancos y Seguros, Intendencia de Seguros, ASSAL y otra referencia.

El crecimiento de Aseguradoras internacionales en América Latina y en Ecuador aporta con más opciones de crecimiento en la venta de seguros.

(Intendencia de Seguros del Ecuador;, 2015)Señala lo siguiente;

Según cifras de ASSAL Asociación de Supervisores de Seguros para América Latina, la tendencia regional para contratar un seguro ha crecido

forma positiva, en el Ecuador se ha podido observar un crecimiento prudencial de aseguradoras nacionales para el periodo 2013 – 2014.

De los reportes trimestrales presentados por las Compañías de Seguros a este organismo de control, se puede apreciar que del tipo de seguros patrimoniales y de vida tienen una tendencia de crecimiento muy prometedor para el siguiente quinquenio 2016-2020, es así que en la siguiente tabla se puede identificar la tendencia de contratación de cada seguro:

TABLA 6 TENDENCIA DE CONTRATACIÓN DE SEGUROS PERÍODO 2016 - 2020

TIPO DE SEGURO	TENDENCIA DE CONTRATACION DE UN SEGURO
Vida	35%
Accidentes	35%
Enfermedad	55%
Automóviles	30%
Incendio	30%
Robo	25%
Asistencia de Viaje	25%
Transporte	58%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

De acuerdo a la información proporcionada por el ente regulador se refleja que la tendencia para la contratación de un seguro de vida se estima en el 35% de la población, el 55% de la población estaría dispuesta a contratar un seguro de salud o enfermedad debido a la carencia de la seguridad pública y por qué los valores de contratar una póliza serán por efectos de mercado y por la regulación estatal. Otro rubro muy importante es el de automóviles, su contratación será por el 30% de la población, a esto hay que entender que por los costos actuales de los autos y por los siniestros que son objeto estos bienes, sus propietarios tienden a asegurarlos.

De esta información se puede determinar que el mercado ecuatoriano podrá demandar este tipo de seguros y que su crecimiento se podrá proyectar para un periodo de 5 años o más, logrando establecer una demanda potencial.

Como primer paso se estableció la población del mercado objetivo de este plan de negocios a 467.355 habitantes que corresponden al 39% de la población económicamente activa (1'198.347 habitantes) y que de acuerdo a estudios de la revista Ekos toman un seguro, en base a esta población se realizó la proyección hasta el año 2020 en función de la tasa de crecimiento de la población establecida en el 1,37% anual, según INEC, para el Distrito Metropolitano de Quito.

TABLA 7 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE LOS RUBROS DE SEGUROS EN BASE A LA POBLACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO PARA EL PERIODO 2016-2020

AÑO	POBLACIÓN (1,37%)	VIDA (35%)	ACCIDENTES (35%)	ENFERMEDAD (55%)	AUTOMÓVILES (40%)	INCENDIO (30%)	ROBO (25%)	ASISTENCIA DE VIAJE (25%)	TRANSPORTE (58%)
2015	467.335	163.567	163.567	257.034	186.934	140.201	116.834	116.834	271.054
2016	473.737	165.808	165.808	260.556	189.495	142.121	118.434	118.434	274.768
2017	480.228	168.080	168.080	264.125	192.091	144.068	120.057	120.057	278.532
2018	486.807	170.382	170.382	267.744	194.723	146.042	121.702	121.702	282.348
2019	493.476	172.717	172.717	271.412	197.390	148.043	123.369	123.369	286.216
2020	500.237	175.083	175.083	275.130	200.095	150.071	125.059	125.059	290.137

Fuente: SBS-IS 2014

Elaborado por: La Autora

Para determinar la demanda de cada seguro se toma como base los datos del año 2015 se procedió a calcular el crecimiento de la población tomando en cuenta el porcentaje del 1.37% por cada año obteniendo la proyección hasta el 2020. De igual forma se calculó el crecimiento de cada ramo de seguro en los que tendrá presencia la empresa para poder cuantificar la demanda futura de cada uno de estos rubros; de esta manera tenemos que el crecimiento de la demanda del seguro de vida será de 175.083 personas, el de accidentes 175.083 el seguro por enfermedad tendrá una demanda de 275.130 mientras que el seguro de automóviles de 200.095; para el seguro de incendios el valor será de 150.071 y para el de robo 125.059; en el seguro de asistencia de viaje la demanda será de 125.059 y el de transporte de 290.137. Este análisis nos permite conocer que el mercado al cual se puede ofrecer los servicios de asesoramiento y venta de un seguro es amplio y atractivo para los intermediarios de seguros.

Tendencia de la Oferta

La tendencia de la oferta es un factor determinante en el análisis de factibilidad del proyecto ya que este nos permite conocer la cantidad de productos o servicios que se ofrecen en el mercado que son similares o iguales al nuestro y de esta manera en conjunto con la demanda, determinar la demanda insatisfecha y poder estimar la participación del mercado a la que se tendrá acceso.

Para determinar la oferta de seguros en el país se recurrió a la información proporcionada por la Intendencia de Seguros con respecto al número de pólizas contratadas en los diferentes ramos y compañías aseguradoras.

(Intendencia de Seguros del Ecuador;, 2015). Señala lo siguiente:

“Para el periodo 2011 – 2014, se ha logrado consolidar el número de pólizas contratadas de todos los ramos, gracias a los reportes efectuados por parte de las compañías de seguros del país a este ente de control”.

Del informe de la Intendencia de Seguros del Ecuador es importante el número de pólizas ubicadas en el mercado y el crecimiento de cada seguro como tal, es así que se presenta que el promedio de incremento anual de los seguros que la empresa propuesta podrá comercializar considerando sus ventas anuales del periodo.

TABLA N° 1 CONTRATACIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS RELACIONADO 2011-2014 EN D.M. QUITO

AÑO	VIDA	ACCIDENTES	ENFERMEDAD	AUTOMÓVILES	INCENDIO	ROBO	ASISTENCIA DE VIAJE	TRANSPORTE
2011	227,39	175,329	287,459	179,348	98,341	118,923	98,233	203,944
2012	244,444	186,725	313,905	185,087	100,583	125,821	107,074	220,26
2013	264,733	200,73	343,726	197,118	104,104	133,999	119,066	259,906
2014	290,677	224,817	378,443	213,084	108,06	145,791	132,64	309,288
Promedio de crecimiento anual	8,53%	8,67%	9,60%	5,93%	3,20%	7%	10,53%	15,00%

Elaborado por: La Autora

Fuente: SBS-IS 2014

En esta Tabla se puede apreciar que el mercado asegurador va creciendo en los diferentes ramos que operan, teniendo un crecimiento importante el seguro de Transporte, seguido del seguro de Asistencia de viaje, Salud/Enfermedad, Accidentes, Vida, Robo y Automóviles, quedando como el de menor venta Incendio, el mismo que a la fecha ha ido incrementando paulatinamente luego del Terremoto sufrido el 16 de Abril 2016.

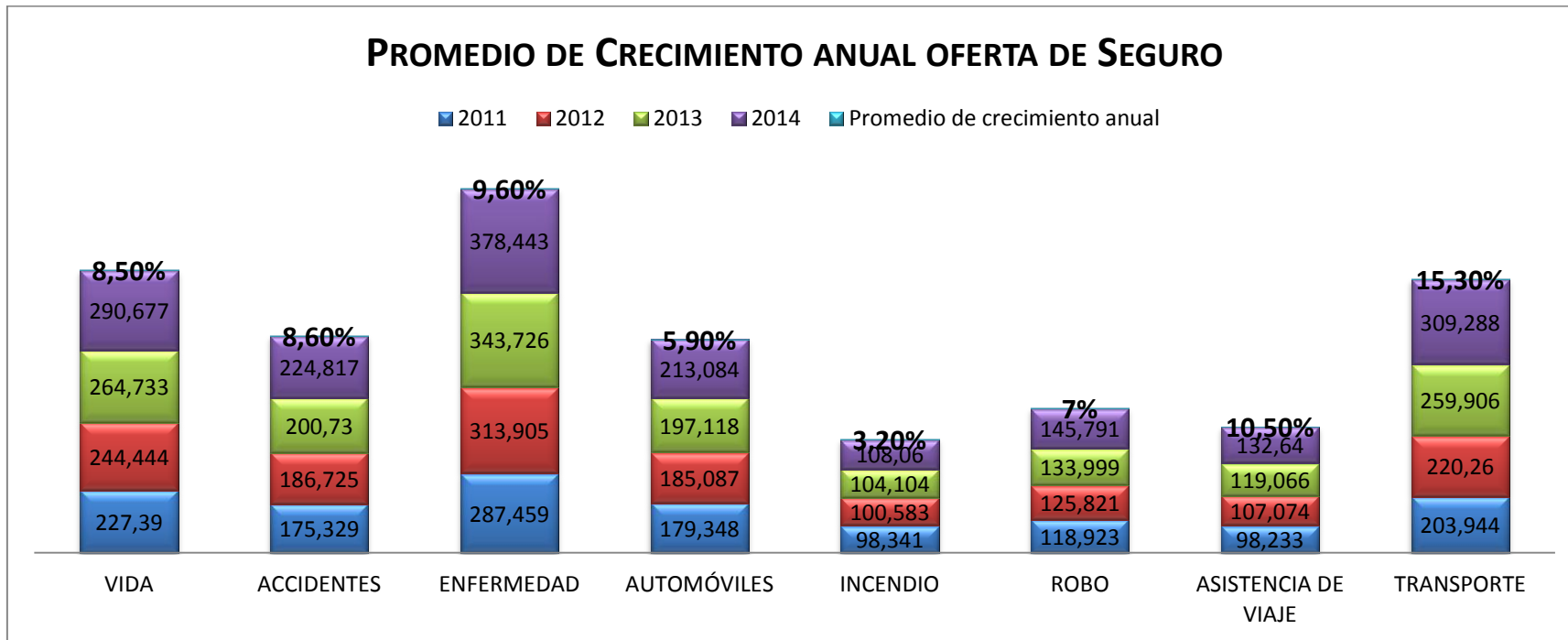


GRÁFICO 2 PROMEDIO DE CRECIMIENTO ANUAL OFERTA DE SEGURO

Elaborado por: La Autora

Fuente: SBS-IS 2014

De acuerdo a los diferentes ramos que ofrecen las compañías aseguradoras dentro de los años 2011 al 2014, se puede observar un incremento anual en las ventas de cada ramo, lo que permite estimar el promedio de crecimiento de cada ramo.

Con estos promedios de crecimiento señalados por la Intendencia de Seguros de la Superintendencia de Bancos se puede efectuar la proyección de la oferta para el periodo 2015-2020, considerando al año 2015 como año base.

La proyección de los tipos de seguro calculados a la tasa de crecimiento promedio respectivo del rubro para los siguientes años; se toma como base de cálculo al año 2014, ejemplo al rubro de seguros de vida tiene un crecimiento promedio del 8,5% anual se multiplica al valor del año 2014 el cual es de 290.677 pólizas y da un valor proyectado para el 2015 de 315.385 seguros, así se procede hasta el año 2020 donde se estima que se ofertaran 474.230 pólizas de este ramo

Intendencia de Seguros del Ecuador, 2015) Señala:

De la colocación de los contratos de seguros (pólizas) en el mercado, se establece que son las propias Compañías de Seguros y las empresas autorizadas por la SBS como brókeres y agencias asesoras productoras de seguros son el medio por el cual el consumidor adquiere un seguro que se ajuste a sus necesidades, lo cual le han generado comisiones importantes por esta actividad. (p. 173).

El medio de venta de los seguros se realiza de manera directa entre la aseguradora y el cliente o a través de los brókeres, asesores e intermediarios de seguros. Es importante el rol de los brókeres o intermediarios de seguros en el crecimiento de ventas para las compañías de seguros y para ellos mismo ya que que mientras más seguros se coloquen mayor será su producción y ganancia en comisiones por sus ventas.

TABLA 9 COLOCACIÓN DEL SEGURO

TIPOS DE SEGURO	PORCENTAJE DE NEGOCIOS COLOCADOS EN EL MERCADO DE SEGURO POR BRÓKER O ASESOR
Vida	35%
Accidentes	35%
Enfermedad	35%
Automóviles	39%
Incendio	45%
Robo	29%
Asistencia de viaje	56%
Transporte	41%

Fuente: SBS 2015

Elaborado por: La Autora

Se puede apreciar que del 100% de las ventas de las empresas aseguradoras existe un porcentaje importante cuya venta se realiza por intermedio de un bróker o asesor de seguros, lo cual aporta al crecimiento de las aseguradoras y de los brokers o asesores de seguros al generar mayor captación de clientes / asegurados.

De la información proporcionada en la Intendencia de Seguros, se puede apreciar que la participación de un Bróker o empresa asesora de seguros en la colocación de un seguro en el mercado tiene un alto impacto en la

comercialización de los mismos y amplía la gestión comercial de las compañías compañías de seguros registradas en la SBS.

Con los porcentajes de colocación por seguro de estas empresas en el mercado, se elaboró la Proyección de crecimiento de la oferta de seguros colocados por Bróker o Empresa Asesora para el periodo 2016-2020, en la cual se tomó como base al año 2015 para cada rubro comercializado, luego se multiplicaron los valores por el porcentaje de colocación del seguro de las empresas mencionadas proporcionando la proyección estimada que ofertarían al mercado los bróker y empresas asesoras en su esfuerzo de comercialización y en donde podrán comisionar de forma individual o en paquete de seguros colocados.

En el seguro Vida para el año 2016 se ofertaran en el mercado 342.192 pólizas, esto se multiplica por el porcentaje de colocación de las empresas relacionadas que es el 35% y se tiene como resultado 119.767 seguros de vida que serán potencialmente colocados por este tipo de empresas.

Estos cálculos se realizaron para cada rubro de seguro, generándose proyección de la oferta en el mercado que servirá para determinar la demanda potencial insatisfecha.

TABLA 8 PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO ANUAL DE LA OFERTA DE SEGUROS EN EL PERIODO 2016 - 2020

AÑO	VIDA (8.5% CRECIMIENTO)	ACCIDENTES (8,6% CRECIMIENTO)	ENFERMEDAD (9,6% CRECIMIENTO)	AUTOMÓVILES (5,9% CRECIMIENTO)	INCENDIO (3,2% CRECIMIENTO)	ROBO (7% CRECIMIENTO)	ASISTENCIA DE VIAJE (10,5% CRECIMIENTO)	TRANSPORTE (15,3% CRECIMIENTO)
2014	290677	224817	378443	213084	108060	145791	132640	309288
2015	315385	244152	414773	225656	111517	155996	146567	356610
2016	342192	265149	454591	238970	115086	166916	161957	411171
2017	371279	287951	498232	253069	118769	178600	178962	474080
2018	402837	312715	546062	268000	122569	191102	197753	546614
2019	437078	339609	598484	283812	126492	204479	218517	630246
2020	474230	368815	655939	300557	130539	218793	241461	726674

Fuente: SBS-IS 2014

Elaborado por: La Autora

TABLA 9 PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA DE SEGUROS COLOCADOS POR BRÓKER O EMPRESA ASESORA PARA EL PERIODO 2016-2020

AÑO	VIDA (35% CONTRATA CIÓN)	ACCIDENT ES (35% CONTRATA CIÓN)	ENFERMEDA D (35% CONTRATA CIÓN)	AUTOMÓVIL ES (39% CONTRATA CIÓN)	INCENDIO (45% CONTRATA CIÓN)	ROBO (29% CONTRAT ACIÓN)	ASISTENCIA DE VIAJE (56% CONTRATA CIÓN)	TRANSPORT E (41% CONTRATA CIÓN)
2014	101737	78686	132455	83103	48627	42279	74278	126808
2015	110385	85453	145171	88006	50183	45239	82078	146210
2016	119767	92802	159107	93198	51789	48406	90696	168580
2017	129947	100783	174381	98697	53446	51794	100219	194373
2018	140993	109450	191122	104520	55156	55420	110742	224112
2019	152977	118863	209470	110687	56921	59299	122370	258401
2020	165981	129085	229579	117217	58743	63450	135218	297936

Fuente: SBS-IS 2014

Elaborado por: La Autora

Para determinar el cálculo de la demanda potencial insatisfecha de los señalados y que serán colocados por un bróker o empresa asesora de seguros, importante conocer la demanda que se generaría al contratar un seguro por la intermediación comercial de estas empresas, para lo cual se multiplicó los porcentajes identificados de contratación o colocación por la demanda del mercado de cada seguro.

TABLA 10 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE SEGUROS QUE SE PODRÁN ADQUIRIR A TRAVÉS DE UN BRÓKER O EMPRESA ASESORA DE SEGUROS PERIODO 2016-2020

AÑO	VIDA (35%)	ACCIDENTES (35%)	ENFERMEDAD (35%)	AUTOMÓVILES (39%)	INCENDIO (45%)	ROBO (29%)	ASISTENCIA DE VIAJE (56%)	TRANSPORTE (41%)
2016	57.249	57.249	89.962	72.904	63.090	40.658	65.427	111.132
2017	58.033	58.033	91.194	73.903	63.955	41.215	66.323	112.655
2018	58.828	58.828	92.444	74.916	64.831	41.780	67.232	114.198
2019	59.634	59.634	93.710	75.942	65.719	42.352	68.153	115.763
2020	60.451	60.451	94.994	76.982	66.619	42.932	69.087	117.349

Fuente: SBS-IS 2014, Tabla No. 7 y Tabla No. 10

Elaborado por: La Autora

Para establecer la demanda potencial insatisfecha, se han considerado los valores obtenidos en la tabla No. 10 de la oferta proyectada de los seguros y de la tabla No. 11 de la demanda proyecta para el periodo 2016 – 2020, valores que se pueden apreciar en la tabla No. 12, para posterior resta de la demanda menos el valor de la oferta, obteniendo los valores de la demanda potencial insatisfecha de este tipo tipo de seguros que podrán ser colocados a través de este tipo de empresas. De acuerdo reportaje publicado en diario el (Comercio, 2016) “el último reporte de la Superintendencia de Bancos señala que los ecuatorianos invierten, sobre todo, en seguros de vida, pólizas contra accidentes personales, incendios, protección de autos manteniendo varias coberturas a la vez”.

Se debe considerar que las personas que demandan el servicio en ocasiones mantienen al mismo tiempo varias pólizas con diversas coberturas. En base a la investigación directa realizada en Aseguradora del Sur como cliente fantasma pudimos determinar en función de la experiencia de la empresa que mínimo un asegurado mantiene 3 tipos de coberturas estas pueden combinarse en los siguientes ramos: vida, vehículos, accidentes personales, salud, robo. Por lo que se procede a realizar el cálculo de la demanda con un mínimo de contratación de 3 tipos de coberturas diferentes.

TABLA 11 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA 2016-2020

AÑO	VIDA	ACCIDENTES	ENFERMEDAD	AUTOMÓVILES	INCENDIO	ROBO	ASISTENCIA DE VIAJE	TRANSPORTE
2016	171.746	171.746	269.886	218.713	189.271	121.974	196.281	333.397
2017	174.099	174.099	273.583	221.709	191.864	123.645	198.970	337.964
2018	176.484	176.484	277.331	224.747	194.492	125.339	201.696	342.594
2019	178.902	178.902	281.131	227.826	197.157	127.057	204.459	347.288
2020	181.352	181.352	284.982	230.947	199.858	128.797	207.260	352.046

Fuente: Investigación Directa Aseguradora del Sur

Elaborado por: La Autora

De los cálculos realizados se puede apreciar que para el año 2016 se considera la demanda para el seguro de vida un total 171.746 pólizas a contratar, a través de empresas asesoras de seguros y/o brókeres.

Con esta información se procede a calcular la Demanda Insatisfecha.

TABLA 12 VALORES DE LA DEMANDA Y OFERTA PROYECTADA DE LOS SEGUROS PARA EL PERIODO 2016 - 2020

AÑO	Vida			Accidentes			Enfermedad			Automóviles		
	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2016	171.746	119.767	51.979	171.746	92.802	78.944	269.886	159.107	110.779	218.713	93.198	125.515
2017	174.099	129.947	44.152	174.099	100.783	73.316	273.583	174.381	99.202	221.709	98.697	123.012
2018	176.484	140.993	35.491	176.484	109.450	67.034	277.331	191.122	86.209	224.747	104.520	120.227
2019	178.902	152.977	25.925	178.902	118.863	60.039	281.131	209.470	71.661	227.826	110.687	117.139
2020	181.352	165.981	15.371	181.352	129.085	52.267	284.982	229.579	55.403	230.947	117.217	113.730

AÑO	Incendio			Robo			Asistencia de Viaje			Transporte		
	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2.016	189.271	51.789	137.482	121.974	48.406	73.568	196.281	90.696	105.585	333.397	168.580	164.817
2.017	191.864	53.446	138.418	123.645	51.794	71.851	198.970	100.219	98.751	337.964	194.373	143.591
2.018	194.492	55.156	139.336	125.339	55.420	69.919	201.696	110.742	90.954	342.594	224.112	118.482
2.019	197.157	56.921	140.236	127.057	59.299	67.758	204.459	122.370	82.089	347.288	258.401	88.887
2.020	199.858	58.743	141.115	128.797	63.450	65.347	207.260	135.218	72.042	352.046	297.936	54.110

Elaborado por: La Autora

Fuente: SBS-IS 2014 Tabla No 10 y 11

Para la demanda potencial insatisfecha, se han considerado los valores obtenidos en la oferta proyectada de los seguros y de la demanda proyecta para el periodo 2016 – 2020, para posterior restar de la demanda el valor de la oferta, obteniendo los valores de la demanda potencial insatisfecha de este tipo de seguros que podrán ser colocados a través de este tipo de empresas de intermediación y asesoría de seguros.

Si se revisa el comportamiento de la demanda potencial insatisfecha de los seguros en general para el periodo 2016 – 2020, existiría una demanda atractiva que podría cubrir una empresa asesora de seguros en el mercado propuesto.

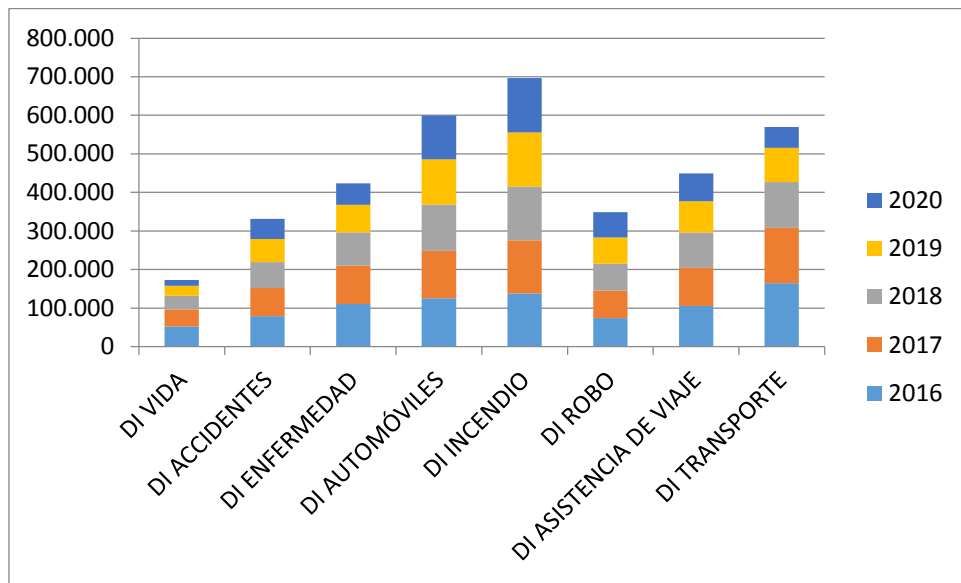


GRÁFICO3 TENDENCIA DE LA DEMANDA DE LOS SEGUROS PERIODO 2016 - 2020

Elaborado por: La Autora

Fuente: SBS-IS 2014 Tabla No 13

Conclusión

Se puede apreciar que para el año 2016 existirá una demanda potencial insatisfecha para el seguro de vida de 29,041 pólizas que podrán ser contratadas a través de un bróker o empresa asesora de seguros, es notable identificar que para este mismo seguro en el año 2020 no existiría demanda a través de este tipo de empresa ya que la población crece al 1,37% anual y la oferta cubriría o excedería la demanda de este tipo de seguros.

Se observa que para el periodo 2016 al 2020 la demanda potencial de este tipo de negocios es positiva.

Tamaño de la muestra:

A efectos de determinar el tamaño de la muestra se elaboró un cuestionario para la realización de la encuesta (Anexo 1) a ser utilizada en este proyecto con una población infinita que está delimitada en las zonas a realizar la encuesta pero desconocemos el número de personas que pueden aplicar la misma.

La pregunta filtro, número 16, es la que determina la probabilidad de aceptación o no de adquirir un tipo de seguro a través de un bróker propuesto.

16. ¿Si existiera una empresa que le asesore y guie en la contratación de seguros Usted adquirirá uno a través de esta?

SI () NO ()

Se aplicó una prueba piloto de 20 encuestas para determinar la comprensión de la encuesta y conocer la probabilidad de éxito o de fracaso del proyecto.

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizara la siguiente fórmula:

Siendo $p(x)$ la probabilidad de éxito de aceptar la compra de un seguro a través del bróker nuevo;

Y $q(x)$ la probabilidad de fracaso de no aceptar comprar un seguro a través del bróker nuevo.

Se considera una probabilidad de éxito del 90% y una probabilidad de fracaso del 10%.

Se toma estos porcentajes aplicando el conocimiento de que el margen de error aconsejado puede estar entre el 1% al 10% máximo.

El nivel de confianza ha sido considerado la recomendación con respecto a que el mismo no debe estar por debajo del 90%.

Luego de la aplicación antes descrita tenemos que los resultados son:

$$P(x) = 18 \text{ resultados}; 18/20 = 0,90$$

$$Q(x) = 2 \text{ resultados}; 2/20 = 0,10$$

Una vez obtenida la probabilidad de éxito o no (P y Q), se procede aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2}$$

$$Z^2 * P * Q + Ne^2$$

n= Tamaño de la muestra	
Z= Nivel de confianza	95% (1,96)
P= Probabilidad de ocurrencia	90%
Q= Probabilidad de no ocurrencia	10%
N= Población o Universo	467.335
e= Error de la muestra	0,05

$$n = \frac{1,96^2 * 0,9 * 0,1 * 467.335}{1,96^2 * 0,9 * 0,1 + 467.335 * 0,05^2}$$

n= 132.67 siendo 133 personas por encuestar

Luego de la aplicación de la fórmula antes citada para calcular el tamaño de la muestra indica que serán 133 los encuestados.

A continuación se presenta la tabulación de la encuesta realizada con el levantamiento de información aplicada a los habitantes que residen en la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito. Se realizan las encuestas en los centros comerciales CCNU, Quicentro, El Jardín y el Espiral, se elige estos lugares debido a que en ellos se puede ubicar a personas de clase media y alta y que pueden tener la necesidad de contratar un seguro, basados en sus posibles necesidades y asesoramiento que puede ser otorgado por el broker.

Tabulación de la Encuesta

Sector de residencia:

TABLA 13 SECTOR DE RESIDENCIA

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Norte	65	49%
Centro	31	23%
Sur	25	19%
Periféricos	12	9%
TOTAL	133	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

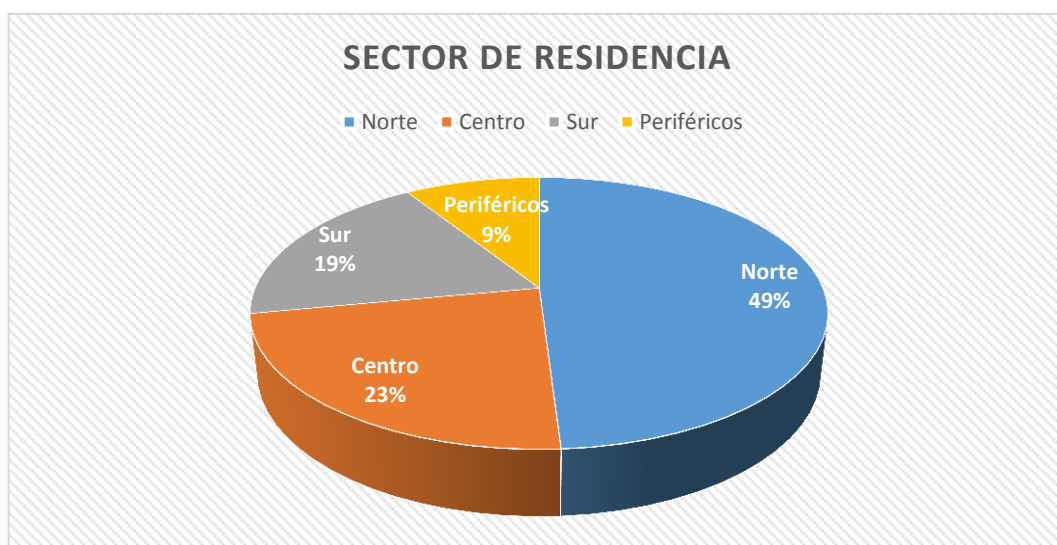


GRÁFICO4 SECTOR DE RESIDENCIA DEL ENCUESTADO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis Numérico:

Según la encuesta refleja que el 49% de los encuestados residen en el norte de la ciudad, el 23% en el centro, el 20% en el sur y el 8% en la parte periférica de Quito.

Atributo:

Es importante tener la información sobre el lugar de domicilio de las personas encuestadas, esto nos permitirá tener un mejor criterio de sus necesidades sobre los seguros y poder determinar, además, la ubicación geográfica de la empresa.

Pregunta 1: ¿Conoce usted lo que es un seguro?

TABLA 14 ¿CONOCE USTED LO QUE ES UN SEGURO?

Variable	SI	NO
SI	122	92%
NO	11	8%
TOTAL	133	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

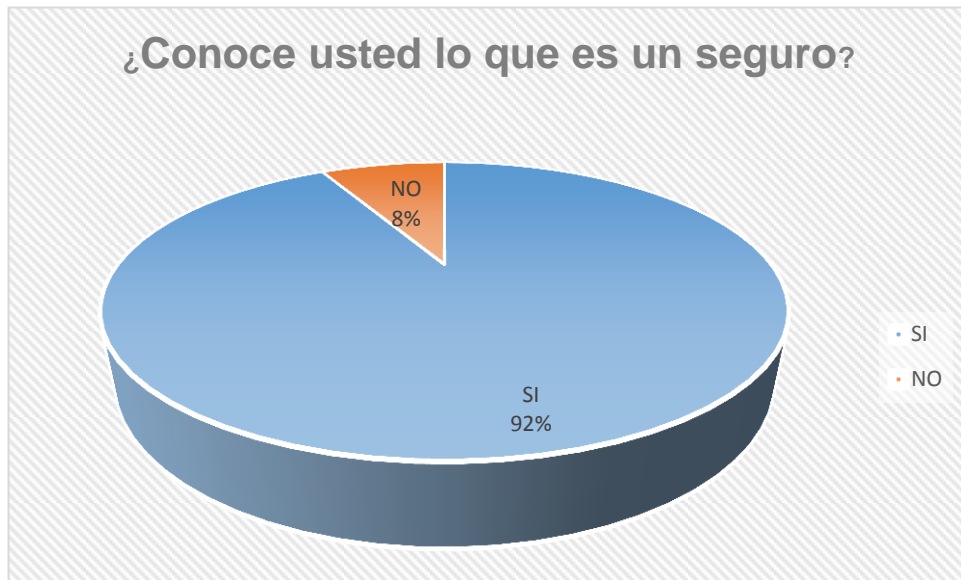


GRÁFICO5 CONOCE USTED LO QUE ES UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis Numérico:

La encuesta indica que el 92% de los encuestados indican que si conocen que es un seguro, el 8% indica no conocer.

Atributo:

Es importante esta información para la investigación ya que la mayoría de encuestados si conocen lo que es un seguro y probablemente sepa de sus mecanismos y tenga alguna experiencia personal o de algún referido sobre el uso del mismo, por lo que la aplicación de la encuesta y las respuestas de los encuestados se estima será oportuna y clara.

Pregunta 2: ¿Cuenta actualmente con un seguro?

TABLA 15 ¿CUENTA ACTUALMENTE CON UN SEGURO?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	68	56%
NO	54	44%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

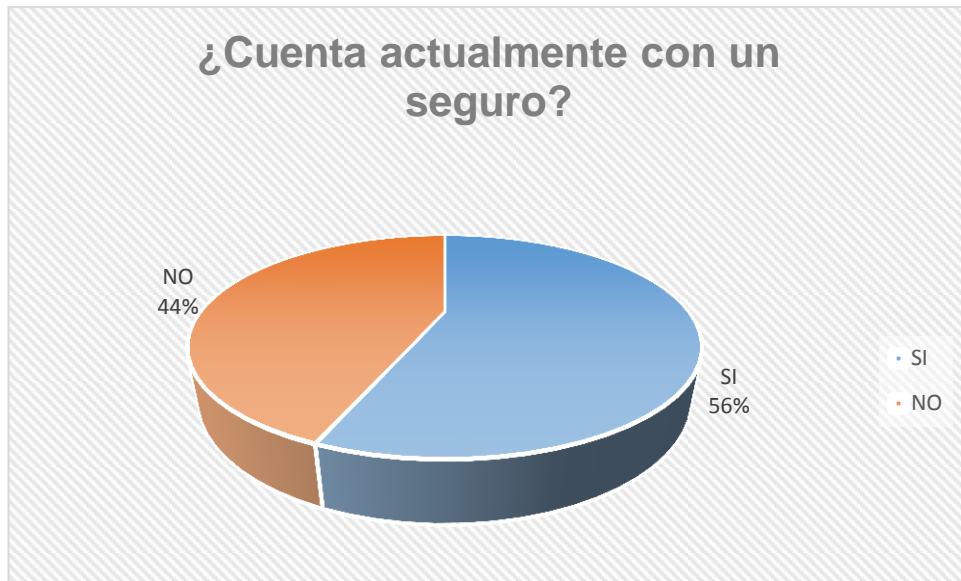


GRÁFICO6 POSEE UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

La encuesta determina que el 56% de los encuestados indican que si tiene algún tipo de seguro actualmente, el 44% indica que no lo tiene.

Atributo:

El conocer que un alto porcentaje de personas encuestadas tienen algún tipo de seguro favorece a la investigación, ya que estos aportaran con mayor información sobre sus preferencias del producto, características y demás datos que permitan a la empresa diseñar el portafolio de seguros y comprender las razones por las cuales contratan uno o varios.

Pregunta 3: Si su respuesta fue no ¿Por qué razón no ha contratado un seguro?

TABLA 16 SI SU RESPUESTA FUÉ NO ¿POR QUÉ RAZÓN NO HA CONTRATADO UN SEGURO?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No es importante	8	15%
Es muy caro	18	34%
Por desconocimiento	15	28%
Desconfianza	12	23%
TOTAL	54	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

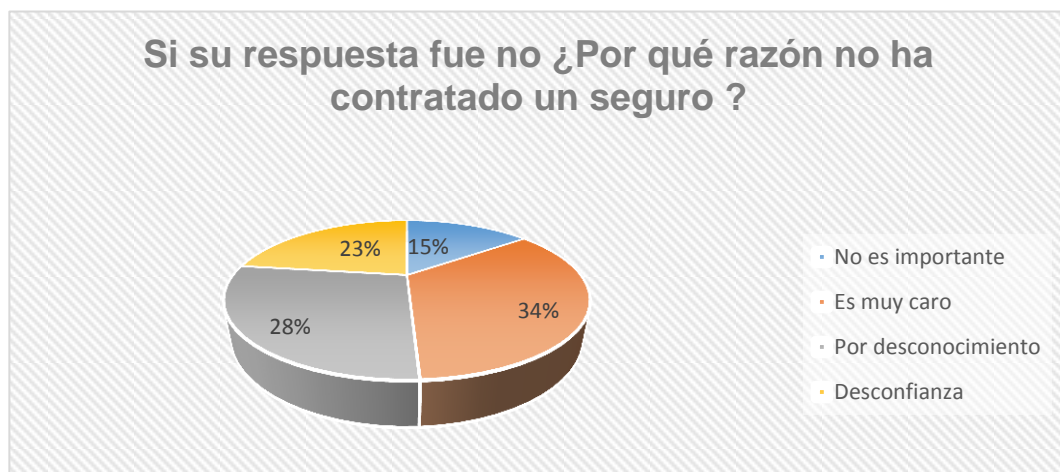


GRÁFICO7 RAZONES DE NO CONTRATAR UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

Los encuestados que no han contratado un seguro señalan: el 34% es muy caro, 28% por desconocimiento, el 23% por desconfianza, el 15% no lo considera importante.

Atributo:

Las razones más relevantes para no contratar un seguro son: alto costo del seguro, desconocimiento de cómo acceder y de sus beneficios y desconfianza, la misma que puede ser motivada por malas experiencias con alguna aseguradora o por comentarios negativos de las personas. Según esta información el bróker de seguros deberá informar adecuadamente de costos, coberturas y de los beneficios de trabajar con empresas de seguros serias que si responderán efectivamente con lo contratado.

Pregunta 4: Si su respuesta es sí ¿Por qué medio lo adquirió?

TABLA 17 SI SU RESPUESTA ES SÍ ¿POR QUÉ MEDIO LO ADQUIRIÓ?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Recomendación personal	13	19%
Publicidad	8	12%
Bróker Página web	12	18%
Vendedores	22	32%
Telemercadeo	13	19%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

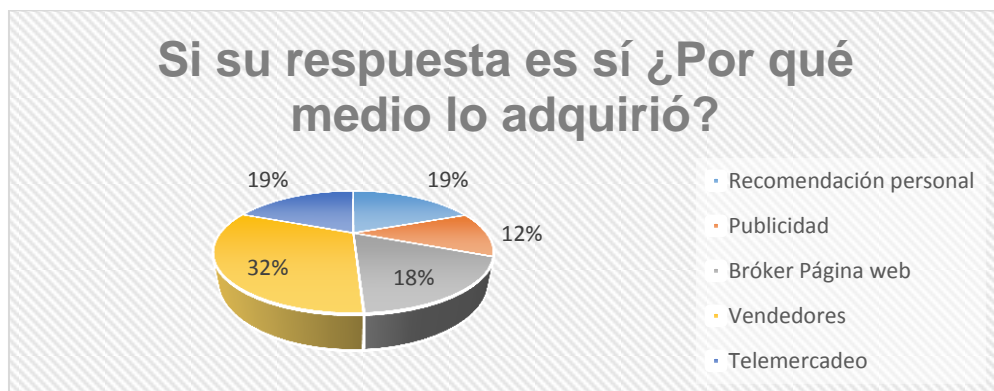


GRÁFICO8 POR QUÉ MEDIO ADQUIRIÓ UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 32% de las personas encuestadas señalan que han contrato un seguro a través de vendedores, el 19% por telemarketing, el 18% por recomendaciones personales y por la página web del bróker, el 12% a través de algún tipo de publicidad y luego se contactó con el ofertante del seguro.

Atributo:

Es importante conocer que los vendedores de seguros pertenecen a los brókeres o intermediarios de seguros, para el telemarketing se requiere una base de datos para contactar clientes e informar los productos a disposición, también ayuda la difusión de personas que ya poseen un seguro, informando sobre sus beneficios.

Pregunta 5: ¿Por qué razones contraria un Seguro?

TABLA 18 ¿POR QUÉ RAZONES CONTRARIA UN SEGURO?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Protección	34	28%
Prevención	40	33%
Seguridad	38	31%
Status	10	8%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

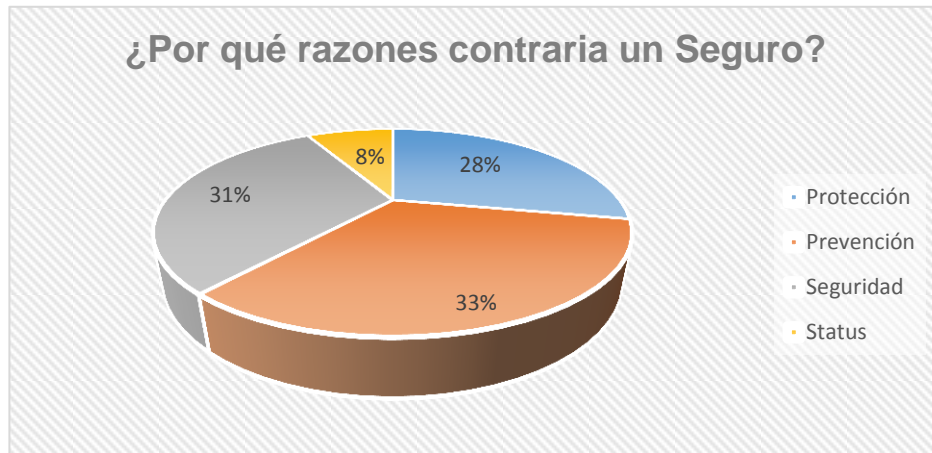


GRÁFICO9 RAZONES PARA CONTRATAR UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 33% de los encuestados indica que contratarían un seguro por prevención, el 31% por seguridad, el 28% por protección, el 8% por status.

Atributo:

Los consumidores señalan tres criterios muy importantes para contratar un seguro que son prevención, seguridad y protección de sus bienes o de su vida, para lo cual requieren de seguros que puedan cubrir estas necesidades, con coberturas claras y con empresas de seguros que cumplan con los contratos de seguros. El bróker debe aprovechar estos criterios para poder generar publicidad que atraiga a los potenciales clientes.

Pregunta 6: ¿Le parece importante contratar un seguro?

TABLA 19 ¿LE PARECE IMPORTANTE CONTRATAR UN SEGURO?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	88	72%
NO	34	28%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

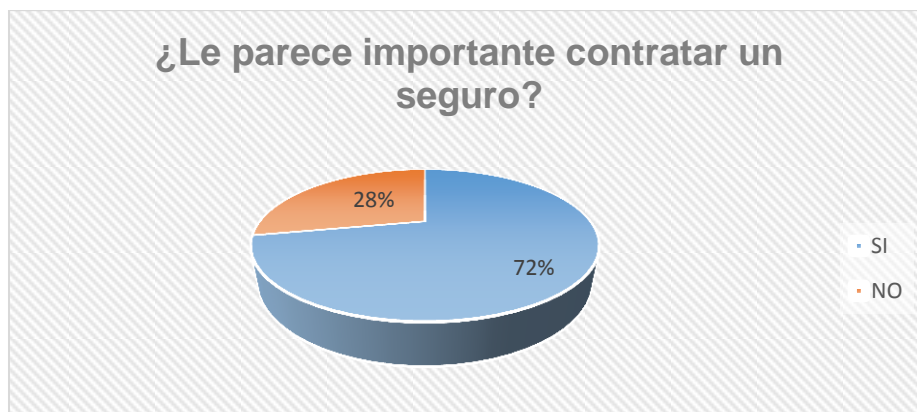


GRÁFICO10 ES IMPORTANTE CONTRATAR UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

De los encuestados el 72% de las personas señalan que si es importante tener un contrato de seguro, el 28% indica que no le es importante.

Atributo:

La gran mayoría señala que si es importante contratar un seguro, lo cual indica que el mercado del bróker está motivado a conseguir un seguro, pero el mismo requiere estar bien asesorado en costos, coberturas, tiempos, requisitos y demás información de las Aseguradoras, ofreciendo un seguro que cubra las necesidades de su cliente. Para esto la empresa intermediaria de seguros deberá capacitar eficientemente a su fuerza de ventas y se efectivice la colocación de los seguros.

Pregunta 7: ¿Para contratar un seguro le gustaría estar asesorado para elegir la mejor opción?

TABLA 20: ¿PARA CONTRATAR UN SEGURO LE GUSTARÍA ESTAR ASESORADO PARA ELEGIR LA MEJOR OPCIÓN?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	79%
NO	26	21%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO11 REQUIERE ASESORÍA PARA CONTRATAR UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico

El 79% de las personas encuestadas prefieren estar bien asesorados para elegir una opción adecuada antes de contratar un seguro, el 21% señala que no necesita asesoramiento.

Atributo:

Es importante esta información que la gran mayoría de encuestados señalan que requieren de asesoría para elegir la mejor opción de un seguro, por lo cual el bróker deberá reclutar personal con competencias como comunicación efectiva, sinergia, empatía y otras que le permitan al vendedor transmitir la información adecuada de algún tipo de seguro al cliente, de igual forma se debe generar material informativo tanto impreso como digital de los diferentes seguros y el cliente se informe sobre estos.

Pregunta 8: ¿Cuáles de las siguientes Aseguradoras conoce usted?

TABLA 21 ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ASEGURADORAS CONOCE USTED?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Colonial	24	20%
Equinoccial	23	19%
Seguros Oriente	7	6%
Equivida	21	17%
Pan American Life	18	15%
BMI del Ecuador	15	12%
Aseguradora del Sur	13	11%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

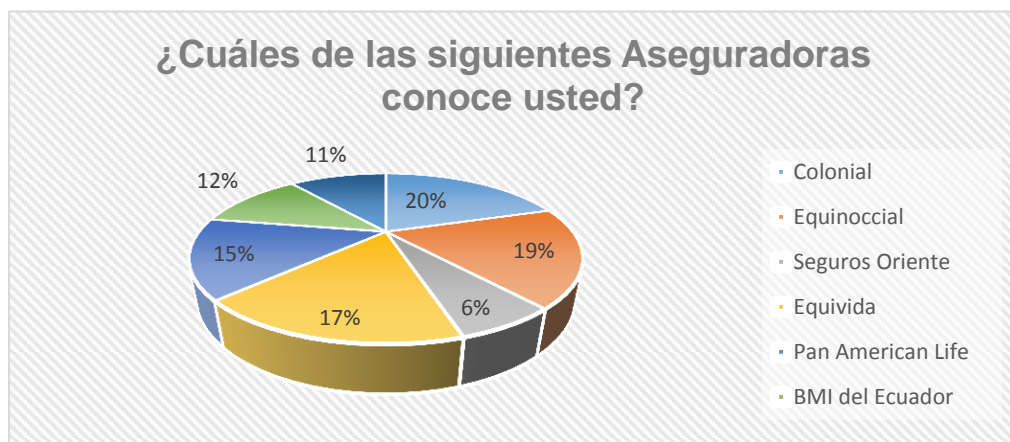


GRÁFICO12 QUÉ ASEGURADORA CONOCE

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 20% de las personas encuestadas conocen a las compañías aseguradoras QBE Colonial, el 19% a Equinoccial, el 17% a Equivida, el 15% a Pan American Life, el 12% a BMI del Ecuador, el 11% Aseguradora del Sur, el 7% a Seguros Oriente.

Atributo:

Las empresas más recordadas por los encuestados son Colonial, Equinoccial, Equivida, Pan American Life y BMI del Ecuador, este posicionamiento es lógico debido a que estas empresas ofertan un amplio portafolio de los seguros patrimoniales y de vida, por lo cual el bróker podría comercializar sus seguros y cubrir más mercado geográficamente hablando.

Pregunta 9: ¿Conoce usted que es una Empresa Asesora Productora de Seguros, bróker?

TABLA 22 ¿CONOCE USTED QUE ES UNA EMPRESA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS, BRÓKER?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	33%
NO	82	67%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

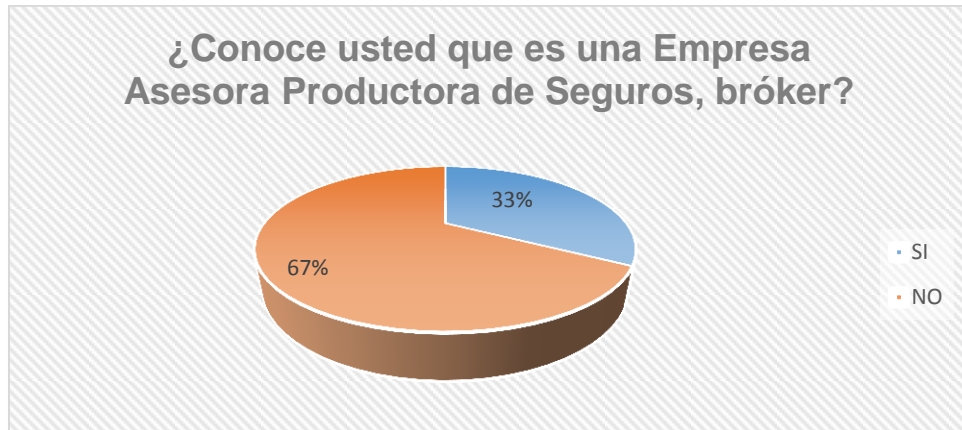


GRÁFICO13 CONOCE A UN BRÓKER

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 67% de las personas encuestadas señalan que no conocen que es una empresa asesora productora de seguro Bróker, el 33% señala que si conoce.

Atributo:

El 33% de personas encuestadas si conocen de un bróker de seguros, aunque la gran mayoría de la población no conoce de este tipo de empresas, es coherente esta información ya que en el país se promocionan más a las compañías de seguros que a los bróker, pero la colocación de seguros en el país es del 45% a través de los brókeres por lo que se debe generar estrategias de promoción efectivas para que se dé a conocer al bróker propuesto.

Pregunta 10: ¿Cuáles de los siguientes seguros usted ha contratado?

TABLA 23: ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES SEGUROS USTED HA CONTRATADO?

Variable	Contratado	No contratado	Total	Porcentaje de seguros contratados
Vida	57	65	122	47%
Accidentes Personales	45	77	122	37%
Salud	40	82	122	33%
Automóvil	37	85	122	30%
Incendio	20	102	122	16%
Robo	18	104	122	15%
Asistencia de viaje	20	102	122	16%
Transporte	16	106	122	13%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

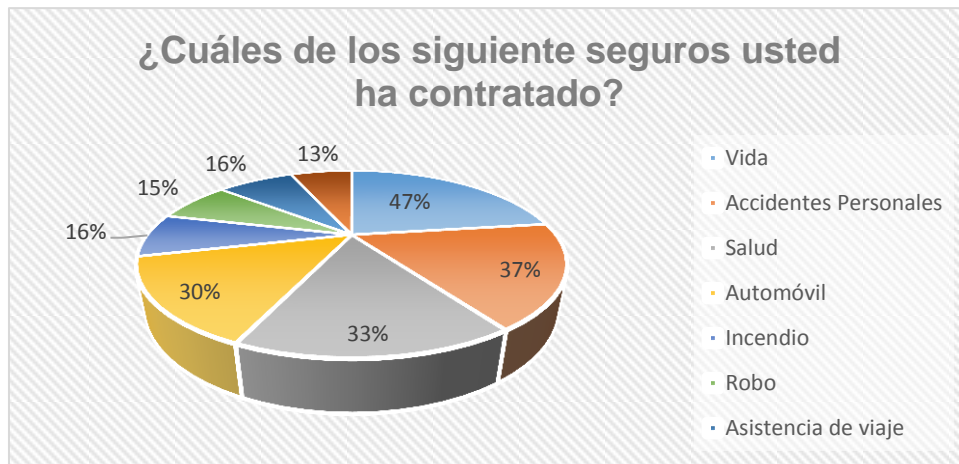


GRÁFICO14 QUÉ TIPOS DE SEGURO HA CONTRATADO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

De las personas encuestadas el 47% ha contratado un seguro de vida, el 37% ha contratado seguro de accidentes personales, 33% seguro de salud, 30% seguro de automóvil, 16% seguro de incendio, 16% seguro de robo, 15% seguro de Asistencia de Viajes, el 13% seguro de Transporte.

Atributo:

Los seguros con mayor porcentaje de contratación son: seguro de vida, accidentes personales, y de automóvil, por lo que el bróker deberá contemplar estos en su portafolio de seguros y concentrarse en los mismos, y los de incendio, robo, asistencia de viaje y transporte serán complementarios a la actividad comercial.

Pregunta 11: Considera usted que tener un seguro es:

TABLA 24 CONSIDERA USTED QUE TENER UN SEGURO ES UN GASTO O UNA INVERSIÓN

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Gasto	87	71%
Inversión	35	29%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

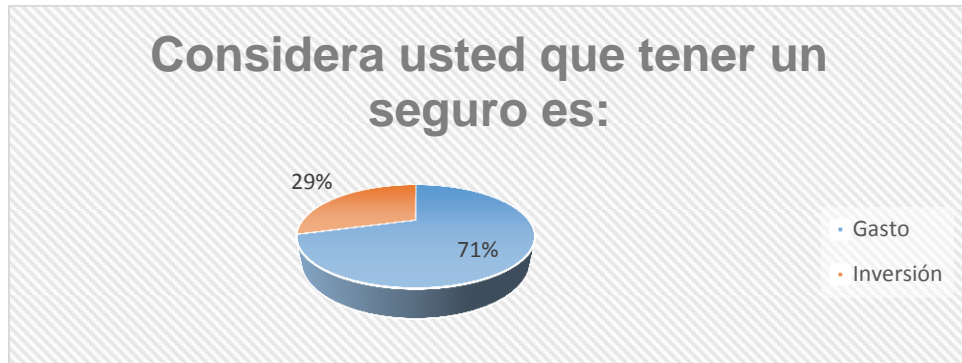


GRÁFICO15 UN SEGURO ES GASTO O INVERSIÓN

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 71% de los encuestados señalan que tener un seguro es un gasto y el 29% que es una inversión.

Atributo:

Los consumidores en el mercado de seguros ven al mismo como un apoyo a su actividad personal o empresarial, ya que les protege de alguna eventualidad en su patrimonio y en vez de perder el 100% del bien o en gastos personales, serán cubiertos por su seguro, considerando al seguro una inversión. El bróker debe enfocar su publicidad a este aspecto.

Por otro lado el mercado considera que es un gasto debido a que no existe una cultura de seguro en el país por lo que hay que trabajar por posicionarlo, demostrando seriedad en las coberturas y pagos de siniestros, la empresa intermediaria o bróker debe trabajar con empresas Aseguradoras posicionadas en el mercado de seguros y que garanticen un servicio eficiente y ágil en la ocurrencia de un evento cubierto bajo el contrato de seguro adquirido.

Pregunta 12: ¿Cuál de los siguientes atributos le haría decidirse por un seguro?

TABLA 25 ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ATRIBUTOS LE HARÍA DECIDIRSE POR UN SEGURO?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Costo	62	51%
Cobertura	29	24%
Asesoría	21	17%
Servicio posventa	10	8%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

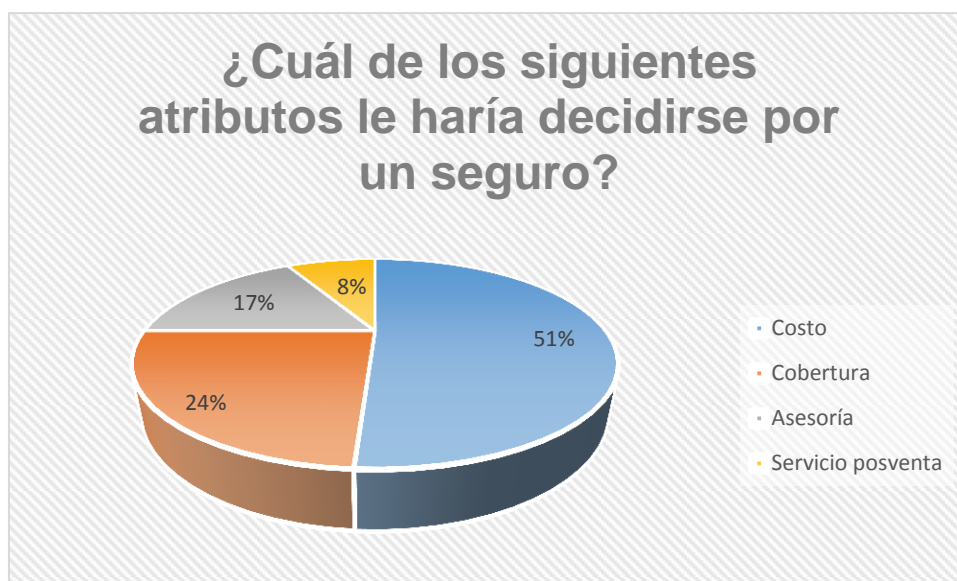


GRÁFICO 16 QUÉ FACTORES LE HARÍAN ELEGIR UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 51% de las personas consideran que el costo del seguro es el atributo que haría elegir uno, el 24% señala la cobertura, el 17% la asesoría obtenida, el 8% servicio posventa que le brinden.

Atributo:

El costo del seguro es un factor importante para contratar uno, por lo que el bróker deberá trabajar en conjunto con la compañía de seguros buscando las mejores opciones en precio y coberturas, esto en la actualidad es posible debido a que existen un número considerable de Aseguradoras lo cual permite ofertar variedad de seguros, costos y coberturas apropiadas a cada segmento de clientes, es importante notar que la asesoría personalizada y el servicio posventa es un factor que ayuda a decidir por un seguro.

Pregunta 13: ¿Qué forma de pago preferiría en el caso de contratar un seguro?

TABLA 26: ¿QUÉ FORMA DE PAGO PREFERIRÍA EN EL CASO DE CONTRATAR UN SEGURO?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

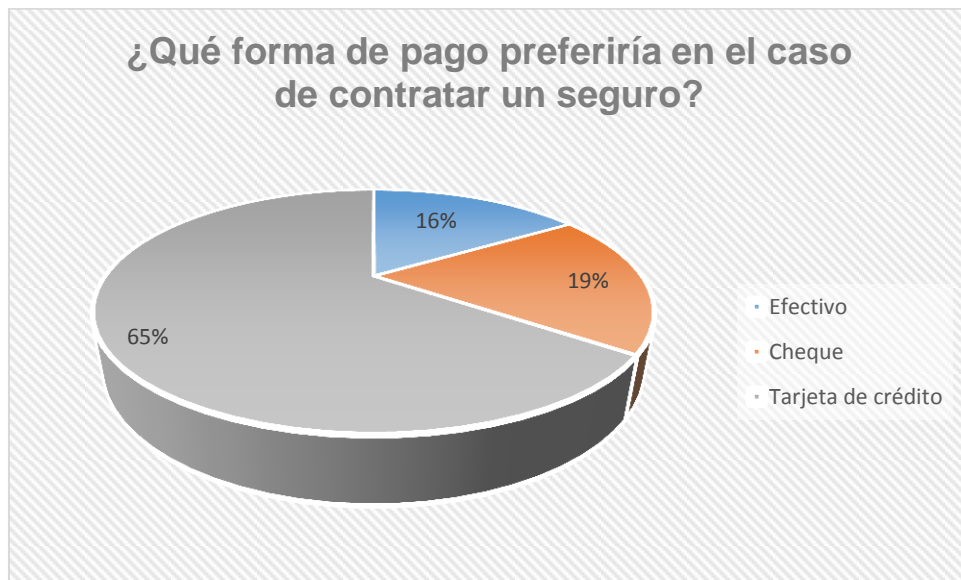


GRÁFICO 17 FORMA DE PAGO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

Al 65% de los encuestados les gustaría pagar su seguro con tarjeta de crédito, el 19% en cheque y el 16% en efectivo.

Atributo:

Es importante señalar que el consumidor prefiere pagar total o parcialmente con tarjeta de crédito sus prima o valor del seguro, por lo que las aseguradoras deben tener convenios con las mejores tarjetas de crédito del país para de esta forma poder cubrir esta necesidad del cliente, las opciones de pago directo sea en efectivo o cheque es una opción de ahorro ya que se evitara la comisión de la tarjeta de crédito.

Pregunta 14: ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuevos productos en seguros?

TABLA 27 ¿POR QUÉ MEDIO LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE NUEVOS PRODUCTOS EN SEGUROS?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	26	21%
Internet	10	8%
Teléfono	18	15%
Asesor	68	56%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

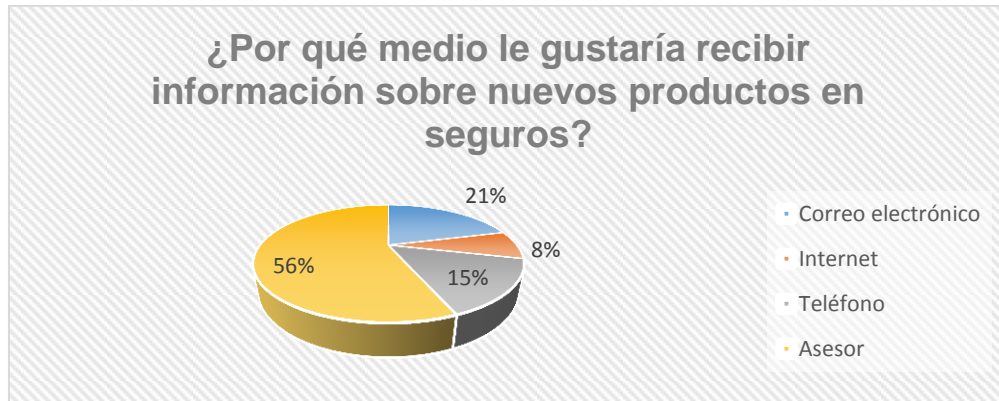


GRÁFICO18 CÓMO QUIERE INFORMARSE DE UN SEGURO

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

Al 56% de los encuestados les gustaría recibir información sobre seguros a través de un asesor, el 21% por correo electrónico, el 15% por teléfono, el 8% por internet página web.

Atributo:

Es importante conocer que los consumidores prefieren conocer de seguros y toda su información a través de un asesor, por lo que las aseguradoras basan su actividad comercial en sus vendedores conocidos como bróker, intermediario o asesor por lo que debe fortalecer esta opción con personal competente y entrenado, es importante incorporar el servicio posventa, lo cual se podrá hacer a través del envío de email y por teléfono y se le mantendrá adecuadamente informado al cliente.

Pregunta 15: ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera más relevantes para contratar un seguro a través de una empresa asesora de seguros?

TABLA 28 ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS CONSIDERA MÁS RELEVANTES PARA CONTRATAR UN SEGURO A TRAVÉS DE UNA EMPRESA ASESORA DE SEGUROS?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Alternativas de seguros	32	26%
Costos razonables	18	15%
Calidez en la atención	13	11%
Conocimiento de seguros	22	18%
Infraestructura adecuada	10	8%
Atención personalizada	27	22%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

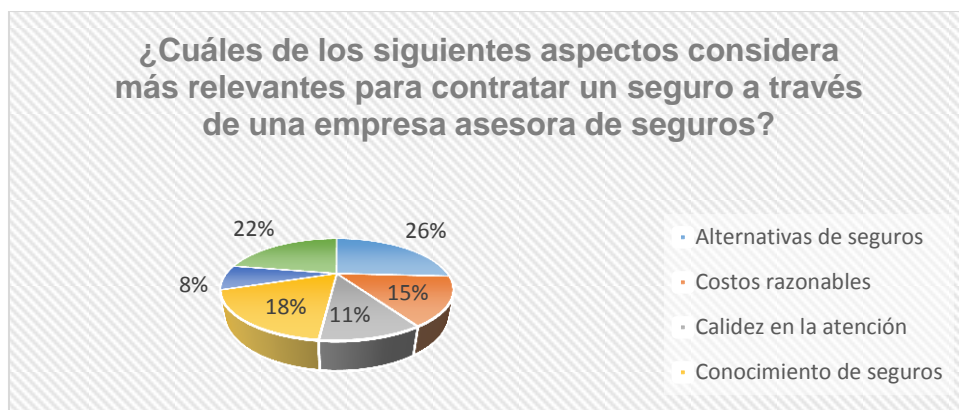


GRÁFICO 19 PORQUÉ CONTRATARÍA UN SEGURO A TRAVÉS DE UN BRÓKER

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 26% de las personas encuestadas indica que para contratar un seguro a través de un bróker debe tener alternativas de seguros, el 22% atención personalizada, el 18% conocimiento de seguros, el 15% costos razonables, el 11% señala calidez en la atención y el 8% debe poseer infraestructura adecuada.

Atributo:

Las alternativas de seguros al momento de la contratación son importantes para el bróker ya que puede orientar al cliente a elegir la mejor opción de acuerdo a sus necesidades, la atención personalizada, el conocimiento y los costos, ayuda al consumidor a generar confianza en su asesor y a tomar una decisión adecuada por lo que los asesores deben ser personas muy entrenadas y capacitadas en los diferentes ramos y productos de seguros a ofrecer al cliente.

Pregunta 16: ¿Si existiera una empresa que le asesore y guie en la contratación de seguros Usted adquirirá uno a través de esta?

TABLA 29 ¿SI EXISTIERA UNA EMPRESA QUE LE ASESORE Y GUIE EN LA CONTRATACIÓN DE SEGUROS USTED ADQUIRIRÁ UNO A TRAVÉS DE ESTA?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	102	84%
NO	20	16%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO20 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis numérico:

El 84% de los encuestados señala que si existiera una empresa que les asesore y guie en la contratación de seguros de manera personalizada adquiriría uno a través de esta, el 16% no lo haría.

Atributo:

A los consumidores les interesa ser orientados antes de elegir un seguro, el asesoramiento e información que logren tener antes de decidir, es importante, dándoles tranquilidad al momento de contratar el seguro y confianza de que tendrán el acompañamiento necesario para cobrar un siniestro, momento en el cual se tangibiliza este servicio, es importante conocer que existe un gran número de consumidores que si les gustaría contratar el seguro a través de un bróker o intermediario, por lo que la empresa será un medio de comercialización y asesoría de seguros al mercado consumidor.

2.1.3 Necesidades que cubre

El seguro cubre las necesidades particulares del cliente, enfocado a darle protección para las personas, así como cubrir los daños eventuales de sus bienes y que se encuentran cubiertas bajo una póliza de seguro aportando de manera financiera al trasladar el riesgo a la compañía aseguradora quien resarcirá sus daños el momento que sea necesario.

Una de las características del contrato de seguro o póliza es que para la misma debe existir interés asegurable, esto es que el Asegurado sea el dueño o propietario del bien asegurado.

Los bienes y las personas se encuentran expuestos a riesgos los cuales podrían ser en un determinado momento causa de un desbalance financiero y que puede ser resarcido con la contratación de una póliza de seguro.

Es una razón más para las personas y empresas cuenten con un Seguro y poder resarcir en algo su pérdida en caso de una eventualidad. Es también importante no sea considerado como un gasto el pago del Seguro ya que al cubrir imprevistos estos pueden suceder en el momento menos esperado, el Seguro le apoyará a minimizar su pérdida.

El seguro no es lucro por lo que el asegurado debe estar consciente que el seguro resarcirá su pérdida bajo las condiciones contratadas en su póliza de seguro que puede ser de sus bienes o personas a cambio del pago de un valor denominado como prima que puede ser anual o mensual a la compañía aseguradora contratada.

De esta forma el bróker le asesora al cliente a contratar el seguro que cubra su necesidad de prevención y protección de su vida y patrimonio asegurando ante cualquier evento contratado a través de la póliza de seguros.

Las empresas de intermediación y asesores de seguros tienen como objetivo difundir a las personas o empresas los diferentes productos que el mercado ofrece como alternativas de seguros, esto a efectos de que tenga la posibilidad de escoger la opción que cubra sus necesidades tanto de coberturas como de costos, considerando a las mejores empresas de seguros del mercado, quienes al momento de una eventualidad que se encuentre cubierta, realizará el pago correspondiente, sin ningún problema de por medio.

Las necesidades del cliente se verán protegidas y adicionalmente podrán obtener una reposición monetaria.

2.2. Definición del Producto

2.2.1 Especificación del servicio

El bróker deberá generar los acuerdos comerciales con las principales aseguradoras para poder ser su intermediario, firmando un Contrato de Agenciamiento entre las partes, y comercializar las diferentes líneas de seguros entre las cuales tenemos las siguientes:

- **Vida individual:** que cubre la muerte por cualquier causa según se estipule en la póliza, el monto a cubrir será el contratado y excluye suicido.
- **Accidentes Personales:** que cubre asistencia médica, discapacidad, muerte por accidente, el monto cubierto será el contratado.

- **Enfermedad:** que cubre los gastos médicos, gastos hospitalarios, tratamientos médicos y en ocasiones especiales cobertura dental.
- **Automóviles:** que cubre responsabilidad civil, robo total, robo parcial, incendio, accidentes personales de los ocupantes, wincha.
- **Incendio:** que cubre Incendio y /o rayo, lluvia e inundación, catástrofes naturales, lucro cesante, vidrios entre otras.
- **Robo y/o asalto:** robo y asalto a artículos declarados como muebles, enseres, dinero, joyas ente otros.
- **Asistencia de Viaje:** que cubre la pérdida de equipaje, enfermedad del pasajero, asistencia legal, es un beneficio que otorgan la mayoría de tarjetas de crédito o agencias de viaje.
- **Transporte:** cubre los daños a la carga o mercadería durante el viaje, ocasionados por robo total, robo parcial, mojadura, por encallamiento de la embarcación, por choque del vehículo que moviliza.

Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona

Entre los aspectos innovadores del servicio del bróker para comercializar los seguros están los siguientes:

- Se proporcionara a los clientes Asesoramiento Legal especializado en Seguros para su conocimiento en caso de un eventual siniestro.
- Se implementará un CRM (Customer Relation ship Management) para poder obtener información que permita la fidelización del cliente a largo plazo, utilizando un software desarrollado especialmente para los clientes nuevos y de renovaciones.

- Se gestionará con las empresas de seguros para que el bróker tenga la opción de poder imprimir la póliza de forma directa para la entrega inmediata al cliente, a través de la Web, con el uso de una clave.
- Se generara acuerdos con las Aseguradoras para poder liquidar las comisiones vía Web y que su pago sea directo a la cuenta del intermediario, vía transferencia, esto evitara tener que movilizarse a la Aseguradora y emplear el tiempo en atender más clientes.

2.2.3 Presentación del Producto

En el caso del bróker la presentación del producto no aplica de forma física ya sea de volumen o peso, por el contrario es como se le hace llegar al cliente la información que requiere del producto, para lo cual se diseñara los siguientes mecanismos:

- Brochures ilustrativos de cada seguro
- Carpetas ilustrativas de cada seguro
- Speech de Ventas por cada seguro, vía telefónica
- Página web ilustrativa de cada seguro y Aseguradora
- Formato de póliza y condiciones generales de cada seguro

2.2.4 Precio del producto o Servicio

El precio/prima de los seguros en Quito no varía significativamente de una Aseguradora a otra, pero si varía dependiendo del monto asegurado que tenga el seguro para los bienes muebles o inmuebles, así como de los planes de salud o de vida que escoja el cliente.

En el mercado de los seguros los precios están ligados a factores importantes que se detallarían de la siguiente manera:

- El tipo de riesgo.
- Las coberturas solicitadas.
- La competencia.
- Tipo de construcción en el caso de incendio.
- Giro del negocio
- Experiencia siniestral, entre otros.

Los factores antes citados determinaran el precio de los diferentes seguros que se quieran ofrecer a nuestros clientes potenciales.

Según la Intendencia de Seguros del Ecuador. (2015) el valor de la prima de un seguro está dado por el monto que el cliente decida asegurar un bien o su vida, siempre y cuando sea verificable y la Compañía de seguros este de acuerdo.

Los valores a cobrar por las aseguradoras se los calculan sobre el monto asegurado aplicando una tasa o prima fija en moneda, dependiendo del tipo de seguro y/o plan elegido, se puede apreciar los montos mínimos y máximos que se aplican en el mercado actual.

TABLA 30 PRECIO REFERENCIAL POR TIPO DE SEGUROS PARA EL AÑO 2015

TIPO DE SEGURO	VALOR / TASA MÍNIMA	VALOR / TASA MÁXIMA
Vida	25 USD por persona	220 USD por persona
Accidentes	1,20 por mil anual	1,60 por mil anual
Enfermedad	1,80 por mil mensual	2 por mil mensual
Automóviles	Livianos 2,7% anual	Livianos 3,5% anual
	Pesados 4,5% anual	Pesados 5,5% anual
Incendio	1,20 por mil anual	3,50 por mil anual
Robo	0,80% anual	1,5% anual
Asistencia de Viaje	25 USD por viaje	45 por el viaje
Transporte	0,25% por la duración del viaje	0,45% por la duración del viaje

Fuente: Intendencia de Seguros del Ecuador 2015

Elaborado por: La Autora

Es importante entender que del bróker o intermediario de seguros, la base de su negocio es comisionar por cada seguro colocado; por lo que su negocio es colocar la mayor cantidad de pólizas de seguros en el mercado ya que de ello dependerá su rentabilidad.

2.2.5 Promoción y publicidad que se realizara (Canales de Comunicación)

La promoción y publicidad en las ventas tienen la finalidad de incrementar las ventas de un negocio, el resultado a obtener dependerá de cómo se lo haga, a quién se lo dirige y como se la ejecute. El bróker de seguros se comunicara directamente con sus potenciales clientes para darles a conocer sus promociones. La finalidad de la promoción es principalmente lograr influir al público para generar una compra.

Para el caso de los seguros en su promoción y publicidad es importante determinar que el bróker actúa como intermediario en la colocación del mismo, entre el cliente y la aseguradora, por lo que depende mucho de qué tipo de promociones tenga la compañía aseguradora para el mercado para que el bróker pueda trasmitirla al cliente de forma inmediata y efectiva.

La publicidad del bróker está basada en los seguros y productos de las aseguradoras que le permitirán generar su propia estrategia hacia el mercado.

Las promociones más frecuentes que se generan a través del bróker dependen de los convenios previos que se hayan realizado con las compañías de seguros y son:

- Descuentos por el pago de contado de cada seguro.
- Oferta cruzada, por la compra de un seguro determinado se le incluye un seguro adicional de diversa cobertura.
- Cobertura de ciertas preexistencias en el caso de seguros de salud
- Descuento en seguros de enfermedad para grupos corporativos

Descuento en seguros a grupos corporativos de automóviles

- Promociones por cumpleaños de la persona que ya ha contratado un seguro
- Formas de pagos varios como: tarjeta de crédito, efectivo, transferencia, letras de pago, mensualidades.

En lo referente a la publicidad del bróker se han considerado los posible gastos anuales que van a ser necesarios para que se vaya difundiendo la existencia del bróker como una empresa de servicios relacionados con los diferentes seguros que ofrece el mercado asegurador, entre lo cual se detalla en la siguiente tabla.

TABLA 31 PRECIO REFERENCIAL DE PROMOCIONES PARA EL 2016

PROMOCIONES	
ACTIVIDAD	PRECIO
Generación de la base de datos de clientes con todas sus coordenadas y compra de seguros. Esto permitirá hacer un seguimiento permanente al mismo, para informarle de su condición de asegurado, llevar estadísticas de consumos y demás información que sirva para apoyar al cliente	500
Envío periódico de información de seguros que le puedan servir al cliente dentro de sus intereses a través del email.	100
Visita permanente de los vendedores a los clientes para entrega de información y promociones de las compañías aseguradoras	300
Diseño de la página web de la empresa en donde se integre opciones de consulta, publicidad, chat interactivo, consultas y respuestas.	1.000
Entrega de material PoP del bróker como esferos, agendas, sticker entre otros.	150
Incorporar actividades de telemarketing a los clientes, informando de las promociones y variantes de los seguros a los clientes	300
Total	2.350

Fuente: Investigación directa

Autora: La Autora

2.2.6 Sistema de distribución a utilizar (Canales de distribución)

La actividad comercial del bróker o asesor de seguros, en referencia a las compañías aseguradoras es la de ser un intermediario – comisionista, por lo cual la empresa es parte del canal de distribución del generador del seguro, comisionando por la colocación de uno o varios seguros.

El bróker en su parte propia utilizará el canal directo de distribución hacia el cliente final a través de sus vendedores y medios de venta físicos o electrónicos.

2.2.7 Seguimiento de Clientes

En la etapa de introducción de la empresa asesora de seguros se prevé realizar una evaluación al cliente sobre el servicio recibido y se ha cerrado la contratación de un seguro, es decir por cada orden de compra. Se aplicará aleatoriamente una encuesta para determinar el estado del bróker.

En la etapa de crecimiento, se hará un seguimiento a los clientes a través de encuestas de satisfacción sobre aspectos de calidad del servicio, motivaciones, puntos de conflicto, mejoras entre otros.

Como servicio posventa, se utilizará la base de datos donde se registra la actividad comercial del cliente y a través del correo electrónico se enviará información publicitaria y promocional.

Se utilizarán la página web y las redes sociales donde se informará al público/clientes del producto, actividades, o innovaciones sobre el seguro, con un buzón de sugerencias que nos servirá para la evaluación del servicio en las oficinas.

Con esta información se puede proceder con la actividad de posventa, interactuando con el cliente a través del teléfono, vía electrónica o personalmente buscando opciones de nuevas ventas y evaluación por el servicio.

A los ejecutivos comerciales/vendedores se les asignará un determinado número de clientes para que de esta forma sean los oficiales de cliente, de esta forma habrá una relación más personalizada entre el cliente y el bróker o asesor de seguros.

2.2.8 Especificar mercados alternativos

Se puede considerar como mercados alternativos para el bróker de seguros las zonas rurales del Distrito Metropolitano de Quito que puede suplir las ventas requeridas en este proyecto.

También se puede alternar con otro tipo de seguro que el bróker podría comercializar a sus clientes ya que las compañías de seguros tienen variedad de opciones y que al bróker o intermediario le generarán una comisión.

2.3 Definición de la competencia:

Procederemos a definir qué Empresas Asesoras de Seguros que existen ya en el mercado van a ser nuestro referente para alcanzar la posición deseada tanto en negocios obtenidos como comisiones ganadas, lo cual nos aportará para medir el desarrollo que se desea obtener en este Bróker de Seguros.

2.3.1 Descripción de la competencia

En la actualidad existen 298 Agencias Asesoras Productoras de seguros en el país dentro de los cuales Tecniseguros es el líder en el segmento de agencias asesoras productoras de seguros con una producción de \$129,353,803.38 millones \$129,353,803.38 millones de dólares en el año 2015. (Bancos, 2016)

Las comisiones ganadas en el año 2015 por 21'248,712.14 de lo cual el 16% es es participación de Tecniseguros; seguidos por Ecuaprimas Cía. Ltda., con el 7% 7% de participación, Nova Ecuador S.A. con un porcentaje de participación del 4%, estos son los tres primeros líderes en cuanto se refiere a agencias asesoras productoras de seguros o bróker en el Ecuador.(Bancos, 2016)

La participación de cada uno de los brókeres más relevantes del mercado en cuanto a comisiones se refiere; en la página de la Superintendencia de Seguros no se tiene una información sobre el nivel de producción en primas de cada uno de estos participantes del mercado, es por esto que solo detallamos el nivel de producción en cuanto a comisiones.

TABLA 32 COMISIONES GENERADAS POR BRÓKER AÑO 2015

RANKING	NOMBRE BRÓKER	COMISIONES GENERADAS	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	Tecniseguros S.A.	21,248,712.14	16%
2	Ecuaprimas Cía. Ltda.	9,256,319.09	7%
3	Nova Ecuador S.A.	5,263,987.15	4%
4	Asertec S.A.	5,125,789.30	4%
5	Álamo S.A.	4,125,869.23	3%
6	Colcordes Sociedad Anónima	4,036,987.25	3%
7	Acosaastro S.A.	3,124,896.35	2%
8	Z.H.M. Zuloaga, Hidalgo &Maquilon S.A.	3,015,787.25	2%
9	Clave Seguros C.A.	3,015,873.25	2%
10	RaulCoka Barriga Cía. Ltda.	2,873,687.25	2%
11	Otros	68,265,895.12	53%
Total General		129,353,803.38	100%

Fuente: Superintendencia de Seguros del Ecuador 2015

Elaborado por: La Autora

Se puede apreciar que los líderes de mercado en referencia a bróker son Tecniseguros S.A., Ecuaprimas Cía. Ltda., Nova Ecuador S.A., Asertec S.A., que juntos cubren el 31% del mercado.

Para la descripción de la competencia se tomará en cuenta las Empresas Asesoras de Seguros que reporten comisiones sobre los 500.000 dólares anuales ya que es en ese nivel en el que se proyecta estar en el primer año de funcionamiento

TABLA 33 DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA POR INGRESOS ESTIMADOS ANUALES

No.	Razón Social	Código Entidad	Credencial	Valor US\$	%Porcentaje del mercado
29	ATLANTICO S.A.	1780	697	546.129.75	.53
30	METROSEGUROS C.A.	1752	569	544.290.63	.53
31	SEGURANZA CIA. LTDA.	1656	38	528.086.69	.51
32	PREVENIR CIA. LTDA.	1787	748	516.368.93	.5

Fuente: Superintendencia de Seguros del Ecuador 2015

Elaborado por: La Autora

A continuación se procede a dar una breve descripción de lo que vende, como como lo hace y a qué precio la Competencia a la cual se la tomará como referente

referente para el desarrollo y crecimiento de la Empresa Asesora de Seguros BELTRAN –ROJAS.

TABLA 34 DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA

ASPECTOS	ATLÁNTICO S.A
¿A quién le vende?	Personas naturales, empresas, sector público
¿Qué es lo que vende?	Fianzas, Vida, Accidentes, Enfermedad, Automóviles, Incendio, Robo, Asistencia de Viaje, Transporte.
¿A qué precio?	Fianzas entre 2% al 5%, Vida promedio 50 por persona, Accidentes 1,30 por mil, Enfermedad 2 por mil mensual, Automóviles 3,5% anual, Incendio 3,40 por mil anual, Robo 1,40% anual, Asistencia de Viaje 35 USD por viaje, Transporte 0,40% por la duración del viaje.
¿Cómo se comunica con sus clientes?	Telemarketing, servicio postventa directa cuando ya son clientes, vendedores-asesores, email, página web.
¿Cómo llega a sus clientes	Vendedores, redes sociales, visitas de asesores
ASPECTOS	METROSEGUROS C.A.
¿A quién le vende?	Personas naturales, empresas, sector público
¿Qué es lo que vende?	Fianzas, Vida, Accidentes, Enfermedad, Automóviles, Incendio, Robo, Asistencia de Viaje, Transporte.

¿A qué precio?	Fianzas entre 1% al 5%, Vida promedio 65 por persona, Accidentes 1,20 por mil, Enfermedad 2 por mil mensual, Automóviles 3,2% anual, Incendio 3,40 por mil anual, Robo 1,40% anual, Asistencia de Viaje 35 USD por viaje, Transporte 0,40% por la duración del viaje.
¿Cómo se comunica con sus clientes?	Vendedores-asesores, email, pagina web.
¿Cómo llega a sus clientes	Vendedores, redes sociales
ASPECTOS	SEGURANZA CIA. LTDA.
¿A quién le vende?	Personas naturales, empresas, sector público
¿Qué es lo que vende?	Vida, Accidentes, Enfermedad, Automóviles, Incendio, Robo, Asistencia de Viaje, Transporte, seguros de comercio exterior
¿A qué precio?	Fianzas entre 2% al 5%, Vida promedio 50 por persona, Accidentes 1,30 por mil, Enfermedad 2 por mil mensual, Automóviles 3,5% anual, Incendio 3,40 por mil anual, Robo 1,40% anual, Asistencia de Viaje 35 USD por viaje, Transporte 0,40% por la duración del viaje.
¿Cómo se comunica con sus clientes?	Telemarketing, vendedores-asesores, email, pagina web.
¿Cómo llega a sus clientes	Vendedores, redes sociales, visitas de asesores

ASPECTOS	PREVENIR CIA. LTDA.
¿A quién le vende?	Personas naturales, empresas, sector público
¿Qué es lo que vende?	Fianzas, Vida, Accidentes, Enfermedad, Automóviles, Incendio, Robo, Asistencia de Viaje, Transporte, fletes marinos.
¿A qué precio?	Fianzas entre 2% al 5%, Vida promedio 50 por persona, Accidentes 1,30 por mil, Enfermedad 2 por mil mensual, Automóviles 3,5% anual, Incendio 3,40 por mil anual, Robo 1,40% anual, Asistencia de Viaje 35 USD por viaje, Transporte 0,40% por la duración del viaje.
¿Cómo se comunica con sus clientes?	Vendedores-asesores, email, pagina web.
¿Cómo llega a sus clientes	Visitas de asesores

Fuente: Investigación directa

Autora: La Autora

2.3.2 Definir puntos fuertes y débiles de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio

TABLA 35 PUNTOS FUERTES Y DÉBILES DEL PROYECTO Y LA COMPETENCIA

DESCRIPCIÓN	PROYECTO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Tecnología	Redes sociales	No se cuenta con página web o apps para celulares y tablets
Materias Prima	Diseño estructurado del servicio	Se depende de forma directa de las empresas aseguradoras
Estrategia Comercial	Servicio personalizado para los clientes	Poco personal para realizar el servicio
Recursos humanos	Personal capacitado y con experiencia en seguros	Poco personal que forma parte de la empresa
Infraestructura	Oficinas propias	Se debe implementar un área de atención a clientes
Experiencia	10 años de experiencia en el mercado asegurador	_
DESCRIPCIÓN	Competencia	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Tecnología	Redes sociales, página web y aplicativos móviles	Costo de los servicios web
Materias Prima	Estrategias de colocación de seguros, alianzas con empresas aseguradoras	Se depende de forma directa de las empresas aseguradoras
Estrategia Comercial	Servicio personalizado para los clientes de forma personal y a través de redes sociales y medios web	Competencia directa con brokers de mayor participación en el mercado
Recursos humanos	Personal capacitado y con experiencia en seguros	Rotación de personal
Infraestructura	Oficinas propias y sucursales	Costo de arriendo de sucursales
Experiencia	Más de 10 años de experiencia en el mercado	_

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

2.4 COSTOS DEL PRODUCTO/SERVICIO, POR PERIODOS

2.4.1 Determinación de costos variables

Este tipo de empresas conocidas como Intermediarios y Asesoras de Seguros o bróker de Seguros tienen ingresos en función de comisiones que ganan por colocar un seguro efectivo y que es pagada por la Aseguradora con la cual se negocia la colocación del Seguro elegido, por lo que su estructura de costos no es muy amplia, basándose en el personal que interactúa con el cliente, la infraestructura y el uso de cierta tecnología para ser su trabajo diario, por lo que a continuación se procede a detallar sus costos fijos y variables que serán los necesarios para su funcionamiento.

Los costos variables son:

COSTOS VARIABLES
Comisiones Vendedores
Movilización Vendedores
Publicidad y propaganda
Movilización Mensajero
Insumos

2.4.2 Determinación de Costos Fijos

Los costos fijos de la empresa se establecerán en los siguientes rubros:

COSTOS FIJOS
Tarjetas de presentación
Material instructivo para capacitación
Sueldos personal administrativo
Arriendo oficina
Luz eléctrica
Agua potable
Teléfono
Internet
Suministros de oficina
Suministros de limpieza oficina, cafetería
Gastos de instalación
Gastos de constitución
Depreciaciones
Intereses pagados por préstamos

Los valores se determinarán en el capítulo 6 del proyecto, Área Financiera.

2.4.3 Determinación de costos total del producto o servicio

El Asesor productor de Seguros o Bróker se encarga de la colocación de seguros a través de la intermediación que hace entre el cliente final y la empresa aseguradora recibiendo por esta actividad una comisión que dependerá del ramo de la póliza, del valor total de las primas y de los incentivos que cada Aseguradora maneje como estrategia de mercado.

La comisión variará según la aseguradora y esto determinará los ingresos del bróker como empresa.

El costo total = Costos fijos + Costos variables, de la operación del bróker se resumen en:

Costos fijos: $\left\{ \begin{array}{l} \text{Gastos de operación} \\ \text{Gastos Administrativos} \end{array} \right\}$

Costos Variables: $\left\{ \begin{array}{l} \text{Gastos de venta} \\ \text{Gastos de Marketing} \\ \text{Financieros} \end{array} \right\}$

Al ser los brókeres, sólo intermediarios en la venta de seguros, no establecen el precio de los productos/pólizas de seguros, éstos son establecidos por la empresa de seguros las cuales también establecen los porcentajes de comisión a pagar.

Tanto el Asesor o bróker de seguros como la Compañía de Seguros, estaban regulados por la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la actualidad el ente regulador es la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Las Aseguradoras atraen a los Asesores o Bróker de Seguros creando campañas de venta en las que se premia a los Asesores, incentivando la venta de sus productos y otorgando premios adicionales a las comisiones como un reconocimiento a su aporte de generación de más seguros.

A continuación se establece una tabla comparativa en los valores de la Prima que cobran por tipo de seguro los cuatro brókeres que constituyen la competencia directa:

TABLA 36 VALORES COMPARATIVOS DE PRIMA SEGÚN TIPO DE SEGURO

EMPRESA	PRIMA/VALOR POR RAMO
Atlántico S.A	<ul style="list-style-type: none"> - Vida promedio 50 USD por persona - Accidentes 1,30 por mil - Enfermedad 2 por mil mensual - Automóviles 3,5% anual - Incendio 3,40 por mil anual - Robo 1,40% anual, - Asistencia de Viaje 35 USD por viaje - Transporte 0,40% por la duración del viaje.
EMPRESA	PRIMA/VALOR POR RAMO
Metroseguros C.A.	<ul style="list-style-type: none"> - Vida promedio 65 USD por persona - Accidentes 1,20 por mil - Enfermedad 2 por mil mensual - Automóviles 3,2% anual - Incendio 3,40 por mil anual - Robo 1,40% anual - Asistencia de Viaje 35 USD por viaje - Transporte 0,40% por la duración del viaje.

EMPRESA	PRIMA/VALOR POR RAMO
Seguranza Cía. Ltda.	<ul style="list-style-type: none"> - Vida promedio 50 USD por persona - Accidentes 1,30 por mil - Enfermedad 2 por mil mensual - Automóviles 3,5% anual - Incendio 3,40 por mil anual - Robo 1,40% anual - Asistencia de Viaje 35 USD por viaje - Transporte 0,40% por la duración del viaje.
EMPRESA	PRIMA/VALOR POR RAMO
Prevenir Cia. Ltda.	<ul style="list-style-type: none"> - Vida promedio 50 USD por persona - Accidentes 1,30 por mil, - Enfermedad 2 por mil mensual - Automóviles 3,5% anual - Incendio 3,40 por mil anual - Robo 1,40% anual - Asistencia de Viaje 35 USD por viaje - Transporte 0,40% por la duración del viaje.

Fuente: ANACSE 2015

Elaborado por: La Autora

De la tabla se pueden apreciar que los precios de los seguros cuyo cálculo se base en porcentajes o primas mínimas no varían considerablemente, todo depende de la Compañía de Seguros con la que el bróker negocie el seguro a contratar para un determinado cliente.

Sin embargo, existen Aseguradoras que por el volumen de ventas que genera el Asesor o Bróker de Seguros le dan un porcentaje preferencial de comisión, o un bono por cumplimiento, obteniendo la fidelidad de ese Intermediario o Bróker para con la Aseguradora.

CAPITULO III

AREA DE OPERACIONES

3.1. Descripción del proceso

3.1.1 Descripción del proceso Operativo

Los Asesores productores o bróker realizan la colocación de seguros a sus clientes a través de la intermediación entre los usuarios y las empresas aseguradoras, en esta intermediación podemos identificar dos momentos significativos en el servicio que prestan y estos son: La contratación del servicio del seguro y la indemnización en el caso de producirse un siniestro.

La contratación del servicio de seguro: Esta etapa inicia con el requerimiento del cliente que desea adquirir una póliza de seguro (Ver Anexo 2) en la que el bróker se pone en contacto con él y le da a conocer las diversas opciones de seguros de las Aseguradoras con las que trabaja, realiza las cotizaciones respectivas, gestiona la póliza y concluye gestionando el pago de primas a la Aseguradora para luego cobrar la comisión a la Aseguradora por la colocación de dicha póliza de seguro.

La Indemnización: Se inicia con la notificación por parte del cliente al bróker de haber sufrido un siniestro este le asesora sobre la documentación que debe llenar y presentar para solicitar la cobertura, da seguimiento al trámite, gestiona la liquidación del siniestro y la firma del acta de finiquito.

Adicional a estos procesos el bróker también realiza visitas periódicas a sus clientes para conocer su nivel de satisfacción con el servicio y poder solventar futuros requerimientos.

Los procesos internos se encuentran conformados como sigue:

Proceso de Dirección que abarca Planeación estratégica, Control operativo de Ventas y Financiero.

Luego tenemos el proceso de Prestación de Servicios que inicia con la solicitud del cliente, la cotización del seguro solicitado, orden de emisión de póliza, entrega de póliza y pago de póliza.

Luego tenemos los procesos de apoyo que son Gestión de Talento Humano, Coordinación Administrativa y de Marketing, Coordinación de Siniestros.

Finalmente tenemos Evaluación y Control donde se mide la calidad del Servicio ofrecido.



GRÁFICO 21 MAPA DE PROCESOS

El flujograma operativo de la intermediación y asesoría de seguros será como sigue:

Emisión de oferta, aceptación, entrega de póliza, pago del seguro y cobro de la comisión.

- El cliente solicita el servicio
- El cliente desea contratar un seguro
- Se presenta una oferta del seguro requerido
- El cliente acepta la oferta
- El cliente paga la prima del seguro
- El Asesor paga a la Aseguradora
- Entrega de póliza al cliente

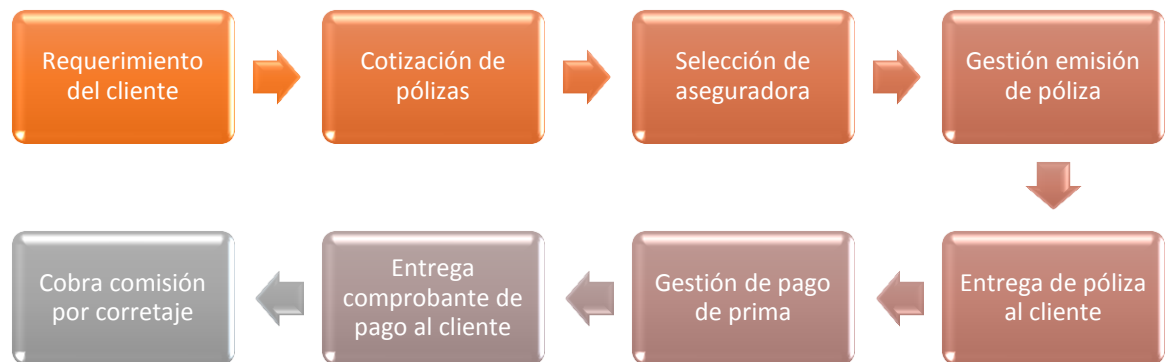


GRÁFICO22 DIAGRAMA DEL PROCESO CONTRATACIÓN DE SEGUROS

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

En caso de un siniestro:

- El cliente notifica el siniestro
- El Asesor notifica a la Aseguradora
- El Asesor solicita documentación de respaldo
- El cliente entrega lo requerido
- El Asesor envía toda la documentación a la Aseguradora
- El Asesor recibe el cheque por el pago del siniestro
- El Asesor entrega el pago al cliente.

-

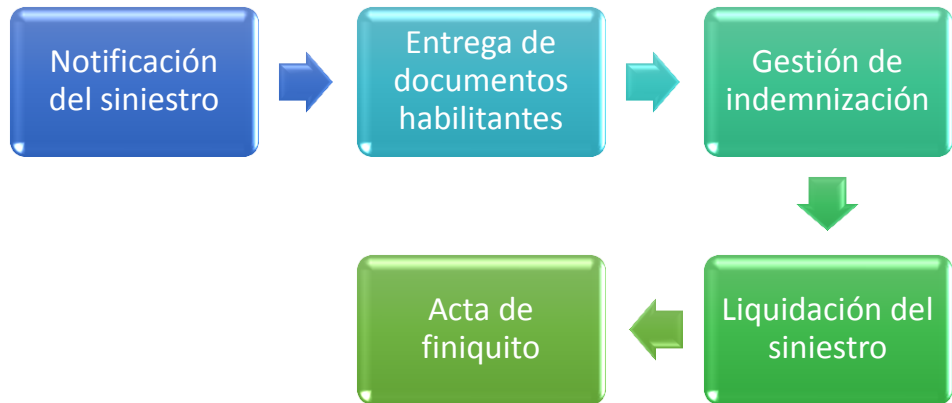


GRÁFICO23 DIAGRAMA DEL PROCESO INDEMNIZACIÓN SINIESTRO

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

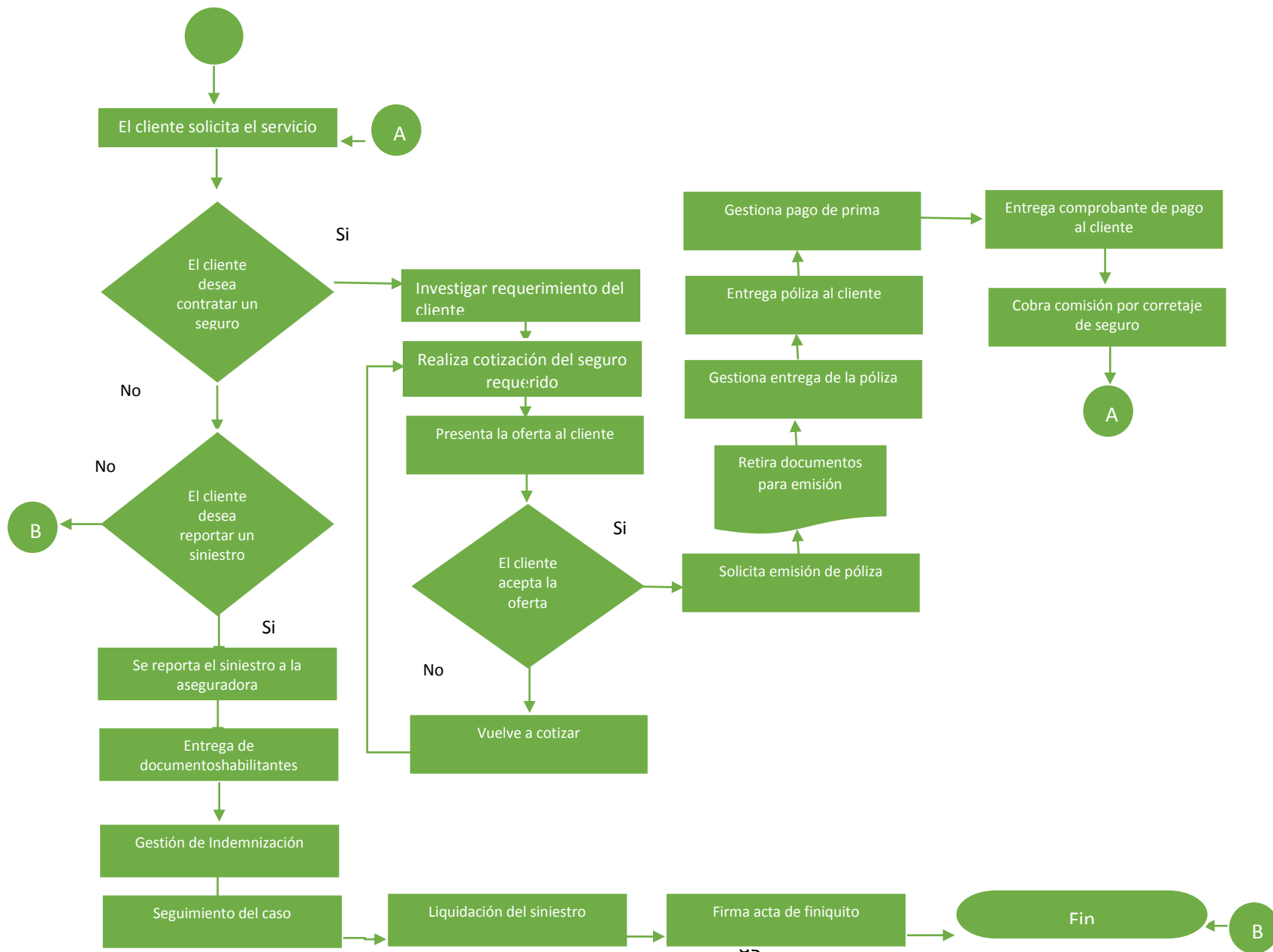


GRÁFICO24 FLUJOGRAMA OPERATIVO DEL PROCESO COLOCACIÓN DE SEGUROS

Instalaciones

Las instalaciones del bróker de seguros se establecen como oficinas de tipo administrativas en las cuales se pueden identificar las diversas dependencias que brindan el servicio al cliente desde el acercamiento hasta la emisión de la póliza así como el área de soporte en el caso de un siniestro.

Descripción de Instalaciones

Gerencia

El área de Gerencia es la que estará ocupada por la máxima autoridad de la organización, el cual está encargado de la representación legal y la administración de la empresa.

Coordinación Administrativa – Financiera

El área de Coordinación Administrativa – Financiera estará ocupada por el coordinador respectivo del área el cual ejecutará las actividades administrativas y financieras del negocio.

Coordinación Ventas y Marketing

El área de ventas estará dirigida por su coordinador y será el área encargada de la comercialización de las pólizas de seguros y del posicionamiento de la marca de la empresa en la mente de los clientes.

Coordinación de Siniestros

El área de Siniestros estará liderada por el Coordinador quien brindará y asesorará a los clientes durante todo el proceso de la liquidación del siniestro.

Pool de vendedores

Estará conformado por 2 estaciones de atención directa a los clientes y una dedicada a la emisión de pólizas.

Secretaría – Cobranzas

Estará ocupada por la secretaria quien realizará también funciones de cobranzas, ella será la encargada de direccionar a los clientes a las diversas áreas para que puedan recibir el servicio que satisfaga las necesidades del cliente.

Ver gráfico No. 25

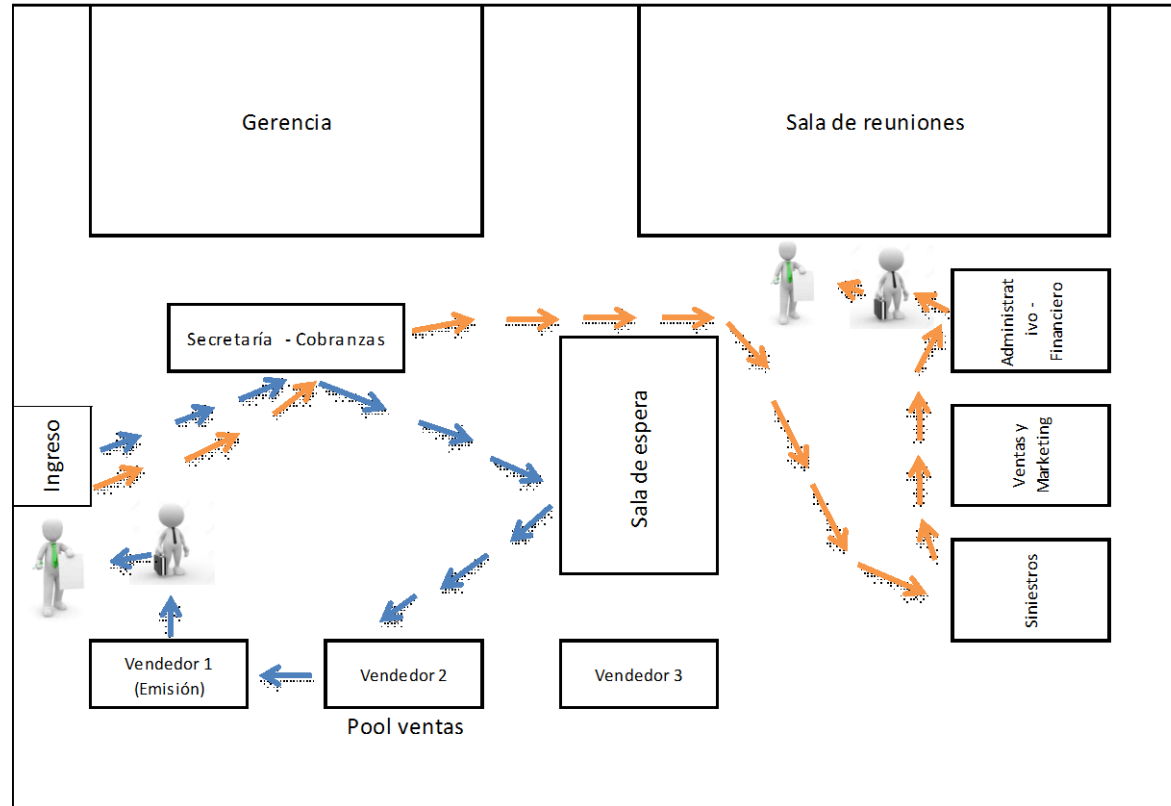


GRÁFICO25 PLANO DESCRIPCIÓN DE OFICINA BRÓKER

Elaborado por: La Autora

Equipos

Los brókeres de seguros para realizar sus funciones de intermediación requieren equipos que les permita trabajar en la oficina y tener conexión directa con las diferentes páginas y aplicativos de las aseguradoras con las que hayan firmado contratos.

Los equipos a utilizar serán computadores, impresoras, escritorios, sillas, mesa mesa de reuniones, teléfonos, tablets, celulares, mobiliario, entre otros.



GRÁFICO26 COMPUTADOR DE ESCRITORIO

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO27 TABLET

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO28 CELULAR

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO29 IMPRESORA MULTIFUNCIÓN

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO30 TELÉFONO

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO31 PÁGINA WEB

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Mobiliario



GRÁFICO32 ESCRITORIO

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO33 SILLA GIRATORIA

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO34 SILLA DE VISITA

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



GRÁFICO35 SILLA DE ESPERA

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El bróker ofrece al asegurado un servicio intangible el cual genera como único respaldo de la relación comercial un documento denominado póliza de seguro que es generado por la Compañía Aseguradora con la cual se haya tomado el Seguro.

Póliza de Seguro

(org, 2016) “Es un contrato bilateral en el cual las partes se obligan a dar cumplimiento a lo estipulado en las Condiciones Generales y Particulares del mismo”.

En el siguiente cuadro se describen las principales características y precios de los equipos requeridos para la oficina del bróker de seguros.

TABLA 37 EQUIPOS Y MUEBLES OFICINA Y COSTOS

EQUIPOS Y MUEBLES	CARACTERÍSTICAS	COSTO
Computadora	Porcesador intel core I3-4160-3,6 Cuarta generación	\$ 465,00
Tablet	Samsung Galaxy Tab 4 Wifi 7pul Gps 2cam	\$ 189,00
Celular	Iphone 6s - plus 16gb	\$ 590,00
Impresora multifunción	Epson L365 Wifi mfas tanques de tinta continua	\$ 279,00
Teléfono fijo	Panasonic operador Kx-t7730 centrales	\$ 115,00
Teléfono fijo	Panasonic operador Kx-ts500	\$ 17,99
Página web	Compatible con tablet y celular	\$ 1.000,00
Escritorio	Escritorio De 1.50m X 0.60 Con Cajonera	\$ 165,04
Silla giratoria	Apoya brazos y altura regulable	\$ 49,00
Silla de visita	modelo 828 B	\$ 49,00
Silla de espera	Silla de espera tripersonal	\$ 259,00
Archivador	Metálico 4 gavetas	\$ 149,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Personas

Para brindar un servicio de excelencia se debe contar con personal capacitado en todas las áreas de la empresa que estén en la capacidad de orientar al cliente y sugerirle la mejor opción de cobertura de seguro, de acuerdo a sus necesidades.

TABLA 38 CÁLCULO HORAS HOMBRE POR ACTIVIDAD

ACTIVIDAD	TIEMPO	N° DE PERSONAS	HORAS HOMBRE
Asesoría	30 minutos	1	30 minutos
Cotización	15 minutos	2	30 minutos
Emisión de póliza	15 minutos	1	15 minutos

Elaborado por: La Autora

Se requerirá de 1 hora con 15 minutos para la asesoría, cotización y emisión de póliza para entrega al cliente.

3.1.3 Tecnología a aplicar

Como Tecnología propia del Bróker se utilizará software para la creación de los registros correspondientes a clientes, negocios ganados, comisiones ganadas y empresas Aseguradoras con las que se trabaje.

Otro software para Contabilidad de la empresa en general.

Además dentro de tecnología el bróker contará con internet de banda ancha de alto desempeño que le permita tener conectividad sin interrupciones con las diversas plataformas tecnológicas que utilicen las aseguradoras, adicional se contará con equipos de computación así como terminales móviles que permitan agilizar y brindar un excelente servicio en cualquier lugar en el que se encuentre el agente vendedor.

3.2 Factores que afectan el plan de operaciones

3.2.1 Ritmo de producción

TABLA 39 CÁLCULO HORAS HOMBRE POR ACTIVIDAD

ACTIVIDAD	TIEMPO	N° DE PERSONAS	HORAS HOMBRE
Asesoría	30 minutos	1	30 minutos
Cotización	15 minutos	2	30 minutos
Emisión de póliza	15 minutos	1	15 minutos

Elaborado por: La Autora

Número de personas atendidas por año: $1.280 \times 12 \text{ meses} = 15,360$ personas atendidas.

3.2.2 Nivel de inventario promedio

Al ser una empresa de servicio no se maneja inventarios ya que se ejecuta el servicio el momento que viene el cliente o persona interesada en obtener asesoría de un Seguro en el caso del Bróker de Seguros.

3.2.3 Número de trabajadores

TABLA 40 NÚMERO DE TRABAJADORES

N° DE TRABAJADORES	CARGOS	FIJO	VARIABLE	PLANTA	SUBCONTRATADO
1	Gerente	x		x	
1	Coordinador Administrativo Financiero	x		x	
1	Coordinador de Ventas y Marketing	x		x	
1	Coordinador de Siniestros	x		x	
3	Ejecutivo comercial	x		x	
1	Asistente Administrativo - Cobranzas	x		x	
1	Abogado		x		x

Elaborado por: La Autora

El proyecto requerirá de 9 personas para su puesta en marcha de los cuales 8 son de planta y uno por honorarios, se estima que con el crecimiento de la demanda del servicio la nómina se incremente principalmente en el área de ventas.

3.3. Capacidad de producción

3.3.1 Capacidad de producción futura

Para la capacidad de producción futura se tomó como base el valor de la capacidad instalada anual y se realizó la proyección para los años siguientes esperando un crecimiento del 1,37% del incremento poblacional.

TABLA 41 PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN FUTURA (VENTA PÓLIZAS)

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
15.360	15.570	15.783	16.000	16.219

Elaborado por: La Autora

3.4 Definición de materias primas

3.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Al ser un servicio no existe materia prima de forma literal pero haciendo una relación a la acepción del término se podrá considerar como tal al contrato de seguro que se encuentra representado por la póliza la misma que de acuerdo al ramo de seguro escogido puede ser sustituido según se detalla en el siguiente cuadro.

TABLA 42 GRADOS DE SUSTITUCIÓN

N°	TIPO DE SEGURO	MÉTODO DE SUSTITUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Vida	Seguro social	Ley de Seguridad Social art 1
2	Accidentes personales	Seguro social	Ley de Seguridad Social art 1
3	Salud	Seguro social	Ley de Seguridad Social art 1
4	Vehículos	Sistemas de rastreo satelital Alarmas	-
5	Incendio	Springles Gabinetes contra incendio Extintores	-
6	Robo	Sistema de alarmas	-
7	Asistencia de viaje	Seguro aeronáutico	Decreto Ejecutivo 912 Lucio Gutierrez
8	Transporte	Sistema Público para pago de accidentes de tránsito	SPPAT

Elaborado por: La Autora

Se realizó el análisis de los grados de sustitución que se podrían encontrar por cada ramo de seguro en el que se tendrá presencia y tenemos que para los seguros de vida, accidentes personales y salud el Seguro Social obligatorio constituye el servicio de sustitución para este ramo de seguros; en Vehículos, Incendios y Robo lo constituyen los diversos tipos de protección que existen en el mercado como las alarmas; para asistencia de viaje tenemos el seguro aeronáutico y el SPPAT (Sistema Público para pagos de Accidentes de Tránsito) para Transporte. Sin embargo el tipo de coberturas y beneficios que los seguros de sustitución ofrecen son menores a los que se ofertan en los seguros privados por lo que se debe enfocar la estrategia de ventas en estos puntos para lograr captar la atención del mercado.

3.5 Calidad

3.5.1 Método de control de calidad

El principal factor que se deberá tomar en consideración para el control de calidad será el servicio al cliente enfocados principalmente en tiempos de respuesta y en el grado de satisfacción en servicio otorgado que pueden ser Asesoría, Cotización y Cierre del negocio con la emisión del Contrato de Seguro o Póliza.

Como método de medición se empleará la hoja de control de calidad.

TABLA 43 HOJA DE ANÁLISIS PARA EL CONTROL DE CALIDAD

Reporte Semanal de Actividades realizadas

Semana del:

ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	OBJETIVO	FRECUENCIA	TAMAÑO DE LA MUESTRA	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	RESPONSABLE TOMA DE DECISIONES
Asesoría	# de atenciones	Medir el # de clientes atendidos	semanal	100%	Ficha de registro de Asesorías	Coordinador de ventas Gerente
Cotización	# de ofertas	Medir el # de ofertas presentadas	semanal	100%	Ficha de registro de ofertas presentadas	Coordinador de ventas Gerente
Emisión	# de pólizas	Medir el # de negocios cerrados	semanal	100%	Ficha de registro de pólizas entregadas	Coordinador de ventas Gerente
Clientes	# de clientes satisfechos	Medir la satisfacción del cliente	semanal	100%	Llamadas telefónicas	Coordinador de ventas Gerente
Siniestros	# de clientes atendidos	Medir el # de atenciones	semanal	100%	Ficha de registro de siniestros reportados	Coordinador de ventas Gerente

Elaborado por: La Autora

3.6 Normativas y permisos que afectan su instalación

3.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Todos los trabajadores deberán observar las normas de salud y seguridad ocupacional señaladas en el plan de contingencia empresarial.

Los trabajadores no podrán presentarse a trabajar en estado de embriaguez o con el consumo de alguna sustancia psicotrópica en su sangre.

La empresa estará pendiente de que se vaya programando las actividades correspondientes a dar cumplimiento con la seguridad y salud laboral de sus empleados con el objeto de aplicar medidas y desarrollo de actividades para la prevención de riesgos provenientes de las actividades del trabajo como es:

La ergonomía y el trabajo en la oficina



GRÁFICO36 ERGONOMÍA Y EL TRABAJO EN LA OFICINA

Elaborado por: La Autora

Se aplicarán las medidas preventivas con avisos de primeros auxilios, salidas de emergencia, uso de extintores, mangueras, entre otros.



GRÁFICO37 SEÑALÉTICA

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1 Análisis estratégico y definiciones de objetivos

4.1.1 Nuestra visión

Ser el bróker de seguros líder en servicio personalizado y respaldo del Ecuador en el 2018.

4.1.2 Nuestra misión

Proporcionar protección de los bienes patrimoniales y personales de nuestros clientes a través de una asesoría eficiente y personalizada en Seguros que permita satisfacer sus necesidades y tengan un respaldo monetario y gente de confianza que les asesore en la recuperación ante un siniestro.

4.1.3 Análisis FODA

El análisis interno nos permitirá conocer las principales fortalezas y debilidades de la empresa y con ello determinar las estrategias necesarias para solventarlas.

Fortalezas

- (1) Personal orientado al cliente
- (2) Servicio personalizado

- (3) Experiencia en el mercado
- (4) Personal capacitado
- (5) Conocimiento del mercado

Debilidades

- (1) Nuevos en el mercado
- (2) Rotación de personal
- (3) Ilíquidez para afrontar siniestros
- (4) Pólizas mal suscritas

El análisis externo

En el análisis externo analizaremos las oportunidades y amenazas que puede tener este plan de negocio y definir cómo se puede hacer frente a estos factores que se encuentran fuera del control de la empresa.

Oportunidades

- (1) Coyuntura del país por catástrofe
- (2) Orientar a la Sociedad a cultura de prevención
- (3) Manejo de herramientas tecnológicas
- (4) Negociación de paquetes corporativos
- (5) Respaldo de Aseguradoras sólidas
- (6) Capacitación del personal en seguros

Amenazas

- (1) Situación política y económica del país
- (2) Competencia
- (3) Contracción del mercado
- (4) Servicios sustitutos

Tabla 44 Matriz Estratégica FODA

Oficina e Intermediación y Asesoría en Seguros

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS	
	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
OPORTUNIDADES (O)	Estrategia Ofensiva (FO)	Estrategia de reorientación (DO)
	(5,4) Diseño de servicios de protección para pequeñas, medianas y grandes empresas.	(1,3) Publicidad en redes sociales y página web.
	(2,2) Encuesta trimestral para conocer necesidades de los clientes potenciales.	(2,4) Creación de pack de coberturas para clientes.
	(1,2) Soporte en redes sociales a consultas de clientes.	(5,5) Control de calidad en la suscripción y emisión de pólizas.
	(1,3) Diseño de aplicativo móvil para interacción con clientes.	(3,5) Programa de equipos back up en las diversas áreas de servicio.
		(2,3) Videos tutoriales de los servicios del bróker
AMENAZAS (A)	Estrategia Defensiva (FA)	Estrategia de supervivencia (DA)
	(2,1) Programas de financiamiento para pago de seguros	(3,2) Programa de fidelización de colaboradores.
	(4,2) Alianzas estratégicas con Aseguradoras y Reaseguradoras	(3,4) Estabilidad de los trabajadores.
	(6,4) Pólizas de inversión a plazo fijo	(5,2) Capacitación y actualización de conocimientos periódica.
	(6,4) Control del gasto Administrativo	(2,5) Campaña cultura de seguros para clientes.
	(3,3) Contrato de agenciamiento con Aseguradoras sólidas	

Elaborado por: La Autora

El análisis de los diversos factores internos y externos sirvió de base para la realización de las estrategias de la matriz FODA.

4.2 Organización funcional de la empresa

4.2.1 Realizar organigrama de su empresa para definir la organización interna

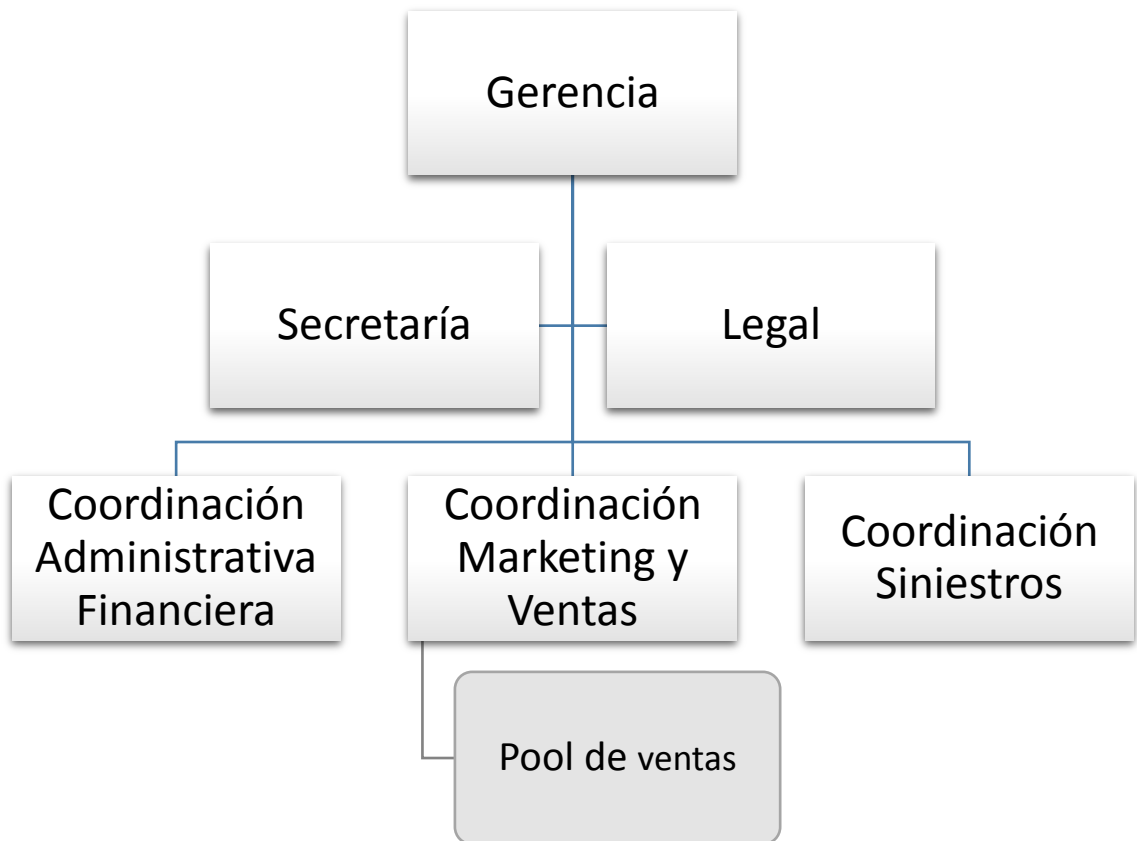


GRÁFICO38 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Elaborado por: La Autora

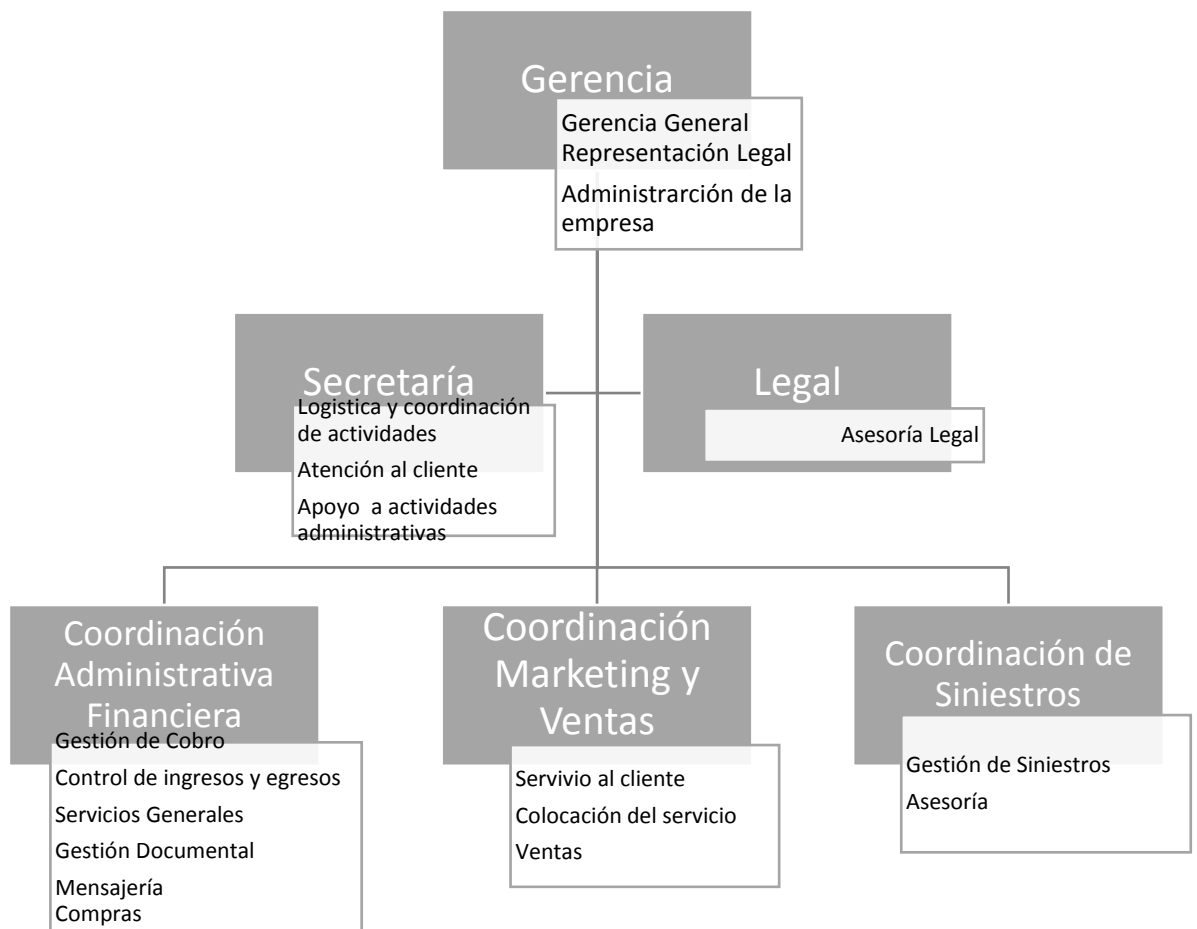


GRÁFICO39 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Elaborado por: La Autora

TABLA 45 PERFIL GERENTE

1 INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Gerente
Jefe Inmediato	Presidente de la Empresa
Supervisa a	Todas las áreas
2. NATURALEZA DEL PUESTO	
La persona para este cargo debe tener:	
Visión	
Creatividad	
Liderazgo	
Compromiso	
Conocimientos de negociación	
Ético	
3. FUNCIONES DEL PUESTO	
Sus principales funciones son:	
Representante legal	
Administrador de la empresa	
4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título Profesional	Ing. en Administración de Empresas o afines
Experiencia	5 años
Habilidades	Para manejar personal
Formación	Empresarial

Elaborado por: La Autora

TABLA 46 PERFIL SECRETARÍA

1. INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Secretaria
Jefe Inmediato Superior	Gerente
Supervisa a	N/A
2. NATURALEZA DEL PUESTO	
La persona que desempeñe este cargo debe ser:	
Iniciativa	
Orientación al cliente	
Ordenado	
Propositivo	
3. FUNCIONES DEL PUESTO	
Sus principales funciones son:	
Responsable de la coordinación de actividades de gerencia y la logística en general.	
Brindar soporte a todas las áreas de la empresa	
Atención al cliente	
4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título Profesional	Estudiante universitario 6to nivel de Administración de empresa, secretariado o afines
Experiencia	6 meses a 1 año en cargos similares
Habilidades	Trabajo bajo presión, amabilidad, facilidad de expresión oral y escrita.
Formación	Utilitarios en Office, atención al cliente, redacción comercial, inglés.

Elaborado por: La Autora

TABLA 47 PERFIL DE ABOGADO

INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Abogado
Jefe Inmediato Superior	Gerente
Supervisa a	N/A
2. NATURALEZA DEL PUESTO	
La persona que desempeñe este cargo debe ser:	
Espíritu de investigación	
Profesional	
Responsable	
Líder	
Con Iniciativa	
Sensibilidad	
3. FUNCIONES DEL PUESTO	
Sus principales funciones son:	
Manejo legal en todos los trámites que sea requerido dentro de lo legal y jurídico en la empresa	
4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título Profesional	Doctor en Derecho
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Marketing jurídico y desarrollo y gestión empresarial.
Formación	En Leyes, Normas y Reformas Empresariales en Ecuador

Elaborado por: La Autora

TABLA 48 PERFIL DE COORDINADOR ADMINISTRATIVO - FINANCIERO

1 INFORMACIÓN BÁSICA

Puesto	Coordinador Administrativo
Jefe Inmediato Superior	Gerente
Supervisa a	Personal del Departamento

2. NATURALEZA DEL PUESTO

La persona que desempeñe este cargo debe ser:

Honesto
Administrador
Empático
Buenas Relaciones humanas

3. FUNCIONES DEL PUESTO

Sus principales funciones serán:

Manejo de ingreso y egresos
Gestión de cobro
Inversiones
Coordinación de mensajería
Adquisiciones y compras
Administración servicios generales de la empresa
Supervisión de la gestión documental

4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO

Título Profesional	Ing. Administración de Empresas con mención en Finanzas
Experiencia	5 años en cargos similares
Habilidades	Técnicas de supervisión, dirección de reuniones, redacción de informes complejos.
Formación	Finanzas, Inversiones, Mercado Bursátil, Nifs.

Elaborado por: La Autora

TABLA 49 PERFIL DE COORDINADOR MARKETING Y VENTAS

1 INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Coordinador Marketing y ventas
Jefe Inmediato Superior	Gerente
Supervisa a	Personal del Departamento
2. NATURALEZA DEL PUESTO	
La persona que desempeñe este cargo debe ser:	
Analítico	
Social	
Imaginativo	
Hábil	
Líder	
Amable	
3. FUNCIONES DEL PUESTO	
Sus principales funciones son:	
Ventas	
Colocación de productos	
Servicio al cliente	
4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título Profesional	Ing. Administración de Empresas o Ing. En Marketing
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Orientación al cliente, Liderazgo, Comunicación.
Formación	Manejo de personal, Negociación, Servicio al cliente

Elaborado por: La Autora

TABLA 50 PERFIL DE COORDINADOR DE SINIESTROS

1 INFORMACIÓN BÁSICA	
Puesto	Coordinador Siniestros
Jefe Inmediato Superior	Gerente
Supervisa a	Personal del Departamento
2. NATURALEZA DEL PUESTO	
La persona que desempeñe este cargo debe ser:	
Atento	
Conocedor	
Técnico en seguros	
Empático	
Líder	
3. FUNCIONES DEL PUESTO	
Sus principales funciones son:	
Gestión del proceso de reclamos en siniestros	
Asesoría en trámites de reclamos	
Inspección de siniestro.	
4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
Título Profesional	Ing. Automotriz, Ing. Comercial o afines
Experiencia	3 años en cargos similares
Habilidades	Atención al cliente, Liderazgo, Capacidad de negociación.
Formación	Manejo de personal, bases técnicas en seguros, conocimiento de mecánica.

Elaborado por: La Autora

4.3 Control de gestión

4.3.1 Haga un listado de los indicadores de gestión necesarios

Para el control de las diferentes áreas de la empresa se han establecido los siguientes indicadores:

TABLA 51 INDICADORES DE OFICINA BRÓKER DE SEGUROS

DEPARTAMENTO	INDICADOR	FÓRMULA
Gerencia	Eficiencia de ingresos (comisiones)	$(\text{Comisiones ingresadas ejecutados} / \text{Comisiones presupuestadas}) \times 100$
Administrativo	Optimización de los Gastos	$(\text{Gastos Administrativos} / \text{Gastos totales}) \times 100$
Financiero	Liquidez Corriente	$\text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente} \times 100$
	Apalancamiento	$\text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$
	Rotación de ventas	$\text{Ventas} / \text{Activo total}$
	Rentabilidad neta de ventas	$\text{Utilidad neta} / \text{Ventas}$
Comercial	Índice de ventas	Cuántas pólizas compran los clientes.
	Precio medio de venta.	Cuánto paga por póliza como media cada cliente.
	Tasa de transformación o conversión.	Cuántas personas que ingresan a la empresa compran un seguro.

Elaborado por: La Autora

4.4 Necesidades de personal

4.4.1 Especificar cuanto personal necesitara hasta un horizonte de tres años

Se estima que para los tres primeros años de vida de la empresa se requerirá de incremento de personal el cual se describe en el siguiente cuadro.

TABLA 52 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

N° DE TRABAJADORES	CARGOS	FIJO	VARIABLE	PLANTA	SUBCONTRATADO
1	Gerente	x		x	
1	Coordinador Administrativo Financiero	x		x	
1	Coordinador de Ventas y Marketing	x		x	
1	Coordinador de Sinistros	x		x	
3	Ejecutivo comercial	x		x	
1	Asistente Administrativo - Cobranzas	x		x	
1	Abogado		x		x

Elaborado por: La Autora

Para los 3 años iniciales la empresa requerirá de 9 personas.

CAPITULO V

AREA JURIDICO LEGAL

A efectos de determinar la forma jurídica que sea más viable para el presente proyecto, se procedió a analizar las diferentes modalidades que existen en la Ley de Compañías de Ecuador que contempla los siguientes tipos de empresas que se pueden constituir:

1. La compañía en nombre colectivo
2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones
3. La compañía de responsabilidad limitada
4. La compañía anónima y;
5. La compañía de economía mixta.

Cada una de las antes citadas tipos de empresas tiene su particularidad, considerando que el tipo de mejor aporte para este tipo de proyecto es la Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que puede ser constituida con un mínimo de 2 personas y tener un crecimiento de máximo 15 y un Capital cerrado (número de accionistas limitado y que no puede cotizar en Bolsa de Valores). En esta modalidad sus socios son responsables únicamente por las obligaciones sociales hasta el importe porcentual del monto de sus aportaciones individuales.

Este tipo de empresas deben ser aprobadas por la Secretaria General en la oficina matriz de la Superintendencia de Compañías a través de una solicitud de aprobación, la misma que debe ser elaborada por un Abogado.

En el país actualmente da muchas facilidades para la creación de una empresa, para lo cual ha reducido sus pasos quedando en 4, siendo como sigue:

1. Reservar un nombre en la Superintendencia de compañías.
2. Elaborar el Estatuto Social con un Abogado.
3. Abrir una cuenta de integración en un Banco.
4. Elevar a Escritura Pública el Estatuto Social con un Notario.



GRÁFICO 40 PASOS A SEGUIR PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Elaborado por: La Autora

5.1.2 Patentes y Marcas

El registro de una marca le permite la exclusividad de uso de ese nombre lo cual le permite a su dueño:

- La creación de un valor de marca, se convierte en un activo intangible para la compañía.

- Poder otorgar licencias o franquicias y obtener regalías.
- Ser diferente de la competencia.
- Protegerse del uso de un nombre igual o similar, por intermedio de acciones legales.
- Protección del nombre de Dominio en Internet.
- Impedir el registro de una marca similar a la de la empresa.

Para efectuar el registro de Marca se deben realizar los siguientes pasos, a través de un Abogado:

- Tener un Estudio de factibilidad
- Luego de la evaluación de posible registro, solicitar el Registro de marca y una vez que ha sido aceptada la marca.
- Obtención de Certificado de registro.

5.1.3 Detalle todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales. (Patentes, inicio de Actividades, etc.)

Para poder funcionar como Bróker o Intermediario de Seguros, la (Resolución N° JB-2005-814) del ente regulador indica que se deben cumplir los siguientes artículos de **la Ley General de Seguros**:

ARTÍCULO 5.- De los agentes de seguros sin relación de dependencia.- Para ejercer su actividad deben obtener su credencial ante la Superintendencia de Bancos y Seguros, para lo cual presentarán en originales o copias debidamente autenticadas ante Notario Público, los siguientes documentos:

- a) Currículum vitae;**
- b) Certificado de afiliación a la Cámara de Comercio del lugar en donde va a desarrollar su actividad;**

- c) **Certificado del Registro Único de Contribuyentes;**
- d) **Certificado de haber aprobado un curso de especialización de seguros de por lo menos 360 horas de duración dictado por un Centro de Educación Superior, o por un organismo legalmente reconocido por autoridad competente y aceptado por la Superintendencia de Bancos y Seguros y acreditar experiencia equivalente a un tiempo mínimo de 5 años en el área técnica o de comercialización de seguros. La experiencia se acreditará con el certificado otorgado por el representante legal de la persona jurídica que integre el sistema de seguro privado, en donde el interesado haya prestado sus servicios y con el contrato de trabajo debidamente inscrito en la Inspectoría del Trabajo, o a falta de este contrato con el certificado de afiliación del IESS;**
- e) **Copia de la cédula de ciudadanía y copia de la papeleta de votación del último sufragio;**
- f) **Quienes estuvieren en mora en el cumplimiento de sus obligaciones por más de sesenta días con cualquiera de las instituciones del sistema financiero o de seguros o quienes en el transcurso de los últimos cinco años hubiesen incurrido en el castigo de sus obligaciones por parte de cualquier institución financiera o de seguros;**
- g) **En caso de que el solicitante sea extranjero presentará la pertinente autorización laboral otorgada por autoridad competente;**
- h) **Además de los documentos señalados en los literales precedentes, el interesado debe mantener el registro actualizado de su dirección, número de teléfono, fax y correo electrónico; y,**
- i) **Los asesores productores de seguros, que deseen operar en el ramo de fianzas, para obtener el certificado respectivo, deben contar con experiencia y conocimientos específicos en la materia de fianzas o afines.**

ARTÍCULO 6.- Las agencias asesoras productoras de seguros.- Para ejercer su actividad deben previamente constituirse ante la Superintendencia de Bancos y Seguros como compañías de comercio, para lo cual deben requerir de la Superintendencia de Compañías, previo a la aprobación de la razón social o denominación objetiva, una certificación de que no existe registro previo del nombre propuesto, o similitud con las denominaciones existentes. Además deben tener como único objeto social, la gestión, el asesoramiento y colocación de contratos de seguros para una o varias empresas de seguros o de medicina prepagada constituidas y establecidas legalmente en el Ecuador, y obtener la credencial y certificados de autorización por ramo que le faculte desarrollar la actividad, para cuyo efecto acompañarán a la solicitud, en originales o copias debidamente autenticadas ante Notario Público, la siguiente documentación:

- a) **Nombramientos de los administradores y representantes legales debidamente inscritos en el Registro Mercantil;**
- b) **Certificado de afiliación a la Cámara de Comercio del lugar donde la compañía tiene su matriz;**
- c) **Certificado del Registro Único de Contribuyentes;**
- d) **Los miembros del Directorio y representantes legales de la Compañía deben cumplir con los requisitos establecidos en los literales a), d), e), f) y g) del artículo 5 de la presente resolución; y,**
- e) **Además de los documentos señalados en los literales precedentes, la compañía debe disponer de un lugar adecuado para su funcionamiento, debiendo mantener el registro actualizado de su dirección, número de teléfono, fax y correo electrónico del representante legal o de un funcionario expresamente autorizado.**

ARTÍCULO 7.- Para obtener las credenciales y los certificados de autorización por ramos, las peticionarias personas naturales o jurídicas, elevarán una solicitud a la Superintendencia de Bancos y Seguros, con el patrocinio de un abogado, indicando los nombres, apellidos, profesión u ocupación, nacionalidad, domicilio o residencia, el número de la cédula de ciudadanía, la calidad en la que comparecen, el pedido formal que formulan y adjuntará los documentos señalados en la presente resolución.

ARTÍCULO 8.- La Superintendencia de Bancos y Seguros estudiará y resolverá en el orden en que hayan sido presentadas, las solicitudes de credenciales debidamente documentadas, para los asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros dentro de los treinta días siguientes de su recepción. La concesión de la credencial y certificados de autorización por ramos, determinará la inscripción en el registro que lleva la Intendencia Nacional del Sistema de Seguro Privado.

Las agencias asesoras productoras de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros, personas jurídicas deben informar inmediatamente a la Superintendencia de

Bancos y Seguros, el domicilio de la matriz y de las sucursales y agencias y la identificación de sus administradores y apoderados, remitiendo sus respectivos nombramientos, quienes deben cumplir con los requisitos establecidos en la letra d) del artículo 6.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL INICIO DE LAS OPERACIONES

ARTÍCULO 9.- Los asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros, para iniciar sus operaciones, deben obtener de la Superintendencia de Bancos y Seguros la credencial y los certificados de autorización por ramos; para lo cual se presentarán a rendir una prueba de valoración de conocimientos por cada ramo, de acuerdo con el cuestionario de preguntas elaborado por la Intendencia Nacional del Sistema de Seguro Privado.

ARTÍCULO 10.- Las agencias asesoras productoras de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros personas jurídicas, para la obtención de la credencial y certificados de autorización descritos en el artículo anterior de esta resolución, deben presentarse a rendir las pruebas de valoración de conocimientos, a través de su representante legal o el que haga sus veces.

ARTÍCULO 11.- Los interesados que hayan presentado sus solicitudes para obtener las credenciales de asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros, personas naturales y jurídicas, que no hubieren aprobado en la primera ocasión las pruebas de valoración de conocimientos, podrán presentarse por segunda ocasión a partir de los treinta días siguientes a la fecha en que fueron notificados con los resultados de la primera prueba; y, si igualmente reprobaren tendrán una tercera y definitiva oportunidad que la ejercerán a partir de los treinta días y dentro de los doce meses posteriores de la notificación con los resultados de la segunda prueba.

ARTÍCULO 12.- A quienes no alcanzaren el puntaje mínimo requerido en la tercera y definitiva ocasión, no se les conferirá el respectivo certificado de autorización por ramos. Si no aprobaren en ninguno de los ramos objeto de la petición, no se les extenderá la respectiva credencial ni certificados.

ARTÍCULO 15.- Los agentes de seguros sin relación de dependencia, las agencias asesoras productoras de seguros y los intermediarios de reaseguros deben suscribir contratos de agenciamiento y de intermediación o convenios, con las empresas de seguros o de medicina prepagada, compañías de reaseguros o intermediarios de reaseguros internacionales, con reconocimiento legal de las firmas de

los contratantes, según el caso. El contenido de los contratos de agenciamiento de seguros y de intermediación de reaseguros debe sujetarse, a más de las disposiciones establecidas en el artículo precedente, a las que las partes acuerden libremente. Los contratos previstos en este artículo deben especificar las comisiones sobre las primas que le corresponden al asesor productor de seguros e intermediario de reaseguros, durante la vigencia del respectivo contrato.

Los contratos de agenciamiento que se celebren entre los agentes de seguros sin relación de dependencia, las agencias asesoras productoras de seguros con las empresas de seguros y los contratos de intermediación de reaseguros celebrados por los intermediarios de reaseguros con compañías de reaseguros nacionales, deben contener la cláusula de responsabilidad solidaria del asegurador o reasegurador para responder por todos los actos ejercitados por los asesores productores de seguros e intermediarios de reaseguros dentro de las facultades contenidas en los respectivos contratos, la opción de someter al arbitraje o mediación cualquier controversia, diferencia o reclamación que se derive o esté relacionada con la interpretación o ejecución del contrato.

La duración del contrato será de un año prorrogable automáticamente por períodos iguales. Las partes se reservan el derecho de dar por terminado el contrato en cualquier momento mediante aviso por escrito con por lo menos treinta días de antelación, mencionando las causas de la decisión tomada por el contratante que le ponga fin.

El contrato quedará automáticamente cancelado en el evento de que la Superintendencia de Bancos y Seguros, revoque la credencial al asesor productor de seguros, al intermediario de reaseguros o al perito de seguros, así como el certificado de autorización otorgado a la empresa de seguros. Terminado el contrato la empresa de seguros pagará las comisiones correspondientes a los seguros contratados bajo su gestión.

ARTÍCULO 16.- Las empresas de seguros deben remitir a la Superintendencia de Bancos y Seguros para su aprobación y registro los contratos de agenciamiento e intermediación de reaseguros de acuerdo a los formatos previamente aprobados por este organismo de control, dentro de los quince días siguientes a la fecha de suscripción, debiendo constar en ellos el reconocimiento de las firmas o la autenticación pertinente realizada ante Notario público. Dentro del plazo previsto y observando los requisitos establecidos en esta disposición, deben remitirse a la Superintendencia de Bancos y Seguros para su incorporación y registro, los anexos de los contratos de agenciamiento de seguros e intermediación de reaseguros.

El capital mínimo para este tipo de empresas es de \$ 400.00.

Reformas al Código Monetario

Entre las principales reformas que propone la Reforma al Código Monetario tenemos las siguientes:

TABLA 53 PRINCIPALES REFORMAS CÓDIGO MONETARIO Y FINANCIERO

ENTRE LOS PUNTOS MÁS DESTACADOS DE LAS REFORMAS DESTACAN:	
1	Ya no estará regulado por la Superintendencia de Bancos. Pasará a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
2	Se requiere de un capital mínimo de ocho millones de dólares
3	Inversión en reservas técnicas de al menos 60%, y, máximo 10% en instrumentos financieros
4	Prohibido cualquier cláusula que vaya en contra de beneficiarios, por ejemplo, el tamaño de la letra.
5	Tarifas resultado de información estadística y de respaldo de reaseguros de reconocida solvencia.
6	Porcentajes de retención por medio de la Junta Bancaria
7	Capital proveniente en efectivo, utilidades acumuladas, excedente reserva legal y capitalización cuentas de reserva.
8	Creación del Fondo de Seguro Privado.
9	Multas de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros nunca menores a 30 salarios básicos unificados, ni superiores al 5% de ventas.
10	Pagos reclamos en 30 días.
11	Se normará el Buen Uso Anticipo y Cumplimiento de Contrato. En la reforma se plantea que se pagará en máximo 10 días pero con el mismo concepto de las fianzas sin atenuantes para el pago, esos ramos sirven para cumplir con la obra pública, toda fianza de beneficiario el Estado, es de cobro inmediato. Los otros ramos se pueden pagar hasta en un máximo de 30 días luego de presentado totalmente la documentación de un siniestro.
12	Liquidación forzosa sino se paga.
13	Los representantes o accionistas con más del 12% son responsables pecuniariamente del déficit en liquidación.
14	Prelación de pagos: Siniestros Vida; Siniestros en Generales; Deudas con Empleados; Fondos del; Seguro Privado e Impuestos y Contribuciones

Fuente: Revista Ekos Especial de Seguros 2016

Elaborado por: La Autora

“El Código Orgánico Monetario y Financiero tiene por objeto regular los sistemas monetarios y financieros, así como los regímenes de valores y seguros en el Ecuador”(Financiero, 2016).

La ley General de Seguros pasó a ser parte del Código Orgánico Monetario Financiero en el cual las instituciones relacionadas a actividades de Seguros estarán reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

A través del Código se crea la Junta de Política y Regulación Monetaria quien será la responsable de emitir las políticas públicas y regulación y supervisión monetaria en materia de Seguros y Valores

El capital mínimo legal para la constitución de las compañías de seguros será de \$ 8 millones y para las reaseguradoras de \$ 13 millones. En el caso de las compañías que operen en seguros y reaseguros el capital será de \$ 13 millones. Mientras que el monto mínimo para las asesoras productoras de seguros, inspectoras de riesgos, ajustadoras de siniestros e intermediarios de reaseguros será determinado por la Junta Política de Regulación Monetaria y Financiera. El capital será pagado con dinero en efectivo.

Los pagos de los reclamos deberán realizarse en 30 días y se realizará la liquidación forzosa en el caso de incumplimiento en el pago.

Los accionistas y representantes de las empresas relacionadas a actividades de Seguros serán responsables pecuniariamente del déficit en liquidación si el porcentaje de su participación es mayor al 12%.

Se deberá observar las disposiciones que la Junta de Política y Regulación Monetaria emita para la regulación de los Asesores Productores de Seguros.

.

CAPITULO VI

AREA FINANCIERA

El estudio financiero es la parte del proyecto que nos permite cuantificar cuál será la inversión, el costo de venta del servicio, la proyección de ingresos y egresos y los indicadores financieros que permitirán conocer la factibilidad del mismo.

Como primer punto del análisis financiero del proyecto de Creación de un bróker de seguro, se analizará la inversión que será necesaria realizar para la puesta en marcha del proyecto.

6.1. Plan de inversiones

Las inversiones que se deben realizar para la puesta en marcha del proyecto están relacionado al arriendo o compra de las oficinas o local comercial, a las adecuaciones, a las adquisiciones de muebles, equipos de oficina, computación, según detalle a continuación.

TABLA 54 INVERSIONES

Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Muebles y enseres			
	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Escritorios	\$250,00	7	\$1.750,00
Sillas giratorias	\$87,98	8	\$703,84
Mesa sala de reuniones	\$450,00	1	\$450,00
Asientos para sala de espera	\$195,00	3	\$585,00
Silla de visita	\$35,45	14	\$496,30
Archivador	\$149,00	1	\$149,00
Total Muebles y Enseres			\$ 4.134,14
Equipo de computación			
	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Computador área administrativa	\$865,00	4	\$ 3.460,00
Computador área comercial	\$865,00	4	\$ 3.460,00
Computador área de siniestros	\$865,00	1	\$ 865,00
Impresora multifunción	\$525,00	1	\$ 525,00
Total Equipo de Computación			\$ 8.310,00
Equipo de Oficina			
	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Teléfono fijo intercomunicador	\$65,00	8	\$ 520,00
Total Equipo de Oficina			\$ 520,00
Gastos de Constitución	\$ 1.502,60	1	\$ 1.502,60
Adecuaciones	\$1.550,00	1	\$ 1.550,00
Puesta en Marcha	\$190,00	1	\$ 190,00
Imprevistos	\$79,02	1	\$ 948,21
Total Inversiones			\$ 17.154,95

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

6.2 Plan de financiamiento

Uno de los pasos principales en el desarrollo del proyecto es la determinación de las fuentes de financiamiento, ya que a través de este recurso y en función del dinero requerido para las diversas inversiones se deberá buscar los medios para solventar esta necesidad económica.

a) Capital de Trabajo

El capital de trabajo nos permitirá solventar todos aquellos gastos que la empresa incurrirá en su puesta en marcha hasta que genere ingresos propios del giro del negocio. Una vez que se ha establecido los gastos totales, las depreciaciones y amortizaciones del proyecto, se procede a calcular el capital de trabajo.

Se aplicará la siguiente fórmula:

Capital de Trabajo:

$$\frac{\text{Costos totales de operación} - \text{Depreciación} - \text{Amortización} \times \text{días del mes}}{\text{Días del año}}$$

El cálculo de la formula antes citada nos da el siguiente resultado:

- Costo total de operación: 204.638,09
- Depreciaciones: 3.207,71
- Amortizaciones: 838,16
- Tiempo: 90 días
- Capital de Trabajo \$ 50.148,05

Las cifras indican que el capital de trabajo estimado para la puesta en marcha del negocio es de \$. 50.148,05.

TABLA 55 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN DE GASTOS	TIEMPO		
	1	2	3
Publicidad	\$205,00	\$205,00	\$205,00
Duo pack cnt	\$43,30	\$43,30	\$43,30
Servicios Mantenimiento	\$20,83	\$20,83	\$20,83
Electricidad	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Suministros de oficina	\$80,00	\$80,00	\$80,00
Suministros de limpieza	\$45,70	\$45,70	\$45,70
Uniformes	\$93,33	\$93,33	\$93,33
Nómina	\$15.855,01	\$15.855,01	\$15.855,01
Agua	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Combustible	\$120,00	\$120,00	\$120,00
Arriendo	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Depreciaciones	-\$267,31	-\$267,31	-\$267,31
Amortizaciones	-\$69,85	-\$69,85	-\$69,85
Total	\$16.716,02	\$16.716,02	\$16.716,02
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PARA 90 DÍAS	\$ 50.148,05		

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

b) Forma de Financiamiento

Para el financiamiento de los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, los socios con sus recursos propios serán los encargados de solventar el mismo por el 40% en efectivo, equivalente a \$ 26.921,20 y el 60% restante con un préstamo bancario, equivalente a \$ 40.381,80.

TABLA 56 FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos Propios	\$ 26.921,20	\$ -	40%
Efectivo	\$ -	\$ -	0%
Bienes	\$ -	\$ -	0%
Recursos de terceros	\$ -	\$ -	0%
Préstamo privado	\$ 40.381,80	\$ -	60%
Préstamo bancario		\$ -	0%
TOTAL	\$ 67.303,00	\$ -	100%

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 57 APOORTE DE SOCIOS

FINANCIAMIENTO		
ACCIONISTAS	PORCENTAJE	MONTO
Socio 1	20%	\$ 13.460,60
Socio 2	10%	\$ 6.730,30
Socio 3	10%	\$ 6.730,30
Préstamo Bancario	60%	\$ 40.381,80
Total	100%	\$ 67.303,00

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

El aporte de los socios está desglosado como sigue:

Socio 1: 20% del Capital, equivalente a \$ 13.460,60

Socio 2: 10% del Capital, equivalente a \$ 6.730,30

Socio 3: 10% del Capital, equivalente a \$ 6.730,30

El 60% restante, equivalente a \$ 40.381,80 será financiado a través de un Préstamo Bancario.

6.3 Cálculo de Costos y Gastos

a) Detalle de Costos

Al ser un proyecto de servicios que comercializa una cobertura de seguros que es intangible, el proyecto no contemplará costos directos de producción ya que la empresa se encargará únicamente de la comercialización de las coberturas de los diversos tipos de pólizas que están en el mercado. Se hará constar los costos fijos y variables en los que incurrirá la empresa para su puesta en marcha.

b) Detalle de Gastos

Los gastos corresponden a los egresos de dinero que se emplean para vender los servicios los cuales para el desarrollo del proyecto están clasificados como administrativos, de ventas y financieros y se detallan a continuación.

TABLA 58 DETALLE DE GASTOS

Gastos de Administración			\$ 11.014,20	\$ 132.170,36
	Unidad de Medida	Frecuencia mensual del gasto	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos	Unitario	Mensual	\$ 9.806,64	\$ 117.679,63
Suministros de Oficina	Unitario	Mensual	\$ 64,00	\$ 768,00
Suministros de Limpieza	Unitario	Mensual	\$ 36,56	\$ 438,72
Servicios Básicos	Unitario	Mensual	\$ 106,64	\$ 1.279,68
Arriendo	Unitario	Mensual	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Uniformes	Unitario	Mensual	\$ 40,00	\$ 480,00
Mantenimiento	Unitario	Mensual	\$ 16,67	\$ 200,00
Combustible	Unitario	Mensual	\$ 96,00	\$ 1.152,00
Publicidad	Unitario	Mensual	\$ 164,00	\$ 1.968,00
Depreciación	Unitario	Mensual	\$ 213,85	\$ 2.566,17
Amortización	Unitario	Mensual	\$ 69,85	\$ 838,16
Gasto de Ventas			\$ 6.376,13	\$ 76.513,60
Sueldos	Unitario	Mensual	\$ 6.048,37	\$ 72.580,46
Suministros de Oficina	Unitario	Mensual	\$ 16,00	\$ 192,00
Suministros de Limpieza	Unitario	Mensual	\$ 9,14	\$ 109,68
Servicios Básicos	Unitario	Mensual	\$ 26,66	\$ 319,92
Arriendo	Unitario	Mensual	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Uniformes	Unitario	Mensual	\$ 53,33	\$ 640,00
Mantenimiento	Unitario	Mensual	\$ 4,17	\$ 50,00
Combustible	Unitario	Mensual	\$ 24,00	\$ 288,00
Publicidad	Unitario	Mensual	\$ 41,00	\$ 492,00
Depreciación	Unitario	Mensual	\$ 53,46	\$ 641,54
Gasto Financiero			\$ 1.286,13	\$ 15.433,51
Deuda Bancaria	Unitario	Mensual	\$ 1.286,13	\$ 15.433,51
Total Gastos			\$ 18.676,46	\$ 224.117,48

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

c) **Proyección de Gastos**

La proyección de Gastos nos permitirá estimar el valor destinado a este rubro durante los cinco primeros años del proyecto, según tabla a continuación.

TABLA 59 PROYECCIÓN DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	GASTO			GASTOS			TOTAL			GASTO			GASTOS			TOTAL			GASTO			GASTOS			TOTAL			
	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 1	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 2	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 3	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 4	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 5	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 5	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	AÑO 5
Arriendo	\$ 500,00	x		\$ 6.000,00	\$ 525,00	x		\$ 6.300,00	\$ 551,25	x		\$ 6.615,00	\$ 578,81	x		\$ 6.945,75	\$ 607,75	x		\$ 7.293,04				\$ 7.293,04				
Duo pack cnt	\$ 43,30	X		\$ 519,60	\$ 43,30	X		\$ 519,60	\$ 43,30	X		\$ 519,60	\$ 43,30	X		\$ 519,60	\$ 43,30	X		\$ 519,60	\$ 43,30	X		\$ 519,60	\$ 43,30	X		\$ 519,60
Luz	\$ 50,00	X		\$ 600,00	\$ 50,00	X		\$ 600,00	\$ 50,00	X		\$ 600,00	\$ 50,00	X		\$ 600,00	\$ 50,00	X		\$ 600,00	\$ 50,00	X		\$ 600,00	\$ 50,00	X		\$ 600,00
Agua	\$ 40,00	X		\$ 480,00	\$ 40,00	X		\$ 480,00	\$ 40,00	X		\$ 480,00	\$ 40,00	X		\$ 480,00	\$ 40,00	X		\$ 480,00	\$ 40,00	X		\$ 480,00	\$ 40,00	X		\$ 480,00
Nómina	\$ 15.855,01	X		\$ 190.260,09	\$ 17.183,88	X		\$ 206.206,57	\$ 17.503,22	X		\$ 210.038,59	\$ 17.822,55	X		\$ 213.870,60	\$ 18.141,88	X		\$ 217.702,61				\$ 217.702,61				\$ 217.702,61
Publicidad	\$ 205,00		X	\$ 2.460,00	\$ 205,00		X	\$ 2.460,00	\$ 205,00		X	\$ 2.460,00	\$ 205,00		X	\$ 2.460,00	\$ 205,00		X	\$ 2.460,00	\$ 205,00		X	\$ 2.460,00	\$ 205,00		X	\$ 2.460,00
Mantenimiento	\$ 20,83		X	\$ 250,00	\$ 20,83		X	\$ 250,00	\$ 20,83		X	\$ 250,00	\$ 20,83		X	\$ 250,00	\$ 20,83		X	\$ 250,00	\$ 20,83		X	\$ 250,00	\$ 20,83		X	\$ 250,00
Suministros de Oficina	\$ 80,00		X	\$ 960,00	\$ 80,00		X	\$ 960,00	\$ 80,00		X	\$ 960,00	\$ 80,00		X	\$ 960,00	\$ 80,00		X	\$ 960,00	\$ 80,00		X	\$ 960,00	\$ 80,00		X	\$ 960,00
Suministros de limpieza	\$ 45,70		X	\$ 548,40	\$ 45,70		X	\$ 548,40	\$ 45,70		X	\$ 548,40	\$ 45,70		X	\$ 548,40	\$ 45,70		X	\$ 548,40	\$ 45,70		X	\$ 548,40	\$ 45,70		X	\$ 548,40
Uniformes	\$ 93,33		X	\$ 1.120,00	\$ 93,33		X	\$ 1.120,00	\$ 93,33		X	\$ 1.120,00	\$ 93,33		X	\$ 1.120,00	\$ 93,33		X	\$ 1.120,00	\$ 93,33		X	\$ 1.120,00	\$ 93,33		X	\$ 1.120,00
Combustible	\$ 120,00		X	\$ 1.440,00	\$ 120,00		X	\$ 1.440,00	\$ 120,00		X	\$ 1.440,00	\$ 120,00		X	\$ 1.440,00	\$ 120,00		X	\$ 1.440,00	\$ 120,00		X	\$ 1.440,00	\$ 120,00		X	\$ 1.440,00
Comisiones	\$ 62,50		X	\$ 750,00	\$ 62,50		X	\$ 750,00	\$ 62,50		X	\$ 750,00	\$ 62,50		X	\$ 750,00	\$ 62,50		X	\$ 750,00	\$ 62,50		X	\$ 750,00	\$ 62,50		X	\$ 750,00
TOTALES	\$ 17.115,67			\$ 205.388,09	\$ 18.469,55			\$ 221.634,57	\$ 18.815,13			\$ 225.781,59	\$ 19.162,03			\$ 229.944,35	\$ 19.510,30			\$ 234.123,65				\$ 234.123,65				\$ 234.123,65

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

Mano de Obra

En este proyecto no se utiliza mano de obra, ya que al ser un servicio de intermediación el ingreso se genera por las comisiones recibidas de las diferentes Aseguradoras por vender sus servicios y productos en pólizas de Seguro.

El costo de este servicio será determinado de acuerdo a los sueldos y beneficios sociales de sus empleados, por lo que procederemos a realizar el cálculo de estos rubros con una proyección a cinco años, según los siguientes Roles de pago.

TABLA 60 ROL DE PAGOS AÑO 1

ROL DE PAGOS									ROL DE PROVISIONES							
AÑO 1									AÑO 1							
CARGO	Tipo de Trabajador	SBU mensual	Comisiones 5% por ventas de 5000	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Liquidado a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente	Fijo	\$3.000,00	\$0,00	\$36.818,18	\$3.479,32	\$33.338,86	\$0,00	\$33.338,86	\$3.000,00	\$366,00	\$0,00	\$1.389,12	0	\$4.105,23	\$8.860,35	
Coordinador Administrativo	Fijo	\$1.500,00	\$0,00	\$18.409,09	\$1.739,66	\$16.669,43	\$0,00	\$16.669,43	\$1.500,00	\$366,00	\$0,00	\$694,56	0	\$2.052,61	\$4.613,17	
Coordinador de Ventas y Marketing	Fijo	\$1.500,00	\$0,00	\$18.409,09	\$1.739,66	\$16.669,43	\$0,00	\$16.669,43	\$1.500,00	\$366,00	\$0,00	\$694,56	0	\$2.052,61	\$4.613,17	
Coordinador de Siniestros	Fijo	\$1.500,00	\$0,00	\$18.409,09	\$1.739,66	\$16.669,43	\$0,00	\$16.669,43	\$1.500,00	\$366,00	\$0,00	\$694,56	0	\$2.052,61	\$4.613,17	
Ejecutivo Comercial 1	Fijo	\$950,00	\$250,00	\$14.727,27	\$1.391,73	\$13.335,55	\$0,00	\$13.335,55	\$1.200,00	\$366,00	\$0,00	\$555,65	0	\$1.642,09	\$3.763,74	
Ejecutivo Comercial 2	Fijo	\$950,00	\$250,00	\$14.727,27	\$1.391,73	\$13.335,55	\$0,00	\$13.335,55	\$1.200,00	\$366,00	\$0,00	\$555,65	0	\$1.642,09	\$3.763,74	
Ejecutivo Comercial 3	Fijo	\$950,00	\$250,00	\$14.727,27	\$1.391,73	\$13.335,55	\$0,00	\$13.335,55	\$1.200,00	\$366,00	\$0,00	\$555,65	0	\$1.642,09	\$3.763,74	
Asistente Administrativo - Cobranzas	Fijo	\$750,00	\$0,00	\$9.204,55	\$869,83	\$8.334,72	\$0,00	\$8.334,72	\$750,00	\$366,00	\$0,00	\$347,28	0	\$1.026,31	\$2.489,59	
Abogado	Variable	\$1.800,00	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	0	\$0,00	\$0,00	
		\$0,00		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00	
TOTAL		\$12.900,00	\$750,00	\$167.522,73	\$13.743,31	\$153.779,42	\$0,00	\$153.779,42	\$11.850,00	\$2.928,00	\$0,00	\$5.487,02		\$16.215,65	\$36.480,67	
Total a Pagar Anualmente				\$190.260,09												

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 61 ROL DE PAGOS AÑO 2

ROL DE PAGOS									ROL DE PROVISIONES							
AÑO 2									AÑO 2							
CARGO	Tipo de Trabajador	SBU mensual	Comisiones 5% por ventas de 5000	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Liquidado a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente	Fijo	\$3.030,00	\$0,00	\$37.186,36	\$3.514,11	\$33.672,25	\$0,00	\$33.672,25	\$3.030,00	\$396,00	\$3.097,62	\$1.403,01	15	\$4.146,28	\$12.072,91	
Coordinador Administrativo	Fijo	\$1.530,00	\$0,00	\$18.777,27	\$1.774,45	\$17.002,82	\$0,00	\$17.002,82	\$1.530,00	\$396,00	\$1.564,15	\$708,45	15	\$2.093,67	\$6.292,26	
Coordinador de Ventas y Marketing	Fijo	\$1.530,00	\$0,00	\$18.777,27	\$1.774,45	\$17.002,82	\$0,00	\$17.002,82	\$1.530,00	\$396,00	\$1.564,15	\$708,45	15	\$2.093,67	\$6.292,26	
Coordinador de Sinistros	Fijo	\$1.530,00	\$0,00	\$18.777,27	\$1.774,45	\$17.002,82	\$0,00	\$17.002,82	\$1.530,00	\$396,00	\$1.564,15	\$708,45	15	\$2.093,67	\$6.292,26	
Ejecutivo Comercial 1	Fijo	\$980,00	\$250,00	\$15.095,45	\$1.426,52	\$13.668,93	\$0,00	\$13.668,93	\$1.230,00	\$396,00	\$1.257,45	\$569,54	15	\$1.683,14	\$5.136,13	
Ejecutivo Comercial 2	Fijo	\$980,00	\$250,00	\$15.095,45	\$1.426,52	\$13.668,93	\$0,00	\$13.668,93	\$1.230,00	\$396,00	\$1.257,45	\$569,54	15	\$1.683,14	\$5.136,13	
Ejecutivo Comercial 3	Fijo	\$980,00	\$250,00	\$15.095,45	\$1.426,52	\$13.668,93	\$0,00	\$13.668,93	\$1.230,00	\$396,00	\$1.257,45	\$569,54	15	\$1.683,14	\$5.136,13	
Asistente Administrativo - Cobranzas	Fijo	\$780,00	\$0,00	\$9.572,73	\$904,62	\$8.668,10	\$0,00	\$8.668,10	\$780,00	\$396,00	\$797,41	\$361,17	15	\$1.067,36	\$3.401,94	
Abogado	Variable	\$1.800,00	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00	
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00	
TOTAL		\$13.140,00	\$750,00	\$170.468,18	\$14.021,65	\$156.446,53	\$0,00	\$156.446,53	\$12.090,00	\$3.168,00	\$12.359,83	\$5.598,15		\$16.544,07	\$49.760,04	
Total a Pagar Anualmente				\$206.206,57												

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 62 ROL DE PAGOS AÑO 3

AÑO 3									AÑO 3						
CARGO	Tipo de Trabajador	SBU mensual	Comisiones 5% por ventas de 5000	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Liquidado a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones
Gerente	Fijo	\$3.060,00	\$0,00	\$37.554,55	\$3.548,90	\$34.005,64	\$0,00	\$34.005,64	\$3.060,00	\$426,00	\$3.128,29	\$1.416,90	15	\$4.187,33	\$12.218,53
Coordinador Administrativo	Fijo	\$1.560,00	\$0,00	\$19.145,45	\$1.809,25	\$17.336,21	\$0,00	\$17.336,21	\$1.560,00	\$426,00	\$1.594,82	\$722,34	15	\$2.134,72	\$6.437,88
Coordinador de Ventas y Marketing	Fijo	\$1.560,00	\$0,00	\$19.145,45	\$1.809,25	\$17.336,21	\$0,00	\$17.336,21	\$1.560,00	\$426,00	\$1.594,82	\$722,34	15	\$2.134,72	\$6.437,88
Coordinador de Sinistros	Fijo	\$1.560,00	\$0,00	\$19.145,45	\$1.809,25	\$17.336,21	\$0,00	\$17.336,21	\$1.560,00	\$426,00	\$1.594,82	\$722,34	15	\$2.134,72	\$6.437,88
Ejecutivo Comercial 1	Fijo	\$1.010,00	\$250,00	\$15.463,64	\$1.461,31	\$14.002,32	\$0,00	\$14.002,32	\$1.260,00	\$426,00	\$1.288,12	\$583,43	15	\$1.724,20	\$5.281,75
Ejecutivo Comercial 2	Fijo	\$1.010,00	\$250,00	\$15.463,64	\$1.461,31	\$14.002,32	\$0,00	\$14.002,32	\$1.260,00	\$426,00	\$1.288,12	\$583,43	15	\$1.724,20	\$5.281,75
Ejecutivo Comercial 3	Fijo	\$1.010,00	\$250,00	\$15.463,64	\$1.461,31	\$14.002,32	\$0,00	\$14.002,32	\$1.260,00	\$426,00	\$1.288,12	\$583,43	15	\$1.724,20	\$5.281,75
Asistente Administrativo	Fijo	\$810,00	\$0,00	\$9.940,91	\$939,42	\$9.001,49	\$0,00	\$9.001,49	\$810,00	\$426,00	\$828,08	\$375,06	15	\$1.108,41	\$3.547,55
Abogado	Variable	\$1.800,00	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00
TOTAL		\$13.380,00	\$750,00	\$173.413,64	\$14.300,00	\$159.113,64	\$0,00	\$159.113,64	\$12.330,00	\$3.408,00	\$12.605,18	\$5.709,28		\$16.872,48	\$50.924,95
Total a Pagar Anualmente					\$210.038,59										

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 63 ROL DE PAGOS AÑO 4

AÑO 4									AÑO 4							
CARGO	Tipo de Trabajador	SBU mensual	Comisiones 5% por ventas de 5000	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones	
Gerente	Fijo	\$3.090,00	\$0,00	\$37.922,73	\$3.583,70	\$34.339,03	\$0,00	\$34.339,03	\$3.090,00	\$456,00	\$3.158,96	\$1.430,79	15	\$4.228,38	\$12.364,14	
Coordinador Administrativo	Fijo	\$1.590,00	\$0,00	\$19.513,64	\$1.844,04	\$17.669,60	\$0,00	\$17.669,60	\$1.590,00	\$456,00	\$1.625,49	\$736,23	15	\$2.175,77	\$6.583,49	
Coordinador de Ventas y Marketing	Fijo	\$1.590,00	\$0,00	\$19.513,64	\$1.844,04	\$17.669,60	\$0,00	\$17.669,60	\$1.590,00	\$456,00	\$1.625,49	\$736,23	15	\$2.175,77	\$6.583,49	
Coordinador de Sinistros	Fijo	\$1.590,00	\$0,00	\$19.513,64	\$1.844,04	\$17.669,60	\$0,00	\$17.669,60	\$1.590,00	\$456,00	\$1.625,49	\$736,23	15	\$2.175,77	\$6.583,49	
Ejecutivo Comercial 1	Fijo	\$1.040,00	\$250,00	\$15.831,82	\$1.496,11	\$14.335,71	\$0,00	\$14.335,71	\$1.290,00	\$456,00	\$1.318,79	\$597,32	15	\$1.765,25	\$5.427,36	
Ejecutivo Comercial 2	Fijo	\$1.040,00	\$250,00	\$15.831,82	\$1.496,11	\$14.335,71	\$0,00	\$14.335,71	\$1.290,00	\$456,00	\$1.318,79	\$597,32	15	\$1.765,25	\$5.427,36	
Ejecutivo Comercial 3	Fijo	\$1.040,00	\$250,00	\$15.831,82	\$1.496,11	\$14.335,71	\$0,00	\$14.335,71	\$1.290,00	\$456,00	\$1.318,79	\$597,32	15	\$1.765,25	\$5.427,36	
Asistente Administrativo - Cobranzas	Fijo	\$840,00	\$0,00	\$10.309,09	\$974,21	\$9.334,88	\$0,00	\$9.334,88	\$840,00	\$456,00	\$858,75	\$388,95	15	\$1.149,46	\$3.693,16	
Abogado	Variable	\$1.800,00	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00	
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00	
TOTAL		\$13.620,00	\$750,00	\$176.359,09	\$14.578,34	\$161.780,75	\$0,00	\$161.780,75	\$12.570,00	\$3.648,00	\$12.850,54	\$5.820,41		\$17.200,90	\$52.089,85	
Total a Pagar Anualmente				\$213.870,60												

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 64 ROL DE PAGOS AÑO 5

AÑO 5									AÑO 5						
CARGO	Tipo de Trabajador	SBU mensual	Comisiones 5% mensual por ventas de 5000	Ingreso Anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto Renta	Líquido a Pagar	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	Días Vacaciones	Aporte Patronal	Total Provisiones
Gerente	Fijo	\$3.120,00	\$0,00	\$38.290,91	\$3.618,49	\$34.672,42	\$0,00	\$34.672,42	\$3.120,00	\$486,00	\$3.189,63	\$1.444,68	15	\$4.269,44	\$12.509,75
Coordinador Administrativo	Fijo	\$1.620,00	\$0,00	\$19.881,82	\$1.878,83	\$18.002,99	\$0,00	\$18.002,99	\$1.620,00	\$486,00	\$1.656,16	\$750,12	15	\$2.216,82	\$6.729,10
Coordinador de Ventas y Marketing	Fijo	\$1.620,00	\$0,00	\$19.881,82	\$1.878,83	\$18.002,99	\$0,00	\$18.002,99	\$1.620,00	\$486,00	\$1.656,16	\$750,12	15	\$2.216,82	\$6.729,10
Coordinador de Simiembros	Fijo	\$1.620,00	\$0,00	\$19.881,82	\$1.878,83	\$18.002,99	\$0,00	\$18.002,99	\$1.620,00	\$486,00	\$1.656,16	\$750,12	15	\$2.216,82	\$6.729,10
Ejecutivo Comercial 1	Fijo	\$1.070,00	\$250,00	\$16.200,00	\$1.530,90	\$14.669,10	\$0,00	\$14.669,10	\$1.320,00	\$486,00	\$1.349,46	\$611,21	15	\$1.806,30	\$5.572,97
Ejecutivo Comercial 2	Fijo	\$1.070,00	\$250,00	\$16.200,00	\$1.530,90	\$14.669,10	\$0,00	\$14.669,10	\$1.320,00	\$486,00	\$1.349,46	\$611,21	15	\$1.806,30	\$5.572,97
Ejecutivo Comercial 3	Fijo	\$1.070,00	\$250,00	\$16.200,00	\$1.530,90	\$14.669,10	\$0,00	\$14.669,10	\$1.320,00	\$486,00	\$1.349,46	\$611,21	15	\$1.806,30	\$5.572,97
Asistente Administrativo Cobranzas	Fijo	\$870,00	\$0,00	\$10.677,27	\$1.009,00	\$9.668,27	\$0,00	\$9.668,27	\$870,00	\$486,00	\$889,42	\$402,84	15	\$1.190,52	\$3.838,78
Abogado	Variable	\$1.800,00	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$22.090,91	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	15	\$0,00	\$0,00
TOTAL		\$13.860,00	\$750,00	\$179.304,55	\$14.856,69	\$164.447,86	\$0,00	\$164.447,86	\$12.810,00	\$3.888,00	\$13.095,90	\$5.931,54	\$150,00	\$17.529,32	\$53.254,76
Total a Pagar Anualmente				\$217.702,61											

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

Depreciación

TABLA 65 DEPRECIACIÓN

DETALLE DEL BIEN	VIDA UTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACION ANUAL
Edificio	20 años	0	5%	0
Muebles y enseres	10 años	\$4.134,14	10%	\$ 413,41
Maquinaria y equipo	10 años	\$0,00	10%	\$ 0,00
Equipo de Computación	3 años	\$8.310,00	33%	\$ 2.742,30
Equipo de Oficina	10 años	\$520,00	10%	\$ 52,00
TOTAL		\$ 12.964,14		\$ 3.207,71

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

Tenemos un valor de \$ 3.207,71 como depreciación de los rubros de muebles y enseres, equipo de computación y equipos de oficina.

Proyección de la Depreciación

Una vez que se determina los valores de la depreciación anual, se procede a realizar la proyección de la depreciación ya que esos valores se emplearán en los diversos estados financieros que nos permitirán determinar la viabilidad de la implementación del proyecto, según siguiente cuadro.

TABLA 66 PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIÓN										
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Muebles y enseres	\$413,41	\$413,41	\$413,41	\$413,41	\$413,41	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Equipo de computación	\$2.742,30	\$2.742,30	\$2.742,30	0	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00
Total	\$3.207,71	\$3.207,71	\$3.207,71	\$465,41	\$465,41	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00	\$52,00

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

6.4 Cálculo de Ingresos

Para el cálculo de ingresos se tomó en consideración la demanda insatisfecha establecida en el capítulo 2 del proyecto de la cual se estima poder tener una participación del mercado del 0.01 % del total del mercado actual que demandan el servicio de seguros, ya que al ser el bróker un intermediario de seguros este recibirá como ingresos la comisión que por cada tipo de ramo se encuentra establecida en el contrato de agenciamiento y que se calcula sobre el valor de la prima del bien asegurado.

Para poder estimar un nivel de ingresos se tomó como los precios máximos y mínimos que en base a la experiencia en el mercado de seguros se determinó para cada ramo y para la proyección se estima un crecimiento del 5% de la demanda desde el año 2 al 5.

TABLA 67 CÁLCULO DE INGRESOS AÑO 1

Cálculo de Comisión promedio por colocación de seguro año 1											
Tipo de seguro	Valor / Tasa Mínima	Valor / Tasa Máxima	Valor promedio de comisión	Demanda Insatisfecha por tipo de seguro 2016	Porcentaje de participación de mercado del total de la demanda insatisfecha 0.01%	Valor mínimo del seguro	Valor máximo del seguro	Valor promedio de seguro	VP x DI	Valor de comisión anual	Valor de comisión mensual
Vida	12%	15%	14%	29.041	3	25	120	\$ 72.50	211	28	2
Accidentes	15%	17%	16%	56.006	6	1.000	4.000	\$ 2.500,00	14.002	2.240	187
Enfermedad	12,50%		13%	74.735	7	1.000	4.000	\$ 2.500,00	18.684	2.335	195
Automóviles	Livianos 15%	Livianos 17%	16%	96.305	10	14.000	45.000	\$ 59.000,00	568.200	90.912	7.576
	Pesados 15%		15%	96.305	10	14.000	45.000	\$ 29.500,00	284.100	42.615	3.551
Incendio	17%	25%	21%	112.204	11	15.000	90.000	\$ 52.500,00	589.071	123.705	10.309
Robo	15%	17%	16%	39.665	4	5.000	9.000	\$ 7.000,00	27.766	4.442	370
Asistencia de Viaje	10%		10%	79.371	8	25	45	\$ 35,00	278	28	2
Transporte	15%	17%	16%	120.291	12	5.000	9.000	\$ 7.000,00	84.204	13.473	1.123
PÓLIZAS											
									Año 1	279.778,78	23.315

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 68 CÁLCULO DE INGRESOS AÑO 2

Cálculo de Comisión promedio por colocación de seguro año 2											
Tipo de seguro	Valor / Tasa Mínima	Valor / Tasa Máxima	Valor promedio de comisión	Incremento de la demanda del servicio 5% con respecto al año anterior	Porcentaje de participación de mercado del total de la demandada insatisfecha 0,01%	Valor mínimo del seguro	Valor máximo del seguro	Valor promedio de seguro	VP x DI	Valor de comisión anual	Valor de comisión mensual
Vida	12%	15%	14%	30.493	3	25	120	\$ 72.50	221	30	2
Accidentes	15%	17%	16%	58.806	6	1.000	4.000	\$ 2.500,00	14.702	2.352	196
Enfermedad	12,50%		13%	78.472	8	1.000	4.000	\$ 2.500,00	19.618	2.452	204
	Livianos 15%	Livianos 17%	16%	101.120	10	14.000	45.000	\$ 59.000,00	596.609	95.458	7.955
Automóviles	Pesados 15%		15%	101.120	10	14.000	45.000	\$ 29.500,00	298.305	44.746	3.729
	17%	25%	21%	117.814	12	15.000	90.000	\$ 52.500,00	618.525	129.890	10.824
Incendio	15%	17%	16%	41.648	4	5.000	9.000	\$ 7.000,00	29.154	4.665	389
Robo	10%		10%	83.340	8	25	48	\$ 35,00	292	29	2
Asistencia de Viaje	15%	17%	16%	126.306	13	5.000	9.000	\$ 7.000,00	88.414	14.146	1.179
Transporte											
PÓLIZAS									Año 2	293.767,72	24.481

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 69 CÁLCULO DE INGRESOS AÑO 3

Cálculo de Comisión promedio por colocación de seguro año 3											
Tipo de seguro	Valor / Tasa Mínima	Valor / Tasa Máxima	Valor promedio de comisión	Incremento de la demanda del servicio 5% con respecto al año anterior	Porcentaje de participación de mercado del total de la demandada insatisfecha 0,01%	Valor mínimo del seguro	Valor máximo del seguro	Valor promedio de seguro	VP x DI	Valor de comisión anual	Valor de comisión mensual
Vida	12%	15%	14%	32.018	3	25	120	\$ 72.50	232	31	3
Accidentes	15%	17%	16%	61.747	6	1.000	4.000	\$ 2.500,00	15.437	2.470	206
Enfermedad	12,50%		13%	82.395	8	1.000	4.000	\$ 2.500,00	20.599	2.575	215
	Livianos 15%	Livianos 17%	16%	106.176	11	14.000	45.000	\$ 59.000,00	626.440	100.230	8.353
Automóviles	Pesados 15%		15%	106.176	11	14.000	45.000	\$ 29.500,00	313.220	46.983	3.915
	17%	25%	21%	123.705	12	15.000	90.000	\$ 52.500,00	649.451	136.385	11.365
Incendio	15%	17%	16%	43.731	4	5.000	9.000	\$ 7.000,00	30.611	4.898	408
Robo	10%		10%	87.507	9	25	48	\$ 35,00	306	31	3
Asistencia de Viaje	15%	17%	16%	132.621	13	5.000	9.000	\$ 7.000,00	92.835	14.854	1.238
Transporte											
PÓLIZAS									Año 3	308.456,10	25.705

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 70 CÁLCULO DE INGRESOS AÑO 4

Cálculo de Comisión promedio por colocación de seguro año 4											
Tipo de seguro	Valor / Tasa Mínima	Valor / Tasa Máxima	Valor promedio de comisión	Incremento de la demanda del servicio 5% con respecto al año anterior	Porcentaje de participación de mercado del total de la demandada insatisfecha 0,01%	Valor mínimo del seguro	Valor máximo del seguro	Valor promedio de seguro	VP x DI	Valor de comisión anual	Valor de comisión mensual
Vida	12%	15%	14%	33.619	3	25	120	\$ 72.50	244	33	3
Accidentes	15%	17%	16%	64.834	6	1.000	4.000	\$ 2.500,00	16.208	2.593	216
Enfermedad	12,50%		13%	86.515	9	1.000	4.000	\$ 2.500,00	21.629	2.704	225
	Livianos 15%	Livianos 17%	16%	111.485	11	14.000	45.000	\$ 59.000,00	657.762	105.242	8.770
Automóviles	Pesados 15%		15%	110.423	11	14.000	45.000	\$ 29.500,00	325.749	48.862	4.072
	17%	25%	21%	129.890	13	15.000	90.000	\$ 52.500,00	681.923	143.204	11.934
Incendio	15%	17%	16%	45.917	5	5.000	9.000	\$ 7.000,00	32.142	5.143	429
Robo	10%		10%	91.882	9	25	48	\$ 35,00	322	32	3
Asistencia de Viaje	15%	17%	16%	139.252	14	5.000	9.000	\$ 7.000,00	97.476	15.596	1.300
Transporte											
PÓLIZAS									Año 4	323.409,08	26.951

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

TABLA 71 CÁLCULO DE INGRESOS AÑO 5

Cálculo de Comisión promedio por colocación de seguro año 5											
Tipo de seguro	Valor / Tasa Mínima	Valor / Tasa Máxima	Valor promedio de comisión	Incremento de la demanda del servicio 5% con respecto al año anterior	Porcentaje de participación de mercado del total de la demanada insatisfecha 0,01%	Valor mínimo del seguro	Valor máximo del seguro	Valor promedio de seguro	VP x DI	Valor de comisión anual	Valor de comisión mensual
Vida	12%	15%	14%	35.300	4	25	120	\$ 72,50	256	35	3
Accidentes	15%	17%	16%	68.076	7	1.000	4.000	\$ 2.500,00	17.019	2.723	227
Enfermedad	12,50%		13%	90.841	9	1.000	4.000	\$ 2.500,00	22.710	2.839	237
Automóviles	Livianos 15%	Livianos 17%	16%	117.059	12	14.000	45.000	\$ 59.000,00	690.650	110.504	9.209
	Pesados 15%		15%	115.944	12	14.000	45.000	\$ 29.500,00	342.036	51.305	4.275
Incendio	17%	25%	21%	136.385	14	15.000	90.000	\$ 52.500,00	716.019	150.364	12.530
Robo	15%	17%	16%	48.213	5	5.000	9.000	\$ 7.000,00	33.749	5.400	450
Asistencia de Viaje		10%	10%	96.476	10	25	45	\$ 35,00	338	34	3
Transporte	15%	17%	16%	146.214	15	5.000	9.000	\$ 7.000,00	102.350	16.376	1.365
PÓLIZAS											
									Año 5	339.579,53	28.298

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

6.5 Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante en la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. A efectos de obtener el flujo de caja se utilizaron los ingresos y egresos operacionales, ingresos y egresos no operacionales, depreciación y amortización.

TABLA 72 FLUJOS

	DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		279.778,78	293.767,72	308.456,10	323.409,08	339.579,53
	Recuperación por ventas		279.778,78	293.767,72	308.456,10	323.409,08	339.579,53
B	EGRESOS OPERACIONALES		208.683,96	224.930,45	229.077,46	230.506,92	234.677,23
	Pago a proveedores		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Mano de obra directa		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Mano de obra indirecta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Gastos de ventas		76.513,60	83.703,43	85.682,44	87.117,93	89.101,60
	Gastos de administración		132.170,36	141.227,02	143.395,03	143.388,99	145.575,63
	Gastos de operación		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		71.094,81	68.837,27	79.378,64	92.902,15	104.902,31
D	INGRESOS NO OPERACIONALES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Créditos a contratarse a corto plazo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Créditos a contratarse a largo plazo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Aportes de capital		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Aportes para futura capitalización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Recuperación inversiones temporales		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Recuperación de otros activos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		38.727,59	37.452,16	40.489,96	31.308,03	35.352,08
	Pago de intereses		1.972,91	1.196,68	420,46	0,00	0,00
	Pago de créditos a corto plazo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Pago de créditos a largo plazo		\$13.460,60	\$13.460,60	\$13.460,60	0,00	0,00
	Pago de participación de utilidades		10.368,28	10.146,09	11.843,73	13.935,32	15.735,35
	Pago de impuestos		12.925,80	12.648,79	14.765,18	17.372,70	19.616,73
	Reparto de impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Reparto de dividendos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Adquisiciones de inversiones temporales		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Adquisición de activos fijos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	otros egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		-38.727,59	-37.452,16	-40.489,96	-31.308,03	-35.352,08
G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)		32.367,22	31.385,11	38.888,68	61.594,13	69.550,23
H	SALDO INICIAL DE CAJA		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
I	SALDO FINAL DE CAJA (G+H)		32.367,22	31.385,11	38.888,68	61.594,13	69.550,23

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

6.6 Punto de equilibrio

(web, 2016)“Se denomina así al estado de equilibrio entre ingresos y egresos de una empresa, sería el umbral donde está próximo a lograrse la rentabilidad. Es el nivel de un negocio en el cual los ingresos igualan a los egresos y que por lo tanto no arroja ni ganancia ni pérdida”.

En el proyecto se tomará en consideración únicamente el punto de equilibrio en valores monetarios, debido a que el valor de la póliza está en función del

Monto Asegurado del bien asegurado, por lo que con la venta de una sola póliza de un valor alto se puede lograr el punto de equilibrio o también se puede requerir de la venta de muchas pólizas de menor valor para poder alcanzar este nivel.

Punto de equilibrio en ventas

Para obtener el punto de equilibrio en las ventas se aplicará la siguiente fórmula:

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CF= Costos Fijos

VT= Ventas totales

CVu= Costo Variable totales

$$PE_{ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE_{ventas} = \frac{197.859,69}{1 - 7.328,40/279.778,78}$$

$$PE_{ventas} = \$203.181,74$$

Se debe vender \$ 203.181,74 a año, \$ 16.931,81 mensual, \$752,52 diario.

La aplicación de esta fórmula nos indica que el punto de equilibrio se da comisionando de la siguiente manera:

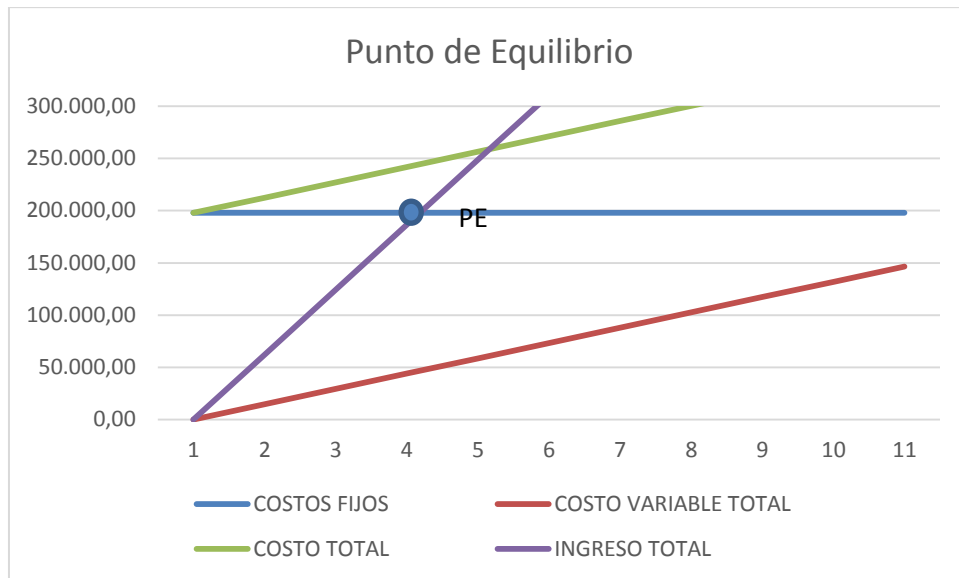


GRÁFICO41 PUNTO DE EQUILIBRIO

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

6.7 Estado de Resultados Proyectados

Para elaborar el Estado de resultados en el Esperado se tomará en consideración una participación en el mercado de: 0,01%

TABLA 73 ESTADO DE RESULTADOS ESPERADO

AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas		\$279.778,78	\$293.767,72	\$308.456,10	\$323.409,08	\$339.579,53
TOTAL INGRESOS		\$279.778,78	\$293.767,72	\$308.456,10	\$323.409,08	\$339.579,53
EGRESOS						
Costos		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos		\$208.683,96	\$224.930,45	\$229.077,46	\$230.506,92	\$234.677,23
TOTAL EGRESOS		\$208.683,96	\$224.930,45	\$229.077,46	\$230.506,92	\$234.677,23
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS UAI		\$71.094,81	\$68.837,27	\$79.378,64	\$92.902,15	\$104.902,31
Gastos financieros (Intereses)		\$1.972,91	\$1.196,68	\$420,46	\$0,00	\$0,00
UAI		\$69.121,90	\$67.640,58	\$78.958,18	\$92.902,15	\$104.902,31
Part. Trabajadores 15%		\$10.368,28	\$10.146,09	\$11.843,73	\$13.935,32	\$15.735,35
Total antes Imp. Renta		\$58.753,61	\$57.494,50	\$67.114,46	\$78.966,83	\$89.166,96
Imp. a la Renta 22%		\$12.925,80	\$12.648,79	\$14.765,18	\$17.372,70	\$19.616,73
UN		\$45.827,82	\$44.845,71	\$52.349,28	\$61.594,13	\$69.550,23
Depreciaciones y Amortizaciones		\$4.045,88	\$4.045,88	\$4.045,88	\$1.303,58	\$1.303,58
Inversiones	-\$67.303,00					
Pago Principal Deuda		\$13.460,60	\$13.460,60	\$13.460,60	\$0,00	\$0,00
Valor de Rescate						
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-\$67.303,00	\$28.321,34	\$27.339,23	\$34.842,80	\$60.290,55	\$68.246,65

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

6.8 Evaluación financiera

La evaluación financiera del proyecto nos va a permitir conocer el flujo de fondos y riesgos del mismo, los instrumentos necesarios y los más importantes que se utilizaran se detallan a continuación:

- a) Indicadores

- b) Valor Actual Neto

La fórmula que aplicaremos para conocer el cálculo del VAN del proyecto es la siguiente:

$$VAN = -I_0 + \frac{FE1}{(1+i)^1} + \frac{FE2}{(1+i)^2} + \frac{FE3}{(1+i)^3} + \frac{FE4}{(1+i)^4} + \frac{FE5}{(1+i)^5}$$

La tasa empleada en el cálculo del VAN es del 18,51% que se compone como sigue:

- 6% tasa pasiva al 30 de junio 2016. (Banco Central).
- 3,38% tasa promedio de inflación al 31 de diciembre 2015. (Banco Central).
- 9,13 tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

TABLA 74 VAN

Inversión	-\$67.303,00
Flujo año 1	\$28.321,34
Flujo año 2	\$27.339,23
Flujo año 3	\$34.842,80
Flujo año 4	\$60.290,55
Flujo año 5	\$68.246,65
VAN	\$ 56.754,83

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

El Valor Actual Neto, VAN, del proyecto será de \$ 56.754,83, esto nos permite conocer que se recuperara la inversión inicial incrementando el Capital de mejor manera que si se la pone a renta fija.

a.2) Tasa Interna de Retorno

Para calcular el TIR se empleará la siguiente fórmula de Baca Urbina 2001, de Evaluación de Proyectos.

$$0 = -I_0 + \frac{FE1}{(1 + TIR)^1} + \frac{FE2}{(1 + TIR)^2} + \frac{FE3}{(1 + TIR)^3} + \frac{FE4}{(1 + TIR)^4} + \frac{FE5}{(1 + TIR)^5}$$

Resolviendo obtenemos:

TABLA 75 TIR

Inversión	-\$67.303,00
Flujo año 1	\$28.321,34
Flujo año 2	\$27.339,23
Flujo año 3	\$34.842,80
Flujo año 4	\$60.290,55
Flujo año 5	\$68.246,65
TIR	46%

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es del 46% para que el VAN sea cero. Esto significa que el proyecto es rentable. El TIR es comparado con el coste de oportunidad que es lo que se dejaría de ganar en caso de una inversión.

a.3) Beneficio Costo

TABLA 76 BENEFICIO - COSTO

SUMATORIA DE INGRESOS BRUTOS	\$ 939.795,04
SUMATORIA DE COSTOS	\$ 691.126,03
SUMATORIA COSTOS + INVERSIÓN INICIAL	\$ 623.823,03
B/C	\$ 1,51

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

El resultado de la relación beneficio costo es de 1.51; lo que indica que por cada dólar de inversión del proyecto se obtendrá una ganancia de 0.51 centavos de dólar, por lo que este proyecto nos indica que el mismo es factible.

a.4) Período de Recuperación

Financiera. (2016) “Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días”.

TABLA 77 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	Inversión	Flujo	Diferencia	Valor calculo tiempo	Tiempo
2016	-\$67.303,00	\$33.089,38	-\$34.213,62		
2017		\$ 28.528,30	-\$5.685,32		
2018		\$ 38.581,56	\$32.896,24	0,15	2 años 1 mes 24 días
2019		\$ 62.902,34	\$95.798,58		
2020		\$ 38.033,19	\$133.831,77		

Fuente: Investigación directa

Autor: La Autora

La inversión será recuperada en 2 años, 1 mes y 24 días.

b) Razones

b.1) Liquidez

(PIPE. 2016) “Las razones de liquidez se utilizan para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo, a partir de ellas se pueden obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas”.

Para obtener la Liquidez aplicaremos la siguiente fórmula:

Liquidez= Activo Circulante / Pasivo a corto plazo

Liquidez= 50.148,05 / 22.716,02

Liquidez del proyecto = 2.21

El proyecto tendrá una liquidez de 2.21 de dinero efectivo que permitirá solventar su deuda durante el primer año y poder satisfacer sus necesidades a corto plazo.

b.2) Rentabilidad

Este índice financiero mide la capacidad del negocio para obtener ganancia o beneficio adicional a la inversión. La rentabilidad permite medir la eficiencia con la que la empresa utiliza sus recursos.

La Rentabilidad será calculada como sigue:

Rentabilidad = Beneficio económico /Activo Total x 100

Rentabilidad = (28.321,34/ 79.478,91)x 100

Rentabilidad = 0.36x100

Rentabilidad = 36%

Al tener una rentabilidad superior al 10% se considera que el proyecto es rentablemente viable.

CONCLUSIONES

- Luego del análisis de mercado realizado, se determina que el proyecto es viable, considerando que en Ecuador el mercado de Seguros no está desarrollado ya que es un país donde no se ha desarrollado la Cultura del Seguro.
- Existe una amplia proyección de nichos de personas y empresas que aún no conocen los beneficios de tener un Seguro el mismo que existe en variedad de productos que ofrecen las Aseguradoras y que se enfocan en satisfacer las necesidades de sus clientes y que utilizan como un canal de venta a las empresas Intermediarias de Seguros o Asesores de Seguros a cambio de un porcentaje de comisión como pago por la venta de sus productos.
- En adición se puede mencionar que dado el crecimiento poblacional y empresarial hay mucha posibilidad de hacer una cartera de clientes que necesitan un asesoramiento y seguimiento correcto para que obtengan un seguro y lo mantengan en el tiempo.
- En el análisis financiero del proyecto podemos notar que sus índices financieros responden a una rentabilidad, liquidez y tiempo de recuperación esperada en una inversión.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la realización y puesta en marcha del presente proyecto considerando que es un emprendimiento que generara ingresos de manera sostenible en el tiempo.
- Se recomienda explorar los nichos de mercado en personas y empresas que por diferentes razones no han tenido la oportunidad de conocer los beneficios que ofrece el contratar un seguro a través de un asesoramiento técnico y financiero.
- Se recomienda conseguir bases de datos de posibles clientes para hacer acercamientos y ofrecer los servicios de asesoramiento e información de cómo opera el seguro y captar nuevas oportunidades de negocio.
- Mantener un servicio que atraiga clientes nuevos y se mantengan los ya captados a efectos de mantener los índices financieros de rentabilidad, liquidez y se recupere la inversión en el tiempo esperado ya que según el estudio realizado este es un proyecto viable.

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA A SER APLICADA

OBJETIVO: Esta encuesta tiene fines académicos que permite con su colaboración analizar el mercado de seguros para personas y su patrimonio en la ciudad de Quito, para orientar que características debe tener un bróker de seguros.

COOPERACIÓN: De antemano le agradecemos por su colaboración en la información que nos proporcionara, le garantizamos que la información se mantiene en forma confidencial.

Sector de residencia Norte () Centro () Sur ()
Periféricos ()

Instrucciones:

Por favor califique usted las siguientes preguntas marcando con una X en su respuesta.

1. ¿Conoce usted lo que es un seguro?
SI () NO ()

2. ¿Cuenta actualmente con un seguro?
SI () NO ()

Si su respuesta es NO pase a la pregunta No. 3 si su respuesta es SI pase a la pregunta 4

3. Si su respuesta fue no ¿Por qué razón no ha contratado un seguro?

No es importante ()

Es muy caro ()

Por desconocimiento ()

Desconfianza ()

Otra razón _____

4. Si su respuesta es sí ¿Por qué medio lo adquirió?

Recomendación personal ()

Publicidad ()

Bróker ()

Página Web ()

Otros _____

5. Por qué razones contraria un Seguro

Protección ()

Prevención ()

Seguridad ()

Status ()

Otros _____

6. ¿Le parece importante contratar un seguro?

SI ()

NO ()

7. ¿Para contratar un seguro le gustaría estar asesorado para elegir la mejor opción?

SI ()

NO ()

8. ¿Cuáles de las siguientes Aseguradoras conoce usted?

Colonial ()

Equinoccial ()

Seguros Oriente ()

Equivida ()

BMI del Ecuador ()

Pan American Life ()

Otras _____

9. ¿Conoce usted que es una Empresa Asesora productora de Seguros, bróker?

SI ()

NO ()

10. ¿Cuáles de los siguiente seguros usted ha contratado?

Tipo de Seguro	Contratado	No Contratado
Vida		
Accidentes Personales		
Salud		
Automóvil		
Incendio		
Robo		
Asistencia de viaje		
Transporte		

11. Considera usted que tener un seguro es:

Gasto ()

Inversión ()

12. ¿Cuál de los siguientes atributos le haría decidirse por un seguro?

Costo ()

Cobertura ()

Asesoría ()

Servicio Posventa ()

13. ¿Qué forma de pago preferiría en el caso de contratar un seguro?

Efectivo ()

Cheque ()

Tarjeta de crédito ()

14. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuevos productos en seguros?

Correo electrónico ()

Internet ()

Teléfono ()

Asesor ()

15. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera más relevantes para contratar un seguro a través de una empresa asesora de seguros?

Alternativas de seguros ()

Costos razonables ()

Calidez en la atención()

Conocimiento de seguros ()

Atención personalizada ()

Infraestructura adecuada ()

16. ¿Si existiera una empresa que le asesore y guie en la contratación de seguros Usted adquirirá uno a través de esta?

SI () NO ()

Nombre:.....
.....

Teléfono:.....
.....

Anexo 2 Póliza de Seguro



HOJA: 1 DE 3

Domicilio Social: Carretera de Pozuelo, 50 - 28222 Majadahonda Madrid (ESPAÑA)
 TELEFONO.....: 902 136 524
 Reg.Mer.De Madrid Tomo 487 Folio 166 Hoja M-9333
 Inscripción 121. - C.I.F. A/28141935

**CONDICIONES PARTICULARES
 SEGURO
 COMBINADO PARA EDIFICIOS DE VIVIENDAS**

Póliza n° 076-1080398758 Spto. n° 01

Vigencia de la póliza: Efecto: desde las 12 horas del 31/08/2010
 Vencimiento: a las 12 horas del 31/08/2011

Duración: ANUAL PRORROGABLE

Forma de pago: TRIMESTRAL con vencimientos 31-AGO.NOV.FEB.MAY.

Revalorización convenida: Incremento precios de consumo Índice: 108.40

Tomador del seguro y asegurado: C.P. RESIDENCIAL JARDINES GUADALAVIAR
 CIF: H97361497 TELEFONO: 963806163
 CL VICENTE RIOS ENRIQUE N° 7
 EDIFICIO CON SEIS PATIOS.
 46015 VALENCIA

*.PRIMA TOTAL ANUAL DEL SEGURO, INCLUIDO SEGURO DE RIESGOS EXTRAORDINARIOS POR EL CONSORCIO DE COMPENSACION DE SEGUROS (R.D. 300/2004)..... 7.324,53 EUROS
 LA PRIMA TOTAL DE LA COBERTURA DE DEFENSA JURIDICA ASCIENDE A 558,59 EUROS
 LA PRIMA DE TARIFA HA SIDO REDUCIDA POR LA APLICACION DE UNA BONIFICACION DE CARACTER TEMPORAL DEL 25%.
 ESTA BONIFICACION TEMPORAL TENDRA UNA DURACION DE 5 AÑOS Y SE REDUCIRA GRADUALMENTE EN CADA VENCIMIENTO HASTA SU TOTAL DESAPARICION EN LA RENOVACION DEL 31/08/2015

Período primer recibo: Desde **/**/**** hasta **/**/**** Moneda: EUROS

	Prima neta	Impuestos	Recargo	Consortio Bonificación	Prima Total
Importe del recibo	***.***,	***.***,	***.***,	***.***,	***.***,
Recibo sucesivo	***.***,	***.***,	***.***,	***.***,	***.***,

Domiciliación de recibos
 CCSB: 750086 99 0601195567
 BANCO POPULAR ESPAÑOL S.A.
 G.V.FERNANDO EL CATOLICO, 27-29
 VALENCIA

Dirección de envío de correspondencia
 ADMINISTRACION JOSE DURA
 CL LA ESTRELLA N° 1 5
 46007 VALENCIA

MAPFRE
 NOU CAMPANAR
 OSCAR RAMON CASALUCCI
 N.º REG 54.545 - Fax 96 348 45 71
 Tel. 96 346 35 58 - Móvil 639 250 527
 Mail: oramonc@mapfre.com

- SE PACTA EXPRESAMENTE QUE LAS COMUNICACIONES ENTRE LA COMPAÑIA Y EL TOMADOR DEL SEGURO A EFECTOS DEL CONTRATO, SE REMITIRAN A LA PERSONA Y DOMICILIO INDICADO EN EL APARTADO CORRESPONDIENTE A DATOS DE CORRESPONDENCIA.

Claves entidad: 02 46 9619 AG.: 0467505 NAN Ref.: 00000000002

MEDIADOR: AGENTE EXCLUSIVO RAMON CASALUCCI, OSCAR JOSE
 * N° DE EDIFICIOS ASEGURADOS: 1
 * DESCRIPCION DEL RIESGO: EDIFICIOS DE VIVIENDAS CON MENOS DEL 25% DE LOCALES COMERCIALES, CON UNA SUPERFICIE TOTAL CONSTRUIDA DE 21.343 METROS CUADRADOS , 800 METROS CUADRADOS DE JARDINES, INSTALACIONES DEPORTIVAS O RECREATIVAS, CALIDAD MEDIA, CONSTRUIDO EN EL AÑO 2003 A BASE DE MATERIALES ESTANDAR Y SITUADO EN CL VICENTE RIOS ENRIQUE 7 EDIFICIO CON SEIS PATIOS. 46015 VALENCIA

BIENES Y VALORES ASEGURADOS

EDIFICIO.....: 16.905.119,52 EUROS DAÑOS ESTETICOS.....: NO ASEGURADOS
 En VALENCIA a 21 de SEPTIEMBRE de 2010

EL TOMADOR DEL SEGURO.



MAPFRE FAMILIAR
 EL PRESIDENTE

Anexo 3. Cálculo de inversión fija total

Inversión fija Total	
Detalle	Valor Total
Muebles y enseres	\$ 4.134,14
Maquinaria y equipo	\$ 0,00
Equipo de computación	\$ 8.310,00
Equipo de Oficina	\$ 520,00
Arriendo	\$ 6.000,00
Total	\$ 18.964,14

Anexo 4. Cálculo de Gastos de Constitución

Gastos de Constitución		
Procedimientos	Tiempo de trámite	Costos
Registro Mercantil	2 día	\$ 235,00
Notaría: anotación marginal	1 día	\$ 20,00
Abogado	5 día	\$ 250,00
Aprobación de constitución	5 días	\$ 400,00
Publicación extracto	1 día	\$ 28,00
Inscripción cámara o gremio	1 día	\$ 310,00
Patente Municipal	5 días	\$ 259,60
Sri: Obtención Ruc	1 día	\$ 0,00
Inscripción historial laboral IESS	1 día	\$ 0,00
Total	22 días	\$ 1.502,60

Anexo 5. Cálculo de Adecuaciones

<i>Adecuaciones</i>				
Descripción	Ubicación	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Sala de reuniones	Oficinas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Adecuación área Administrativa	Oficinas	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Adecuación local Oficinas	Oficinas	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<i>Total</i>				<i>\$ 1.550,00</i>

Anexo 6. Cálculo de Gastos de puesta en marcha

<i>Gastos Puesta en Marcha</i>	
Detalle	Costo
Anuncio en página web	\$ 125,00
Útiles de oficina	\$ 5,00
Teléfono	\$ 60,00
<i>Total</i>	<i>\$ 190,00</i>

Anexo 7. Cálculo de imprevistos

<i>Imprevistos</i>	
Detalle	Valor
5% de la inversión fija total	\$ 948,21
<i>Total</i>	<i>\$ 948,21</i>

Anexo 8. Cálculo de inversión diferida total

<i>Inversión diferida total</i>	
Descripción	Valor
Gastos de Constitución	\$ 1.502,60
Adecuaciones	\$ 1.550,00
Puesta en marcha	\$ 190,00
Imprevistos	\$ 948,21
Total	\$ 4.190,81

Anexo 9. Estado de Situación Inicial

Al 31 de diciembre de 2016

ACTIVOS	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 50.148,05	
Caja Bancos	\$ 50.148,05		
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		\$ 12.964,14	
Maquinaria	\$ -		
Muebles y enseres	\$ 4.134,14		
Equipo de Computación	\$ 8.310,00		
Equipo de Oficina	\$ 520,00		
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>		\$ 16.366,72	
Gastos de Constitución	\$ 1.554,40		
Puesta en Marcha	\$ 20,00		
Adecuaciones de planta	\$ 8.340,10		
Imprevistos	\$ 1.372,66		
Depreciaciones y Amotizaciones	\$ 5.079,56		
TOTAL ACTIVOS			<u>\$ 79.478,91</u>
PASIVO			
<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 22.716,02	
Proveedores	\$ 6.000,00		
Otras cuentas por pagar	\$ 16.716,02		
<u>PASIVOS DIFERIDOS</u>		\$ 40.381,80	
Obligaciones Financieras	\$ 40.381,80		
TOTAL PASIVOS			<u>\$ 63.097,82</u>
PATRIMONIO			
Capital Social		\$ 16.381,10	
TOTAL PATRIMONIO			<u>\$ 16.381,10</u>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			<u>\$ 79.478,91</u>

BIBLIOGRAFÍA

ABC, D. (07 de mayo de 2016). www.definicionabc.com/. Obtenido de www.definicionabc.com/:
<http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad. (2014). Programa Nacional Sanitario Porcino. Quito: Agrocalidad.

ANACSE;. (2015). Desarrollo de los ramos de seguros en el 2014. Riesgo Asegurable, 25.

ANARE, Asociación Nacional de Restaurantes del Ecuador. (2015). Informe de competitividad del sector. Guayaquil: EPC.

Anzil, F. (06 de 05 de 2016). Zona Económica. Obtenido de Zona Económica: <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Betancourt, Á. (11 de Diciembre de 2013). <https://curiosoando.com/que-es-el-mercado-objetivo>. Recuperado el 9 de Noviembre de 2015, de <https://curiosoando.com>

Calberg, C. (2003). Análisis de los negocios con Excel. México: Pearson Educación.

Cárdenas, P. (2000). Gran Enciclopedia del mundo . Bilbao: DURVAN S.A.

Costales , L. (2010). El mercado y sus complejidades. Bogota: 3R.

Ecuador en cifras;. (11 de octubre de 2014). Ecuador en Cifras. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-mar-2014/10_anios/201403_EnemduPresentacion_10anios.pdf:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

elblogsalmon.com. (12 de junio de 2016). <http://www.elblogsalmon.com/>. Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/>:
<http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>

Enciclopedia Encarta. (2004). Historia de Londres. Mexico: Encarta.

Espinel Cárdenas, A. (2012). Agencia Asesora productora de seguros. Quito: UPS.

ESPINEL CARDENAS, A. (2014). Agencia Asesora productora de seguros. Quito: UPS.

Financiera, P. y. (12 de junio de 2016). <http://biblioteca.itson.mx/>. Obtenido de http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p11.htm

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2013). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua. Quito: Inec.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). Estadística Nacionales. Quito: INEC.

Intendencia de Seguros del Ecuador;. (2015). Analisis del Sector Asegurador del país. Quito: SBS.

Ismael Granados, L. L. (s.f.). Contabilidad gerencial. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

MICIP, BANCO MUNDIAL;. (21 de Diciembre de 2011). Programa jóvenes empresarios, competir y triunfar. Proyecto de comercio exterior e integración. MICIP - BIRF 4346-EC. Obtenido de <HTPP://ybiz/aybizweb/training/manual.htm>.: <HTPP://ybiz/aybizweb>

org, W. (16 de marzo de 2016). Wikipedia . Obtenido de Wikipedia org: https://es.wikipedia.org/wiki/Contrato_de_seguro

Osorio, M. (13 de junio de 2014). Según w.w.w.agrytec.com. Recuperado el 12 de Nov de 2014, de Según w.w.w.agrytec.com/ ASPE Datos estadísticos sector porcino Ecuatoriano 2014

PIPE. (12 de junio de 2016). <http://pipe777.tripod.com/>. Obtenido de <http://pipe777.tripod.com/>: <http://pipe777.tripod.com/id6.html>

REVISTA EKOS. (2014). Especial de seguros. EKOS, 35.

Sánchez Flores, O. (2000). La institución del Seguro en México (primera ed.). México: Porrúa.

web, D. (12 de junio de 2016). Definiciones web. Obtenido de Definiciones web: <http://www.loshornoslp.com.ar/capacitacion/diccionario.htm>