

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
SISTEMA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA

Modelo de empresa para la comercialización de seguros en la
provincia de Santa Elena

AUTOR:

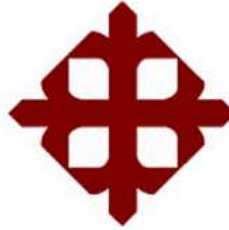
ING. GEOVANNY GALLEGOS LOZANO

**Trabajo de Graduación previo a la Obtención del título de:
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TUTOR:

ECON. MARIA DEL CARMEN LAPO MAZA

Guayaquil, Ecuador
2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Ingeniero Comercial, Geovanny Gallegos Lozano, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

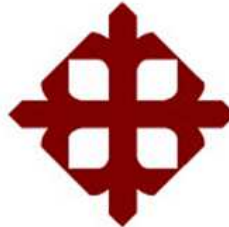
REVISOR(ES)

Ing. Diómedes Rodríguez, MBA

Mgs. Linda Raymon de Salazar

DIRECTOR DE LA CARRERA

Econ. María del Carmen Lapo Maza



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Geovanny Gallegos Lozano**

DECLARO QUE:

La Tesis **MODELO DE EMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA** previa a la obtención del **Grado Académico de MASTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS** ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 6 días del mes de noviembre del año 2.013

EL AUTOR

Geovanny Gallegos Lozano



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Geovanny Gallegos Lozano**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución de la **Tesis de Magíster en Administración de Empresas** titulada: **Modelo de empresa para la comercialización de seguros en la provincia de Santa Elena**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de Mayo del año 2013

EL AUTOR

Geovanny Gallegos Lozano

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que aportaron un grano de arena en mi vida y contribuyeron enormemente en mi desarrollo profesional y personal, de quienes saqué el mejor provecho de cada uno para cada día intentar ser una mejor persona.

Una mención especial a mis padres, los cuales son el pilar del cual sostengo mi vida.

Geovanny Gallegos Lozano

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico especialmente a mi familia, empezando por mis padres: Luis y Lucy, quienes con su apoyo moral y sabios consejos me hacen sentir siempre especial y muy querido. A mis hermanas: Fernanda, Daniela y Paola, quienes facilitaron mi entorno con su cariño y comprensión. A mis amigos, de los cuales siempre tuve palabras de aliento en los momentos difíciles. También a Amadeus, nuestro fiel compañero.

Geovanny Gallegos Lozano

Índice de Contenido

Resumen Ejecutivo	XIII
Introducción	1
Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos.....	4
Hipótesis	5
Hipótesis General	5
CAPÍTULO I.....	6
1.1 Definición de seguro	6
1.2 Características de los contratos de seguros	6
1.3 Elementos del contrato de seguros.....	8
1.4 Sujetos del contrato de seguros.....	9
1.5 Clasificación de los seguros.....	10
1.6 Clasificación de las empresas asesoras de seguros	11
1.7 Comercialización de seguros	11
1.7.1 Determinación del precio	12
1.7.2 Promoción de ventas	12
1.7.3 Ventas de seguros	13
CAPÍTULO II.....	14
2.1 La Provincia de Santa Elena.....	14
2.2 Cantón La Libertad	15
2.3 Cantón Santa Elena.....	17
2.4 Cantón Salinas.....	19
2.5 La cultura e interrelación de los habitantes de la Península de Santa Elena.....	21
2.7 Factores que inciden en la protección del patrimonio familiar.....	22
2.8 Incremento comercial de los Seguros en El Ecuador	23
2.9 Ramos de seguros comercializados en el mercado ecuatoriano	25
2.9.1 Ramos generales.....	25
2.9.2 Ramos Técnicos	27
2.9.3 Ramo de Transporte	29
CAPÍTULO III.....	30
3.1 Problema e identificación de variables independientes	30
3.2 Metodología de Investigación	30
3.3 Segmentación de población.....	31
3.3.1 Grupo objetivo.....	33
3.4 Determinación de la muestra	33

3.5 Técnicas de recolección.....	34
3.5.1 Entrevista a profundidad	34
3.5.2 Encuesta.....	39
CAPÍTULO IV.....	51
4.1 Información General de la empresa.....	51
4.2 La administración.....	52
4.2.1 Organigrama	52
4.2.2 Manual de Funciones.....	53
4.2.3 Cronograma de ejecución	57
4.3 Plan estratégico	57
4.3.1 Misión.....	57
4.3.2 Visión	58
4.3.3 Objetivos estratégicos.....	58
4.3.4 Pilares estratégicos de gestión	58
4.3.5 Clasificación del producto o servicio	59
4.3.6 Análisis de concentración de la industria	60
4.4 Aspecto innovador del modelo de empresa	62
4.5 Mercado del modelo de empresa.....	62
4.5.1 Proveedores.....	62
4.5.2 Competidores.....	65
4.5.3 Canales de Distribución	66
4.6 Análisis Sectorial.....	66
4.6.1 Análisis Factores Internos y Externos claves.....	66
4.7 Análisis Macroeconómico	68
4.8 Estrategia Comercial.....	69
4.8.1 Marca	69
4.8.2 Características del producto	69
4.8.3 Promoción.....	81
4.8.4 Posicionamiento.....	86
CAPÍTULO V.....	87
5.1 Proceso productivo	87
5.2 Capacidad de producción	87
5.2.1 Capacidad máxima	87
5.2.2 Capacidad proyectada	88
5.3 Estimación de ventas.....	88
5.4 Costos operativos	90
5.4.1 Costos directos	90
5.4.2 Costos indirectos	91
5.5 Inversiones del modelo de empresa	92
5.5.1 Activos fijos	92
5.5.1 Activos diferidos.....	93

5.6 Depreciaciones	93
5.7 Financiamiento.....	94
5.7.1 Tabla de Amortización del Crédito	94
CAPÍTULO VI.....	97
6.1 Estado de Resultados Proyectado	97
6.2 Flujo de Caja Proyectado.....	98
6.3 Balance General Proyectado	99
6.4 Análisis de Costo Unitario	100
6.5 Análisis Financiero.....	100
6.5.1 Índices Financieros	100
6.5.2 Ratios Financieros	102
6.5.3 Índices de Riesgo Financiero.....	102
6.5.4 Razones Financieras	103
Conclusiones	105
Recomendaciones	107
Bibliografía.....	108
Anexos.....	110
Anexo #1: Tabla de evaluación de tasas de ramos de seguros en una industria	110
Anexo #2: Cuestionario de Encuesta.....	111
Anexo #3: Modelo Contrato de Agenciamiento.....	114
Anexo #4: Ranking de empresas aseguradoras	117
Anexo #5.....	118

Índice de Tablas

Tabla 1. Segmentación de mercado	33
Tabla 2. Encuesta pregunta 1	39
Tabla 3. Encuesta pregunta 2	40
Tabla 4. Encuesta pregunta 3	41
Tabla 5. Encuesta pregunta 4	42
Tabla 6. Encuesta pregunta 5a	43
Tabla 7. Encuesta pregunta 5b	44
Tabla 8. Encuesta pregunta 5c	45
Tabla 9. Encuesta pregunta 6	47
Tabla 10. Encuesta pregunta 7	48
Tabla 11. Encuesta pregunta 8	49
Tabla 12. Encuesta pregunta 9	50
Tabla 13. Datos de la empresa	51
Tabla 14. Capital social	51
Tabla 15. Listado de Accionistas	52
Tabla 16. Factores internos claves	67
Tabla 17. Factores externos claves	67
Tabla 18. Control de atención - niño sano	70
Tabla 19. Cobertura de enfermedades preexistentes	71
Tabla 20. Plan Infinity e Infinity Plus	71
Tabla 21. Plan Sigma	72
Tabla 22. Cotización Vehículo regular	76
Tabla 23. Cotización Vehículo lujo	77
Tabla 24. Plan Estructura hogar	79
Tabla 25. Plan Estructura hogar	79
Tabla 26. Plan A: Estructura y contenido	80
Tabla 27. Plan D: Estructura y contenido	80
Tabla 28. Plan G: Estructura y contenido	81
Tabla 29. Capacidad máxima	88
Tabla 30. Capacidad proyectada	88

Tabla 31. Estimación de demanda de seguros.....	89
Tabla 32. Proyección de ingresos por ventas	89
Tabla 33. Insumos directos	90
Tabla 34. Mano de obra directa	90
Tabla 35. Resumen de costos directos.....	90
Tabla 36. Gastos de personal indirecto	91
Tabla 37. Gastos generales.....	91
Tabla 38. Resumen de costos indirectos	91
Tabla 39. Resumen de la inversión.....	92
Tabla 40. Inversión en activos fijos	92
Tabla 41. Inversión en activos diferidos.....	93
Tabla 42. Depreciación anual	93
Tabla 43. Amortización anual.....	94
Tabla 44. Resumen del financiamiento.....	94
Tabla 45. Amortización del crédito a 30 meses	95
Tabla 46. Estado de Resultados.....	97
Tabla 47. Flujo de caja.....	98
Tabla 48. Balance general	99
Tabla 49. Análisis de costo unitario	100
Tabla 50. Payback	101
Tabla 51. Índices descontados	101
Tabla 52. Tasa de rendimiento promedio	102
Tabla 53. Punto de equilibrio	102
Tabla 54. Valor agregado sobre ventas	103
Tabla 55. Índice de liquidez	103
Tabla 56. Margen neto de utilidad.....	103
Tabla 57. Rotación de activos.....	104
Tabla 58. Dupont	104
Tabla 59. Ranking Aseguradoras con base en activos consolidados	117

Índice de Figuras

Figura 1. Escudo de Santa Elena	14
Figura 2. Bandera de Santa Elena.....	15
Figura 3. Ubicación del cantón La Libertad.....	16
Figura 4. Malecón La Libertad	16
Figura 5. Pasaje Monseñor Enrique Julhes	18
Figura 6. Salinas y su playa.....	19
Figura 7. Infraestructura Hotelera en Salinas	20
Figura 8. Seguro de Vida y Asistencia Médica en América Latina.....	23
Figura 9. Edad de habitantes de Santa Elena	32
Figura 10. Población económicamente activa en Santa Elena.....	32
Figura 11. Determinación de la muestra	34
Figura 12. Encuesta pregunta 1	40
Figura 13. Encuesta pregunta 2.....	41
Figura 14. Encuesta pregunta 3.....	42
Figura 15. Encuesta pregunta 4.....	43
Figura 16. Encuesta pregunta 5a.....	44
Figura 17. Encuesta pregunta 5b.....	45
Figura 18. Encuesta pregunta 5c.....	46
Figura 19. Encuesta pregunta 6.....	47
Figura 20. Encuesta pregunta 7.....	48
Figura 21. Encuesta pregunta 8.....	49
Figura 22. Encuesta pregunta 9.....	50
Figura 23. Organigrama General	52
Figura 24. Diagrama de ejecución del modelo de empresa.....	57
Figura 25. Pilares estratégicos de gestión	59
Figura 26. Página web Ecuatoriano Suiza	62
Figura 27. Página web AIG Metropolitana	63
Figura 28. Página web BMI Ecuador	64
Figura 29. Canal de distribución Agenpen	66
Figura 30. Logotipo corporativo Agenpen	69

Figura 31. Banner publicitario Agenpen.....	82
Figura 32. Tríptico publicitario Agenpen (frente).....	84
Figura 33. Tríptico publicitario Agenpen (dorsal)	85
Figura 34. Proceso de venta.....	87

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo presenta los principales aspectos de los seguros, su composición y clasificación, la manera como le damos valor a determinada forma de proceder al momento de contratar una póliza y cuál es la mejor opción que nos ofrece el mercado hoy en día.

El principal estudio se realiza con los habitantes de la provincia de Santa Elena, sector del Ecuador donde nací y me crié en mi niñez, de donde se obtienen muchos datos relevantes en lo que respecta a conocimiento en materia de seguros, de los cuales se desprende la resistencia de los habitantes a contratar un servicio a empresas que no son del entorno propio de la sociedad local, el poco conocimiento que se tiene al contratar y reclamar una póliza de seguros, la poca o casi nula oferta del servicio de asesoría local lo que conlleva a promover la falta de interés de los habitantes.

En el presente trabajo se dan las pautas para empezar con la creación de una empresa asesora, requisitos legales y económicos para realizar este emprendimiento. Se explica cómo se puede contratar de una mejor forma y se da por sentado que para este tipo de actividades se necesita estar bajo la supervisión de personas capacitadas y que estén ligadas al sector asegurador, razón por la que se designa en calidad de gerente general al Ing. Giovanni Gallegos Lozano, profesional con experiencia técnica en jefatura de indemnizaciones de una aseguradora multinacional reconocida a nivel mundial y experiencia en el campo específico y de control de otras empresas.

Para concluir, el modelo de negocio ofrece la oportunidad de crear plazas de trabajo al entorno local y más que todo saca la venda de los ojos a

las personas que en este preciso momento no sabrían cómo manejarse ante determinada situación debido a la poca asesoría recibida.

Introducción

El mercado asegurador ecuatoriano está compuesto por muchas empresas de procedencia nacional e internacional, cada una con su prestigio adquirido a través de su gestión dedicada en los diversos productos que ofrecen. Algunas con más conocimiento en ciertas áreas o ramos, lo que las hace líderes en el mercado y ser las más reconocidas por sus servicios, ingresos y utilidades.

En el mes de junio del año 2012 se elaboró un informe por parte de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, donde mostraba los principales indicadores de gestión de las compañías de seguros en ese periodo (Subdirección de Estudios, 2012). En dicho informe indican la importancia de las compañías de seguros para la economía nacional, mostrando datos como el incremento de 7,86% en el primaje del 2012 con respecto al año anterior, a pesar de las normativas enviadas por la Junta Bancaria que afectaban, en cierta manera, la sostenibilidad de ciertas empresas. Algunas de las normas expedidas en el año 2012 son las siguientes:

- Gobierno Corporativo.
- Transparencia de información.
- Prevención de lavado de activos.
- Clasificación y valoración de inversiones.
- Auditor interno.

Estas normas han pretendido regular de mejor manera la gestión de las empresas de seguros, desvinculando a sus accionistas de otros negocios, promoviendo herramientas de gestión y mejorando el control para robustecer sus organizaciones, en procura de delinear la toma de decisiones y de responsabilidades corporativas.

El mismo organismo (Subdirección de Estudios, 2013), emitió un nuevo informe donde indica que la concentración del mercado para seguros en el país aumentó a septiembre de 2012, el índice CR5¹ se mostró un 40,74% superior a los índices de los últimos seis años.

Ahora bien, para saber en dónde se debe asegurar y que es lo más conveniente se deben tomar en consideración características que en el momento oportuno es de mucho interés para el contratante de seguros como por ejemplo: ¿qué tan confiable es la empresa donde estoy asegurando?, o ¿qué me protege? y ¿de qué estoy excluido?, también se debe saber cuánto se está cancelando como prima por ese servicio que se está contratando y lo más importante ¿tiene liquidez la empresa para cancelarme en el momento que me suceda algún siniestro? Aparte que se debe considerar qué tan ágil es al momento de contratar o de indemnizar.

Si bien es cierto, se dice que la mayoría de la gente que contrata un seguro califica si su empresa es excelente, buena, mala o regular en función de que tan rápido es cancelado el reclamo luego que se lo hace conocer a la aseguradora; es por esto que, lógicamente después de lo indicado se podrá dar por sentado que los seguros más difíciles de colocar son los de vida, ya que es el único seguro que el contratante no sabe si la empresa con la que lo adquirió tiene el resultado esperado ya que la indemnización será a favor de sus herederos, pero, en el resto de ramos, el contratante, está en pleno conocimiento de lo expuesto.

Por otro lado, un asesor de seguros o “bróker”, es un intermediario entre el contratante y la empresa aseguradora, por tanto es el encargado de dar soporte en lo que se refiere a la forma de contratar, qué empresa es la conveniente para determinado bien y qué requisitos debe reunir el contratante del servicio para facilitar el negocio.

¹ Índice que resulta de sumar el peso de las cinco empresas de seguros con mayor participación en primas emitidas.

Actualmente en Santa Elena no existe ninguna empresa de seguros con instalaciones establecidas en la provincia y esto se convierte en un gran problema para sus habitantes.

El motivo principal es que para reclamar por algún siniestro de cualquier tipo, deben acercarse a otras ciudades, principalmente a Guayaquil, causando mucho malestar por el tiempo y recursos perdidos.

Muchos de los habitantes de la provincia de Santa Elena que tienen su patrimonio no lo tienen asegurado o no conocen plenamente los beneficios y coberturas de los diferentes tipos de seguro que se pueden ofrecer y en caso de conocerlos, no confían en que si sucediera algún imprevisto, puedan tener una solución ágil y eficaz.

Este modelo de negocio es muy importante porque sería la primera empresa con oficinas físicas instaladas en la provincia de Santa Elena y atendiendo exclusivamente a sus habitantes brindando una asesoría integral en lo que respecta a riesgos y reclamación, algo que no se ha desarrollado aun en la provincia, manejada exclusivamente por una persona de conocimiento técnico en lo que respecta a reclamación de seguros de diversos ramos con experiencia en el campo asegurador multinacional quién ha tenido relación con todas las participantes que han interactuado en el medio como: proveedores de servicio, talleres a nivel costa y sierra, parte operativa de aseguradoras locales e internacionales, incluso brokers costa, sierra y austro.

Esta asesoría integral busca dar a conocer a toda la ciudadanía de la provincia sus derechos al contratar una póliza así como las obligaciones contraídas. El modelo de negocio creará plazas de trabajo sustentables y tiene como finalidad apalancarse en el recurso del conocimiento.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar el estudio de factibilidad sobre la creación de una empresa Asesora de Seguros en la provincia de Santa Elena, que permita determinar si será aceptada por el mercado y factible financieramente.

Objetivos Específicos

- a) Revisar aspectos teóricos sobre modelos de comercialización de seguros.
- b) Realizar una investigación de mercado, donde se puedan conocer más a fondo las necesidades del mercado objetivo del modelo de empresa.
- c) Analizar la oferta y demanda de seguros en la provincia de Santa Elena.
- d) Proponer un modelo de comercialización de seguros.
- e) Diseñar un plan financiero con proyecciones de ingresos y gastos para los próximos cinco años.
- f) Evaluar financiera y económicamente el modelo de empresa y determinar si su aplicación es aceptada.

Hipótesis

Hipótesis General

La creación de una empresa asesora de seguros incrementará la demanda del servicio de forma local y ayudará en temas de recuperación de siniestros en la provincia de Santa Elena?

Variable dependiente: Incrementará la demanda del servicio en la provincia de Santa Elena y ayudará en temas de recuperación de siniestros.

Variable independiente: La creación de una empresa asesora de seguros.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL Y CONCEPTUAL

1.1 Definición de seguro

El escritor italiano, banquero y dueño de empresas de seguros, AntígonoDonati, definió a los seguros como: “Una operación económica con la cual, mediante la contribución de muchos sujetos igualmente expuestos a eventos económicamente desfavorables, se acumula la riqueza para quedar a disposición de aquellos a quienes se presente la necesidad” (Donati, 1960)

A raíz de esta definición, se fundamentan los principios sobre los que se sustenta la institución aseguradora: el principio mutual y la organización empresarial.

El principio mutual, o de compensación entre sujetos expuestos al mismo riesgo, constituida bajo principios de solidaridad y ayuda mutua (Fratlicelli , 2005). Y, por otro lado, la organización empresarial, que servirá como medio para acumular las aportaciones de los participantes y que generará liquidez suficiente para garantizar solvencia y estabilidad para muchos años.

1.2 Características de los contratos de seguros

En un contrato de seguros se puede encontrar las siguientes características:

- Es un acto de comercio.- Dado que es un contrato celebrado entre el asegurado y el asegurador regulado por el código de comercio y las leyes de cada país.

- Es un contrato solemne.- Se entiende por solemne desde el momento que el asegurador firma la póliza suscrita.
- Es un contrato bilateral.- Dado que el contrato es celebrado entre ambas partes, lo cual genera derechos y obligaciones para cada una de ellas. El contratante se obliga a cancelar una prima, el asegurador se obliga a cancelar los daños contratados por un hecho incierto, sublime y accidental.
- Es un contrato oneroso.- Significa para ambas partes un enriquecimiento y empobrecimiento inversamente proporcional dado que al contratante se le obliga la cancelación de una prima y al asegurador se le obliga que asuma un riesgo incierto.
- Es un contrato aleatorio.- El hecho de representar tanto una utilidad para una parte como una pérdida para la otra basados en una contingencia incierta lo convierte en aleatorio. Los riesgos están medidos en base a tabla que mantienen las aseguradoras pero lo que no está muy controlado es la frecuencia de ocurrencia de los eventos.
- Es un contrato de adhesión.- Las cláusulas son establecidas por el asegurador, por tanto, el asegurado no puede emitir criterio sobre el contenido sino más bien aceptarlo o negarlo, de ahí el hecho de que el asegurado tenga libertad de adherirse al contrato
- Si existiese el interés asegurable, el contrato de seguros puede tener como objeto toda clase de riesgos. A continuación se cita alguno de los siguientes riesgos:
 - De Incendio
 - Daños en cosechas
 - Duración de la vida
 - Eventos del mar
 - Eventos en transporte por mar y/o tierra

1.3 Elementos del contrato de seguros

El instituto Ohio National(2011), clasifica a los elementos del contrato de seguro de la siguiente manera:

- El interés asegurable.
- El riesgo asegurable.
- La prima.
- La obligación del asegurador de indemnizar.

a) El interés asegurable

Se entiende como el valor económico que recae en un bien, dicha relación cuando se haya amenazada por un riesgo se considera interés asegurable. Este interés asegurable es el requisito que debe existir previa la contratación de la cobertura del riesgo.

Se entiende fácilmente el principio del interés asegurable si se tiene en cuenta lo que se está asegurando, en otras palabras, el objeto del contrato no es el bien amenazada por un evento catastrófico incierto, sino el interés del contratante en que el evento no se realice.

Si se tiene en cuenta lo indicado se podrá valorar que si no tenemos el interés asegurable, se produciría un aumento en la siniestralidad, lo que llevaría a un aumento en el valor de las primas.

b) El riesgo asegurable

Es un evento incierto, sublime o accidental del cual se produzca una pérdida patrimonial. El evento que se ampare debe ser algo posible para que origine un riesgo.

Si de este acontecimiento incierto dependiera la voluntad del asegurado no habría la posibilidad de seguro. Hoy por hoy las aseguradoras

han desarrollado ciertos índices y normas para medir el riesgo y generar las garantías que debe seguir el asegurado para contar con la cobertura.

Depende del riesgo que se desea cubrir es el valor de la prima, por tanto los riesgos más altos son castigados con una prima más elevada que los riesgos bajos o tradicionales. La póliza es un elemento muy importante en el contrato de seguro por lo que todo dentro de ésta debe estar previsto.

El asegurador no puede asumir todos los riesgos ya que no todos son asegurables, es por eso que existen ciertos límites en coberturas y primas.

c) La prima

Este es un elemento muy importante en el contrato de seguro ya que es el valor que debe pagar el asegurado para que el asegurador asuma la obligación de resarcir las pérdidas patrimoniales y daños que ocasionare el posible evento.

El monto que resulta se fija tomando en cuenta la probabilidad de ocurrencia y la indemnización que se contrate.

d) Obligación del asegurador a indemnizar

Es un elemento necesario en dicho contrato de seguro ya que si no se incluye en el mismo no surte el efecto deseado.

Es importante debido a que el asegurado cancela una prima esperando que el asegurador cumpla con su obligación en caso del posible evento.

Cuando ocurre un daño, la indemnización es el valor a pagar por la consecuencia del daño perpetuado.

1.4 Sujetos del contrato de seguros

Dentro de esta relación contractual encontramos a los siguientes sujetos (Contreras Strauch, 1999):

- El asegurador (Empresa de Seguros).
- El asegurado.
- El beneficiario.

Se entiende como *asegurador* a la persona jurídica que se encarga de pagar condicionalmente una suma de dinero en caso de que se efectúe o materialice algún siniestro previa contratación del mismo y el pago convenido mediante una prima pactada.

Se conoce como *asegurado*, a la persona natural o jurídica que contrata una póliza con el objetivo de trasladar el riesgo a una tercera persona (aseguradora). El asegurado debe indicar cuales son las condiciones mediante las cuales deberá estar amparado su riesgo y el asegurador deberá aceptar las condiciones y colocar las garantías que deberán ser cubiertas por el asegurado.

Se conoce como *beneficiario* a la persona que recibe el pago de la indemnización en caso de efectuarse un siniestro. No necesariamente debe cumplir con las garantías de las pólizas ni debe haber sido él quien contrate la póliza con la aseguradora.

1.5 Clasificación de los seguros

De acuerdo con su objeto los seguros privados pueden clasificarse en seguros sobre las personas y seguros sobre las cosas (GNP Seguros, 2010).

- Los seguros que tratan sobre la vida, los accidentes personales y contra enfermedades se los conoce comúnmente como los seguros

sobre las personas, los mismos que se encierran en un solo ramo² conocido como seguro de vida; por otro lado los seguros con cobertura para accidentes o enfermedades son una variante o entiéndase como cobertura especial de los seguros de vida. El medio de contratación puede ser de forma personal o colectiva.

- Por otra parte los seguros que cubren los daños patrimoniales de un individuo, el robo, el lucrocesante, los daños y robos en medios de transporte, responsabilidad civil, etc. se conoce como los seguros sobre las cosas.

1.6 Clasificación de las empresas asesoras de seguros

Los asesores productores de seguros se clasifican en:

- Agentes de seguros con relación de dependencia;
- Agentes de seguros sin relación de dependencia; y,
- Agencias asesoras productoras de seguros

La actividad de los asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros, no podrá ser otra que la definida en la Ley General de Seguros (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2012). *Ver anexo #5*

1.7 Comercialización de seguros

Primero se deberá entender el concepto general sobre comercialización. Comercialización es la acción de poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

²Ramo de seguro es una forma de organización y clasificación de las distintas modalidades de seguro, en función de su homogeneidad y naturaleza (riesgo cubierto, operativa, condicionado, tipo de siniestro, etc.).

Para poder comercializar seguros es indispensable tener un conocimiento muy amplio en materia de asegurabilidad ya que es impensable que cualquier empresa sin conocimiento previo lo pueda realizar de una buena forma. La comercialización de este tipo de servicio está basada en la confianza depositada en el consumidor final y esta debe ser retribuida con conocimiento técnico ya que en caso de ocurrencia de algún evento esporádico se debe estar alerta sobre las recomendaciones previas dadas por la aseguradora y así evitar pasar malos ratos con alguna negativa que podría darse en caso de no cumplir con estas recomendaciones (garantías de la póliza)

1.7.1 Determinación del precio

Debido a que una empresa asesora de seguros no dispone de las armas suficientes para colocar el valor de la prima a cancelar por la contratación de determinada póliza es importante ofrecer un valor agregado al cliente, el mismo que podría estar enfocado al análisis periódico de las condiciones de trabajo, en caso de contratación de una póliza para la industria, ya que al mejorar el riesgo de ocurrencia de un siniestro es de vital importancia para negociar una mejor tarifa en la próxima negociación.

Se recalca que el asesor de seguros no suscribe el precio de la póliza sino más bien es el que transmite los datos de su cliente a la aseguradora para que realice su análisis y emita la póliza deseada.

1.7.2 Promoción de ventas

La promoción de ventas es siempre necesaria para impulsar una mayor aceptación del mercado en materia de seguros, con esto se puede ejecutar campañas de creación de coberturas creadas a la medida de cada persona o industria con mejores beneficios.

Como ya se mencionó el asesor de seguros no impone el valor de la prima ya que es de absoluta potestad de la aseguradora pero si puede interferir en la inclusión de ciertas coberturas que se podrían obtener por el mismo valor.

Es importante constar con un equipo ganador al momento de la comercialización y el primer paso es la capacitación constante ya que a la vez que se comercializa también se analiza cierto riesgo técnico que podría ser consultado por el interesado en la contratación.

1.7.3 Ventas de seguros

La competencia entre brokers y aseguradoras complican la comercialización especialmente en países de Latinoamérica. Los factores más preponderantes son: el desconocimiento de las coberturas y beneficios, además de la situación económica de los individuos.

Otro factor que limita la mejor asesoría en materia de asegurabilidad es el desconocimiento de los riesgos a los que se está expuesto, lo cual se transmite de una forma equivocada; por tanto, la función principal del asesor es determinar esos riesgos imperceptibles y tratar de encontrar la mejor solución para cubrirlo.

Participantes del mercado a junio de 2012

En el cuadro siguiente, se muestran a junio de 2012, todas las compañías aseguradoras que participaron en el mercado acorde el ranking de activos. Las cinco empresas más importantes del sector son: QBE Colonial, Seguros Sucre, ACE, Seguros Equinoccial y AIG Metropolitana, que representan cerca del 38% del primaje nacional. Ver Anexo.

CAPÍTULO II

LOS SEGUROS INDIVIDUALES EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

2.1 La Provincia de Santa Elena

Santa Elena es la provincia más joven del Ecuador ya que su proclamación se da un 7 de noviembre del 2007. Santa Elena anteriormente era parte del Guayas conjuntamente con las ciudades de Salinas, La Libertad y Santa Elena respectivamente. Este sector del Ecuador está bendecido con una importante infraestructura hotelera, puertos, aeropuerto, refinería, muelles y varios atractivos turísticos que la convierten en un referente turístico a nivel nacional.

Figura1. Escudo de Santa Elena



Fuente: Prefectura de Santa Elena

Con el hecho de la provincialización se han incentivado ciertas actividades y se han creado nuevas plazas de trabajo lo que ha dado lugar al mejoramiento de la calidad de vida de la gente de cada una de las ciudades que la conforman.

Figura2. Bandera de Santa Elena



Fuente: Prefectura de Santa Elena

2.2 Cantón La Libertad

La Libertad es el cantón con el nivel de comercio más desarrollado en la provincia ya que cuenta con los principales negocios comerciales locales y mercados.

Según datos del INEC en su más reciente censo (2010), el Cantón La Libertad tiene una superficie de 25,6 Km², su población según datos del Censo de Población y Vivienda de noviembre del 2.010, es de 95.942 habitantes; de los cuales 47.912 son mujeres y 48.030 son hombres, La Libertad es un cantón netamente urbano, en él no existen parroquias rurales ni recintos, su densidad poblacional es de 3.747 habitantes por Km².

Figura3. Ubicación del cantón La Libertad



Fuente: Municipio de La Libertad

Otro dato que se recalca según el último censo del INEC (2010) es que la población del cantón es mayoritariamente joven, menor de 20 años, 41.938, que representa el 43,71 % de la población del cantón La Libertad, con una alta tasa de fecundidad, para jóvenes entre 12 y 19 años es de 31.34% y para las jóvenes entre 19 y 25 es de 43.42 %. El nivel de instrucción de la población en el área del modelo de empresa es mayoritariamente secundario, es decir, posee una instrucción media.

Figura4. Malecón La Libertad



Fuente: Prefectura de Santa Elena

2.3 Cantón Santa Elena

Según la información que se obtiene de la página de la prefectura de Santa Elena, el territorio de lo que actualmente conforma la Ciudad de Santa Elena, fue descubierta por el español Francisco Pizarro un 18 de Agosto de 1527, lugar que aún guarda de forma muy recelosa sus tradiciones y costumbres a través de los tiempos.

Santa Elena es el cantón más grande de la provincia y cabecera cantonal. En este amplio territorio conformado por una extensión de tierra que abarca 3,668.90 km² de extensión territorial forma parte de la ruta del Spondylus, famosa por sus paradisíacas playas y hermoso paisaje.

Figura5. Pasaje Monseñor Enrique Julhes



Fuente: Prefectura de Santa Elena

Otro aspecto que se debe reconocer es que la industria petrolera llevó a cabo su origen en lo que actualmente ocupa el territorio de san José de Ancón, lugar de donde se proveía petróleo para que sea manufacturado en la refinería de la Libertad.

Las coordenadas que componen el Cantón Santa Elena se encuentra situado de la siguiente forma: al oeste y al norte limita con el cantón Puerto López, al sur limita con el Océano Pacífico y el cantón Playas; al este con la ciudad de Guayaquil; y al oeste con los cantones La Libertad, Guayas y el Océano Pacífico.

De acuerdo al censo del 2010 efectuado por el INEC en el cantón Santa Elena, cabecera cantonal, es el cantón más poblado de la provincia con un Total de 144.076 habitantes, de los cuales 70.680 corresponden a mujeres y 73.396 corresponden a hombres.

La gran mayoría de la extensión de tierras de Santa Elena es de índole rural conformada por comunas y recintos, consideradas tierras ancestrales, en donde se desarrolla actividades como la agricultura, pesca y ecoturismo, ésta última recientemente.

2.4 Cantón Salinas

El Cantón Salinas es uno de los más antiguos de los que confirman la Península ya que su nacimiento se da el 1 de enero de 1938, por Decreto Supremo expedido por el entonces Jefe Supremo de la nación Gral. G. Alberto Enríquez Gallo, con fecha 22 de diciembre de 1937. Su nombre se origina en su muy alta fuente de producción de sal que fueron explotados por medio de los pozos que se encuentran principalmente en la zona de la vía a Punta Carnero.

Figura6. Salinas y su playa



Foto: Leonardo Rivadeneira

Las coordenadas del Cantón Salinas, se encuentra ubicado en el extremo occidental de la costa central de Ecuador, en la denominada península de Santa Elena.

Según información del INEC en su censo del 2010 cantón Salinas tiene un territorio de 68 Km² y posee su cabecera cantonal, que es la parroquia urbana de Salinas y dos parroquias rurales que son Anconcito y Muey. Su territorio está limitado por el Norte, el Sur oeste y el Oeste por el Océano Pacífico, por el Este por el Cantón La Libertad y por el sureste por el Cantón Santa Elena.

Salinas cuenta con una buena infraestructura hotelera que va desde hoteles de prestigio como el Barceló Colón Miramar, El Calipso, etc. y una variedad de hoteles tres estrellas: Hotel Las Conchas, Don Mincho, Mediterráneo, Punta Carnero Inc, Francisco, entre otros. Además cuenta con muchos lugares de venta de comida del mar.

Figura7. Infraestructura Hotelera en Salinas



Fuente: ANDES

2.5 La cultura e interrelación de los habitantes de la Península de Santa Elena

Podríamos definir a la cultura como una construcción teórica a partir de los comportamientos de los individuos de un grupo; por tanto, nuestro conocimiento de determinado grupo va a estar enfocado en la observación de las actitudes de determinados miembros de ese grupo que vamos a poder concretar en patrones específicos de comportamiento racional e irracional. Las personas poseen su mapa mental, su guía de comportamiento o también llamada cultura personal, la cual en su mayoría se encuentra formada por patrones de comportamiento que comparte con su grupo social.

Existen algunas definiciones de cultura y sociedad:

(Spradley, 1975). Cultura es definida como el conocimiento adquirido que las personas utilizan para interpretar su experiencia y generar comportamientos.

Collingwood ha definido cultura como: todo lo que una persona necesita saber para actuar adecuadamente dentro de un grupo social.

El ámbito socio cultural de los habitantes de esta área geográfica se caracteriza por poseer diversas actitudes y particularidades típicas de los oriundos de la zona que hacen juego con su legado ancestral, el cual tiene como punto de partida su organización institucional, las mismas que son llamadas “comunidades”, en su mayoría en la parte norte de la península, las que son pequeñas comunidades de nativos peninsulares. Las comunidades de este sector de la población son hogares formados por individuos del mismo círculo, lo que hace conservar el estatus social, económico y la misma ubicación.

¿Pero a qué se debe esta poca aceptación de la gente que viene de otros lugares y cómo ha ido superándose esta disposición intrínseca entre los individuos de distintas comunidades?; En primer lugar tenemos, que como bien se mencionaba la cultura de los habitantes de la península data de los años de la cultura Valdivia (4000 AC-1500 AC), la cultura más antigua

del Ecuador y América según relatos de muchos historiadores (Victor Emilio Estrada., 1956), esto quiere decir que su relación con el pasado es muy antigua y celosa ya que guarda secretos y por sobretodo costumbres y tradiciones.

Con el pasar de los años varios pueblos del Ecuador, especialmente de Manabí, fueron asentándose en la zona norte hasta casi apropiarse en algunos casos de su propia cultura y tradición. El comunero aprendió a vivir con otras personas que les resultaban extrañas al principio, pero poco a poco fueron tomando su espacio. Esta costumbre fue extendiéndose no solo en la parte norte de la provincia sino hasta la parte sur donde comprende la cabecera cantonal de Santa Elena, La Libertad y Salinas.

2.7 Factores que inciden en la protección del patrimonio familiar

Se puede definir a la familia como el núcleo elemental de la sociedad sobre la cual descansa la organización de las sociedades modernas. El individuo se desarrolla bajo el amparo de la misma desde los primeros años, por tanto, es una necesidad natural del ser humano tan necesaria para subsistencia de la sociedad.

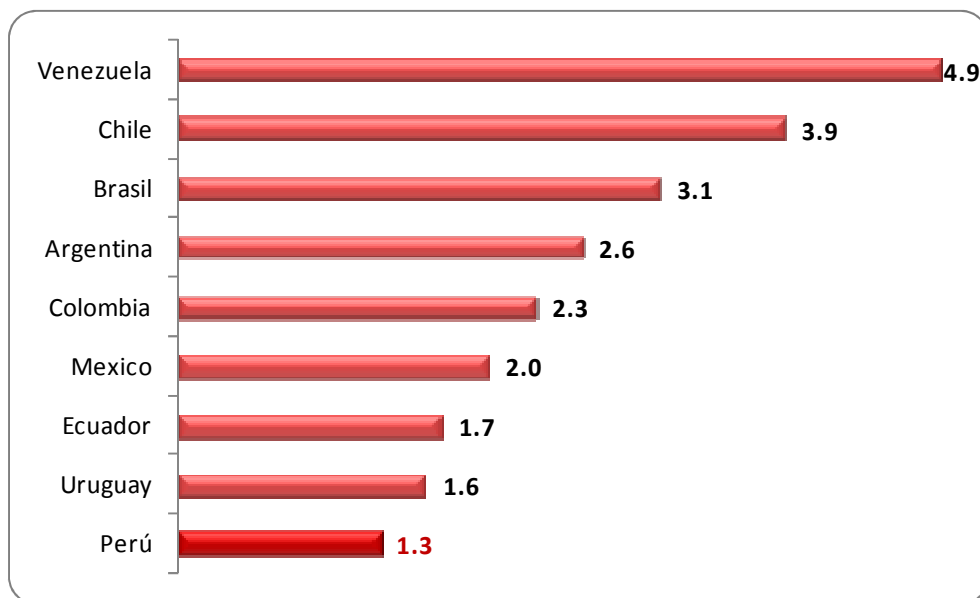
Según Ernesto Gutierrez y González en su libro El Patrimonio, (Gutiérrez y González, 1999), indica que el origen de la palabra patrimonio se deriva del término latino "Patrimonium" y significa: hacienda que una persona ha heredado de sus ascendientes o bienes propios que se adquieren por cualquier título, palabra concebida desde los orígenes del hombre quienes buscaban la forma de proteger sus bienes, para lo cual crearon una figura que los regulara, estando presente la protección patrimonial desde el origen del derecho.

Desde esta concepción se podría indicar que las personas siempre han estado sujetas a la protección de sus bienes y la primera opción que

encontraron fue la de protección y el amparo legal. Con el pasar de los tiempos y debido a que las circunstancias iniciales eran diferentes y dicho patrimonio estaba expuesto no solo a la avaricia del hombre para intentar poseerlos sino que estaba proclive a experimentar sucesos accidentales y fortuitos se incluye el modelo de beneficio por asociación de acumulación de primas en un bien común, lo que estructuralmente conocemos como seguro.

2.8 Incremento comercial de los Seguros en El Ecuador

Figura8. Seguro de Vida y Asistencia Médica en América Latina



Fuente: Swiss Re 2010

Analizando los resultados se puede observar como en El Ecuador existe una penetración de 1.7 en el mercado de seguros de asistencia médica (penúltimo lugar en comparación a Latinoamérica); por tanto, se deduce que el mercado se encuentra en expansión al interior del país, no se diga de la región materia de análisis.

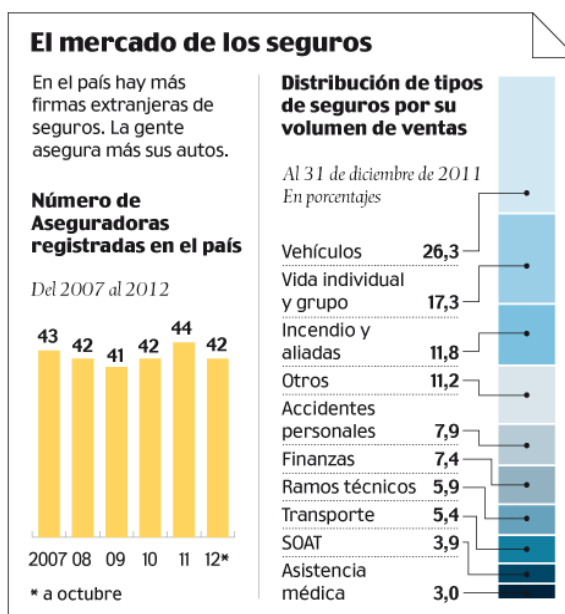
Según un artículo publicado en la página web de diario El Comercio (2012) y tomando como fuente la Asociación de Seguros del Ecuador

(Acose) indica que las 42 empresas del mercado asegurador ecuatoriano cerraron el año con ingresos por 1.450 millones de dólares, un 11.5% más que el año anterior (2011) lo que hace pensar que el panorama es alentador en la industria en los años venideros. También se acota que en estos 2 últimos años este sector ha experimentado un importante crecimiento debido al ingreso de firmas multinacionales como ACE de Estados Unidos que adquirió Río Guayas, empresa nacional ligada al Banco de Guayaquil; Mapfre de igual forma adquirió la empresa Atlas; QBE lo propio con Colonial y Liberty que fusionó Seguros Cervantes y Panamericana a su patrimonio.

El alza del sector asegurador más la competencia en precios y servicio en el mercado hace pronosticar una buena demanda del servicio incluso en lugares donde no era tan aceptado ni comercializado en gran escala.

Los productos que más se comercializaron fueron en el 2012 según la Acose: seguro de vehículos, vida individual y grupo, incendio y líneas aliadas

Figura 14. El mercado y su distribución en el Ecuador



Fuente: Asociación de compañías de seguros del Ecuador-ACOSE

2.9 Ramos de seguros comercializados en el mercado ecuatoriano

El mercado ecuatoriano está compuesto de diversas compañías aseguradoras, quienes ofrecen distintos productos los cuales están enfocados en proteger o salvaguardar el riesgo patrimonial, personal, de construcción, entre otros. Esta clasificación dentro del argot asegurador se conoce como ramos. La determinación del valor del seguro es muy variable ya que este depende de ciertos factores como cantidad de activos, que otros tipos de seguros con la empresa suscriptora poseen, la siniestralidad de años anteriores; por tanto, es un poco difícil poder hablar claramente de costos individuales, para efectos de realizar las proyecciones de ventas se utilizarán casos promedios. A continuación se describen algunos ramos de seguros y sus respectivas coberturas principales:

2.9.1 Ramos generales

Este ramo y sus derivados se encargan de la protección para el asegurado y sus bienes. Entre los principales tenemos:

a) Incendio

Están cubiertos las pérdidas o daños a los bienes a consecuencia de incendio, terremoto, explosión, acto malicioso o vandalismo, erupción volcánica y/o temblor, daños por agua, etc. Entre las extensiones de sus coberturas están el cubrir las acciones que se realicen para evitar daños mayores entre otras.

b) Robo

Está cubierto el robo y/o asalto, también se incluyen los daños por intento de robo, deterioro, pérdidas o destrucción de los bienes asegurados siempre y cuando el daño se haya producido por las siguientes causas:

Robo con violencia: Cuando los delincuentes se apoderan del bien por medio de la fuerza o hechos violentos.

Robo con amenaza: Cuando el robo es producido por medio de amenazas con el objetivo de la sustracción del bien.

Hurto: Cuando se produce una desaparición misteriosa del bien.

c) Responsabilidad Civil

Están cubiertos los daños personales y/o patrimoniales de un tercero, persona natural o jurídica, en los que el asegurado esté legalmente comprometido a resarcir ya sea por causa directa de sus operaciones en los alrededores de sus predios.

d) Accidentes Personales

Está cubierta la persona contratante de la póliza contra muerte, incapacidad total y permanente, y gastos médicos como consecuencia de un evento accidental que pueda ser causado en el transcurso de sus labores o en el desenvolvimiento de sus actividades diarias.

f) Fidelidad

Están cubiertos los actos dolosos y fraudulentos de empleados de una empresa asegurada esté actuando de forma personal o en colusión con otros empleados.

g) Vehículos

Está cubierto el vehículo del asegurado por daños siempre y cuando sean ocasionados por un evento fortuito, sublime y accidental. Las principales coberturas son: pérdida parcial por daños, pérdida parcial por robo, pérdida total por daños, pérdida total por robo, responsabilidad civil y

gastos médicos por ocupante. Estas coberturas están amparadas siempre y cuando no sean exclusiones de la póliza emitida por la aseguradora.

2.9.2 Ramos Técnicos

En esta cobertura se trata de cubrir todo riesgo para la industria y construcción. Entre los principales tenemos:

a) Equipo Electrónico

Están cubiertos todos los daños que se puedan producir en los equipos electrónicos que posea la empresa y/u hogar. Los mismos pueden darse de la siguiente forma:

- Robo con violencia
- Daños por Cortocircuito, alto voltaje
- Daños a consecuencia de Incendio, impacto de rayo, explosión de cualquier tipo, implosión
- Daños a consecuencia de Inundación, acción del agua y humedad.

b) Equipo y Maquinaria

Está cubierta la maquinaria y los equipos que se utilicen dentro de los predios del asegurado a consecuencia de un evento accidental que provoque daños en los mismos:

Coberturas Básicas:

- Daños a consecuencia de Incendio y/o rayo
- Daños a consecuencia por colisión por objetos en movimiento o estacionarios, descarrilamiento, hundimiento del terreno, deslizamiento de tierra, volcamiento.
- Daños por eventos fortuitos y accidentales que se produzcan por descuido y negligencia del conductor.
- Daños a consecuencia de Explosión

- Robo, asalto.
- Daños que se produzcan durante el montaje y desmontaje de la maquinaria.

c) Todo Riesgo Contratista

Están cubiertas las actividades fortuitas durante la construcción de toda clase de obras civiles tales como: edificios, represas, túneles, carreteras, puentes, etc. Se da cobertura amplia tanto contra daños sufridos por la obra, así como el daños en el equipo de construcción, se cubren daños ocasionados a terceros producto de una mala ejecución durante el proceso de la obra.

Coberturas Básicas:

- Daños a consecuencia de Incendio, rayo y/o explosión.
- Daños a consecuencia de terremoto, maremoto, temblor, y erupción volcánica.
- Daños provocados por huracán, Ciclón, tempestad, vientos, inundación, desbordamiento.
- Robo y asalto.
- Perdidas a consecuencia de infidelidad de empleados.
- Errores de construcción.
- Mala ejecución por negligencia, impericia, inexperiencia y sabotaje.
- Daños por cortocircuito, sobretensión.
- Daños a consecuencia de transporte o movilización dentro de la obra.
- Daños y pérdidas que generen una Responsabilidad civil extracontractual.

e) Lucro cesante Rotura de Maquinaria e incendio

Es un producto en el que se están cubriendo perdidas de utilidad del negocio a consecuencia de incendio catastrófico, rotura de maquinaria que

paralice las actividades totales de la industria, etc. La finalidad de esta cobertura es que el negocio actúe de tal forma como si estuviera operativo.

2.9.3 Ramo de Transporte

Están cubiertas las Materias primas, maquinaria, mercaderías, y los bienes que se importen según el giro de negocio.

a) Libre de Avería particular (LAP)

Están cubiertos los daños materiales que sufran los bienes asegurados siempre y cuando los mismos se produzcan a consecuencia directa de los siguientes eventos:

- Pérdidas causadas a consecuencia de Terremoto, erupción volcánica, temblor, maremoto y tsunami.
- Pérdidas causadas a consecuencia de Inundación, anegación, crecida, agujajes y desbordamiento de ríos.
- Pérdidas causadas por avalancha y deslizamiento de tierra, etc.
- Pérdidas causadas a consecuencia de ciclón, tifón, huracán, naufragio, encalladura, buque haciendo agua y necesidad de buscar un puerto de refugio, colisión del medio de transporte con una sustancia sólida.
- Pérdidas causadas a consecuencia de descarrilamiento, volcadura.

b) Todo Riesgo Daños

Están cubiertos los daños materiales que sufra los bienes asegurados durante su traslado.

c) Todo Riesgo Hurto

Están cubiertas las pérdidas que sufran los bienes asegurados a consecuencia de hurto.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1 Problema e identificación de variables independientes

Debido a la falta de cultura de contratación de seguros individuales en la Provincia de Santa Elena ya que muchos de los bienes de los habitantes de la zona se encuentran muy expuestos al riesgo. Los factores que inciden de forma determinante en esto son: falta de información sobre conocimiento a la exposición del riesgo, falta de oferta del servicio de contratación o simplemente porque a las empresas que emiten las pólizas no ven rentable el mercado, hemos considerado que por medio de este trabajo de investigación daremos una oportunidad para conocer, ampliar y profundizar estos factores; así como la forma de implementar un modelo de empresa, el que servirá para la generación de empleo y bienestar en la provincia para garantizar la sostenibilidad de la economía local.

3.2 Metodología de Investigación

El alcance de la investigación determina el horizonte al que se quiere llegar a partir de la recopilación de información y tabulación de la misma. De estos resultados se podrá dar a conocer qué beneficios ofrece a determinado segmento o población en los ámbitos: social, humanístico, educativo, salubre, religioso, cultural, deportivo, por nombrar algunos aspectos.

Se categorizó este modelo de empresa mediante el tipo de investigación cuantitativa y descriptiva, la misma que se basa en la recolección de datos para luego ser objeto de análisis cuantitativos y numéricos de variables previamente escogidas. Se realizaron

también entrevistas personalizadas para obtener información de primera mano con la población que forma parte de este estudio.

Se utilizó para el desarrollo de este modelo de empresa, una investigación de tipo exploratoria para saber cuáles son las necesidades de cada cliente potencial.

La recopilación de datos para esta investigación de mercado se hará a partir de herramientas cuantitativas, en particular se utilizará la investigación por encuesta.

El objetivo de esta investigación es recopilar información que luego será de utilidad para realizar encuestas focalizadas para una determinada muestra que se obtendrá utilizando el método probabilístico (Evans & Rosenthal, 2005).

Una vez definido el tipo de investigación que se va a utilizar en el modelo de empresa, el estudio se va a dar de dos formas:

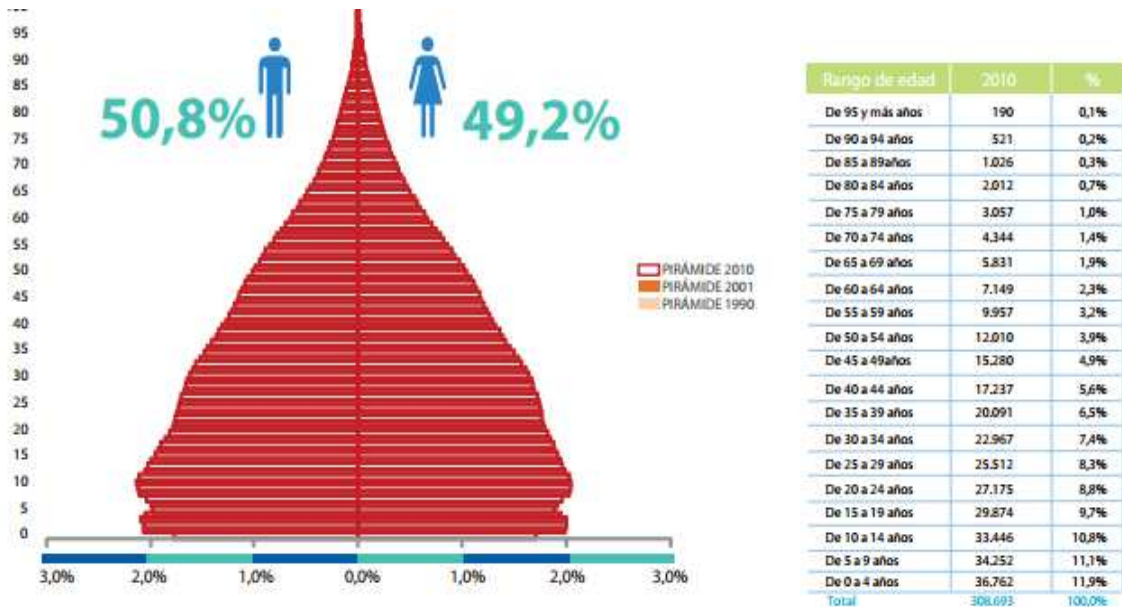
- Encuestas a posibles contratantes del servicio de asesoría.
- Entrevistas a profundidad con sectores de la población (bróker de seguros y cliente potencial)

3.3 Segmentación de población

La segmentación del mercado está enfocado principalmente al mercado objetivo, el cual será extraído del universo de habitantes de la provincia de Santa Elena, éste mercado será objeto de análisis de la propuesta del modelo de empresa.

La segmentación se realizó considerando factores relevantes y de interés para el modelo de empresa. Se escogió a la población con edades comprendidas entre los 20 y 64 años. En la figura 11 se muestra un detalle más amplio sobre los diferentes rangos de edades de la población de la provincia de Santa Elena.

Figura9. Edad de habitantes de Santa Elena



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Una forma de segmentar a la población económicamente apta para contratar seguros, es a través del tipo de ocupación que realizan. En este caso se seleccionó a las personas con las siguientes actividades laborales: empleados privados, trabajen en cuenta propia, empleados del Estado y patronos.

Figura10. Población económicamente activa en Santa Elena



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Del total de 73.734 personas económicamente aptas para ser asegurados y con edades entre 20 y 64 años, se pretende que el proyecto abarque únicamente al 10%, dando un total de 7.373 potenciales clientes.

Tabla 1. Segmentación de mercado

Descripción	Datos
Total habitantes Prov. Santa Elena	308.693
Edades 20 a 64 años	157.378
Población económicamente apta	73.734
Mercado meta (10%)	7.373

Fuente: Investigación de Campo

3.3.1 Grupo objetivo

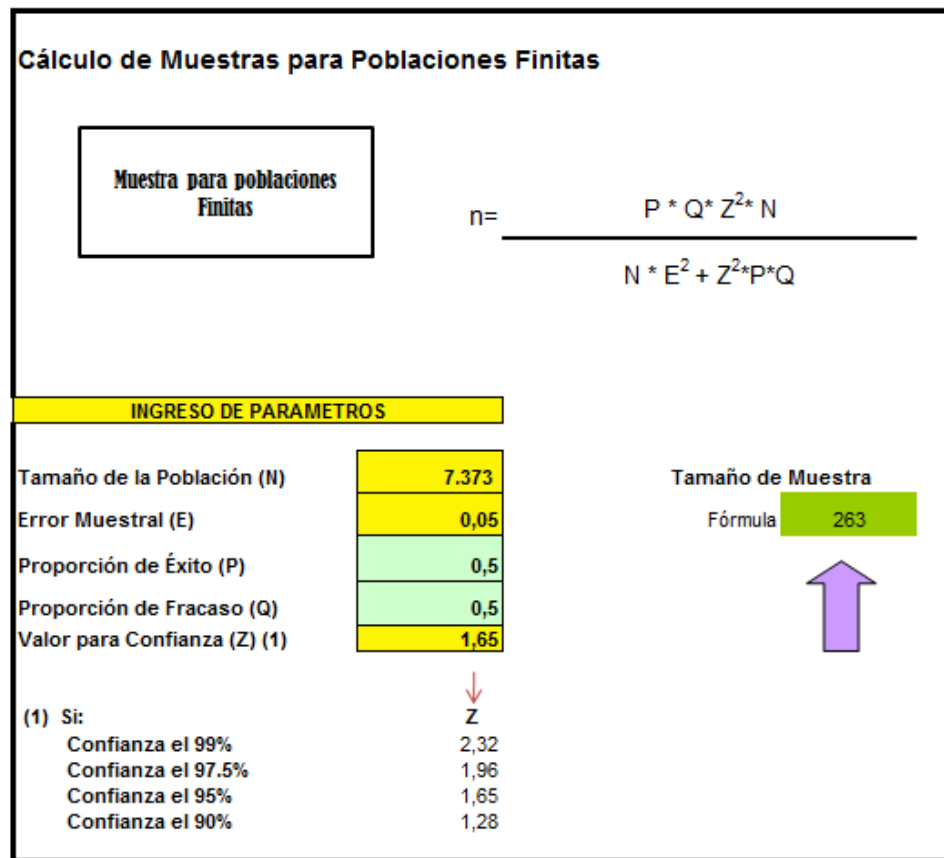
El mercado objetivo serán las personas que habiten en la provincia de Santa Elena con edades comprendidas entre 20 y 64 años, de nivel socio-económico medio y medio alto, que tengan la necesidad de asegurarse contra las eventualidades que se puedan presentar en cuanto a su salud-vida y su patrimonio.

Estamos planteando la posibilidad real de implementación de este modelo de negocio; por tanto, el presente trabajo de investigación debe basarse en datos reales apuntando al mercado objetivo señalado.

3.4 Determinación de la muestra

Para la obtención del tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula para poblaciones finitas, con los datos detallados en la segmentación.

Figura11. Determinación de la muestra



Fuente: Investigación de campo

3.5 Técnicas de recolección

A continuación se presenta el resumen de las dos técnicas utilizadas en la investigación de mercado: Entrevistas a profundidad y encuestas.

3.5.1 Entrevista a profundidad

Para efectos de la investigación se efectuaron diversas entrevistas a personas que estarían ligados al sector asegurador para tener información de primera mano en lo que respecta a contratación y servicio que se deriva de la tenencia de seguros de cualquier ramo.

Entrevista a Iván Morales R. (Proveedor de servicios de la Base Naval de Salinas, habitante de la provincia de Santa Elena, residente en La Libertad).

Entrevistador: ¿Iván me puedes ayudar con unas preguntas?

Iván: Claro dime en que te puedo ayudar.

Entrevistador: Es acerca de contratación de seguros. Estoy realizando un trabajo para mi tesis y es con respecto a seguros, me puedes dar tu opinión con respecto a cómo se realiza la contratación de seguros en la provincia?

Iván: Bueno, personalmente yo tengo negocios con el sector público y para las adjudicaciones generalmente me solicitan seguros de fianzas (buen uso de anticipo, cumplimiento de contrato, etc.)

Entrevistador: ¿Y cómo contratas?

Iván: Hace tiempos había una persona que te podía ayudar con eso en Santa Elena pero tengo entendido que ya no lo está haciendo, ahora por cada póliza que necesito tengo que irme a Guayaquil y hacerlo por mi propia cuenta.

Entrevistador: ¿Tienes contactos en la aseguradora?

Iván: Precisamente eso es lo que no tengo y por eso me demoro más de lo de costumbre, por eso te llamé la semana pasada para que me ayudes.

Entrevistador: Si recuerdo que me llamaste pero te di el contacto y me dijo que si te iban a ayudar.

Iván: si por fin ya pude tener la póliza, es un contrato de 80,000 Usd. Que tengo con la Base Naval y si no entregaba la póliza le adjudicaban a otra persona.

Entrevistador: ¿Qué pasó con la persona que tramitaba las pólizas en Santa Elena?

Iván: Ya no lo hace porque al parecer se peleó con un socio

Entrevistador: ¿Pero tenían alguna empresa constituida?

Iván: Que yo sepa no, tenía un socio en Guayaquil quien si era broker o tenía una empresa pero el contacto en Santa Elena no sabía nada, solo se

encargaba de buscar los clientes acá. Puedes creer que una vez me sacaron 200 Usd. sacarme una póliza?

Entrevistador: ¿Si sabias que el broker no te debería sacar ni un centavo por entregarte la póliza? Ellos comisionan por medio de la aseguradora donde colocan al cliente.

Iván: Bueno yo no sabía eso pero él siempre cobraba por hacer eso, igual me la entregaba rápido y como la necesitaba me tocaba pagar.

Entrevistador: ¿Tú crees que haya sacado dinero a otras personas?

Iván: No te puedo asegurar pero si me lo hizo a mí se lo hizo a todo el mundo, de todas formas tú sabes que la gente no sabe mucho de esas cosas acá y le pueden ver la cara.

Entrevistador: Si estoy consciente de eso y es precisamente lo que pretendo erradicar acá, el poco conocimiento de seguros que tiene la gente. Espero tener buenos resultados con el trabajo que estoy realizando.

Iván: si seguro que se necesita alguien que conozca de seguros y que saque de la ignorancia a la gente de acá, pero ¿qué vas a hacer?, ¿La aseguradora en la que trabajas va a poner una sucursal en la provincia?.

Entrevistador: No para nada, quiero hacerlo de forma personal, ver a posibilidad de colocar oficina local y ayudar con la contratación de seguros de la gente.

Iván: Personalmente me parece una idea muy buena, acá no hay nadie que haga eso, te venden un carro y ya viene asegurado pero cuando te pasa algo no sabes a donde ir y cuando la gente va a Guayaquil lo cogen como nuevo y les niegan los casos, es muy frecuente, recién me enteré de una persona que afrontó solo la situación y le negaron el reclamo, así se dice no?

Entrevistador: Si así se dice. Es una pena, pero eso pasa porque no reciben la capacitación correspondiente para que cumpla con los requisitos exigidos por las aseguradoras.

Iván: Y para cuando piensas poner el negocio? Avísame porque el seguro de mi carro vence en octubre me parece y ya no quiero ir a Guayaquil a renovarlo.

Entrevistador: Me gradúo, hago algunas cosas y depende del estudio que estoy realizando y veré la posibilidad de colocar la agencia acá.

Iván: Me comunicas para avisar a la gente de acá.

Entrevistador: si seguro, gracias por tu tiempo

Iván: De nada

Se concluye con esta entrevista que los habitantes de la provincia conocen muy poco acerca de la contratación de seguros y la manera como se gestiona un reclamo ante una aseguradora, que no existe empresa alguna que realice este tipo de servicio de forma local y cuando se requiere contratar una póliza no hay otra opción que desplazarse hasta la ciudad de Guayaquil para poder concretar la operación.

Entrevista a Abel Sarmiento (bróker particular que trabaja sin relación de dependencia)

Entrevistador: ¿Abel me puedes ayudar con unas preguntas de seguros?

Abel: Dime, que quieres saber?

Entrevistador: Voy a ir al punto dado que me imagino que has de estar ocupado. Cada cuanto vas a la provincia de Santa Elena a cerrar algún negocio con respecto a la contratación de seguros?

Abel: La verdad no voy mucho ya que principalmente aseguro a mis contactos que tengo en Guayaquil, estar yendo a buscar clientes allá puede ser bueno como puede ser malo, por eso es mejor ubicar los que tengo acá.

Entrevistador: Pero ¿has pensado en abrir mercado en la provincia de Santa Elena?

Abel: Siempre se piensa en ir abriendo mercado en cualquier lado, sobre todo si no está saturado pero existe el problema que no sabes con lo que te vas a topar si quieren contratar contigo o qué o simplemente si desean el servicio, como debes saber esto es un negocio que depende de la relación y la confianza que desarrolles con tu cliente, con el primer contacto no cierras

la venta, debes de ser constante pero esa constancia me cuesta trasladarme hasta allá cada vez que quisiera seguir entablando relaciones con los clientes potenciales y ya habré gastado recursos en algo que no se consigue tan rápido.

Entrevistador: Entiendo tu punto, pero y colocar una oficina local?

Abel: Si lo he pensado pero no sé si te habrás dado cuenta, digo esto porque eres de allá, la gente confía en ti si te conocen, cuando un extraño va y le propone algún tipo de negocio, por muy legal y honesto que sea, siempre te van a ver mal, la gente de allá es como muy desconfiada de otras personas que no tengan su procedencia.

Entrevistador: Bueno la verdad si tienes razón con ese punto. Incluso una vez hubo una campaña para elegir alcalde en Santa Elena y el slogan de un candidato era "Cholo vota cholo", ganó esa persona y desvinculó a su rival que decían que era de otra parte, la gente es muy arraigada en ese aspecto y hasta podría denominarse como un sentimiento de que a los peninsulares se debe valorar más. O sea según tu criterio cual sería lo malo de intentar cubrir ese mercado.

Abel: El principal problema es que en mi caso, no soy de allá y para cubrir ese mercado debería tener una oficina local, eso es desperdiciar recursos en mi caso ya que haciéndolo de la forma actual tengo mis entradas y no estoy arriesgando, aparte que doy asesoría para una ajustadora de siniestros también y el tiempo no me da muchas veces, si me quisiera poner una oficina allá debería dedicarme al cien por ciento y no me da el tiempo la verdad. Pero tú podrías intentar, pienso que tienes los requisitos para hacerlo.

Entrevistador: Me encuentro realizando una investigación y dependiendo del caso habría la posibilidad de intentarlo.

Abel: Pienso que estaría bien más que todo porque eres de allá y tienes experiencia en la parte técnica de reclamos que es muy importante. Sabías que las grandes empresas de brokers no tienen un área técnica muy desarrollada? Su negocio básicamente es comercial. Casi nadie que sale

de la parte técnica de una aseguradora busca establecer un broker, eso pienso que es importante.

Entrevistador: Bueno no te quito más de tu tiempo gracias por todo.

Se puede bien concluir con esta entrevista que el mercado no se satura por las razones de interrelación que se debe mantener con los posibles clientes, el costo que esto significa y la costumbre de la gente a realizar negocios con personas conocidas o del sector. De ahí surge la demanda de la ubicación de una oficina local para atender las necesidades de las personas.

3.5.2 Encuesta

El objetivo de este cuestionario es obtener información valiosa para la creación de la empresa Agenpen. Se recogieron criterios de habitantes de la provincia de Santa Elena, durante el mes de enero del año 2013.

1. ¿Ha contratado usted algún tipo de póliza de seguros independiente de las que le ofrece la empresa para la cual labora?

El 84% de las personas encuestadas indicó no haber contratado nunca una póliza de seguro, esto muestra el grado de desatención que ha tenido la población de Santa Elena.

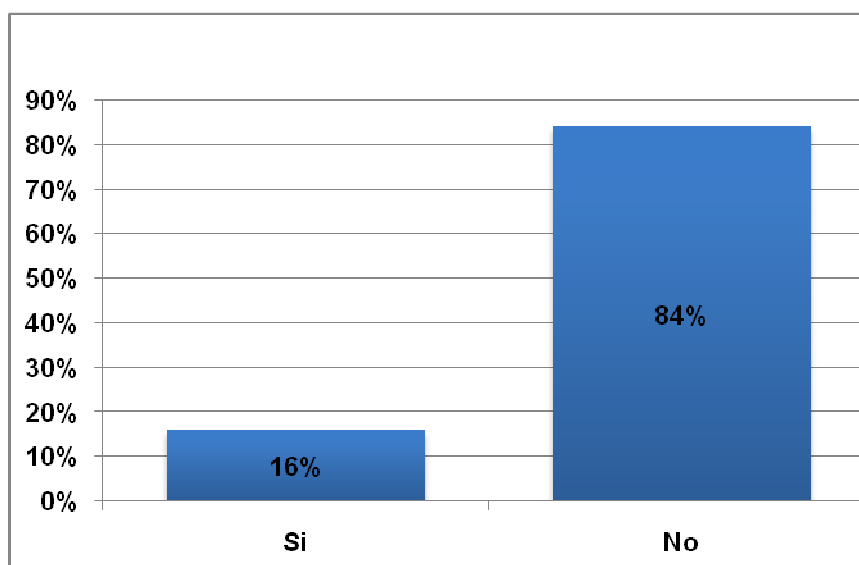
Tabla 2. Respuesta pregunta 1

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Si	42	16%
No	221	84%
	263	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Geovanny Gallegos Lozano

Figura12. Respuesta pregunta 1



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

2. ¿Qué tipo de seguros ha contratado?

Las 42 personas que han contratado alguna vez un seguro privado, se han inclinado por seguros de vehículos y asistencia médica.

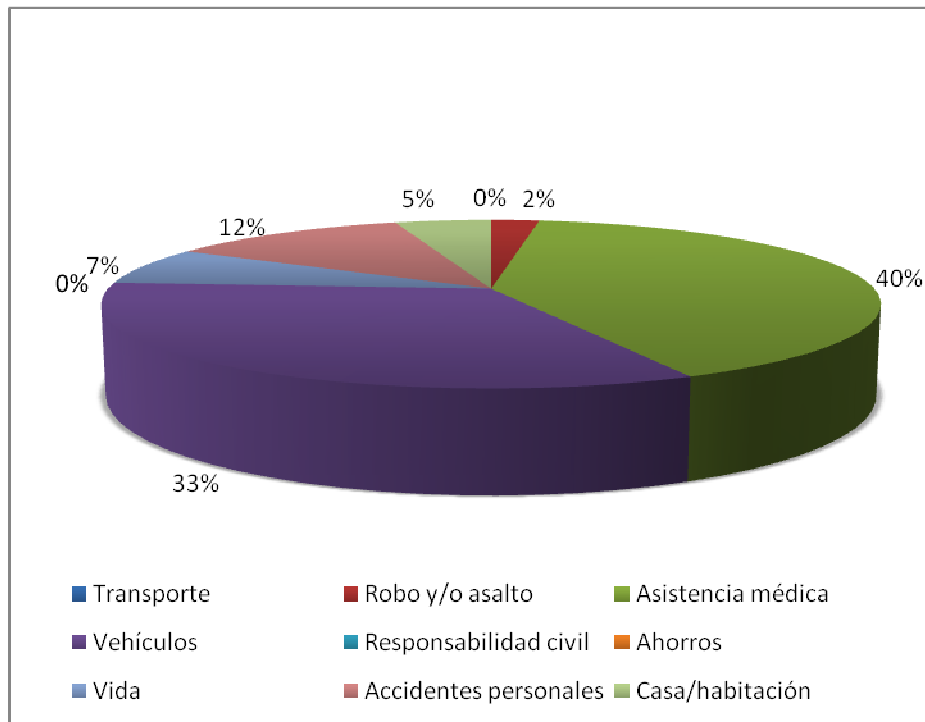
Tabla 3. Respuesta pregunta 2

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Transporte	0	0%
Robo y/o asalto	1	2%
Asistencia médica	17	40%
Vehículos	14	33%
Responsabilidad civil	0	0%
Ahorros	0	0%
Vida	3	7%
Accidentes personales	5	12%
Casa/habitación	2	5%
	42	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura13. Respuesta pregunta 2



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

3. De acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior: ¿Cómo contrató la póliza de seguros?

El 52% de las personas han contratado pólizas de seguros directamente con la empresa aseguradora. Conociendo que no existen sucursales de ninguna empresa aseguradora en Santa Elena, se puede determinar que han tenido que movilizarse hasta alguna ciudad principal para hacerlo.

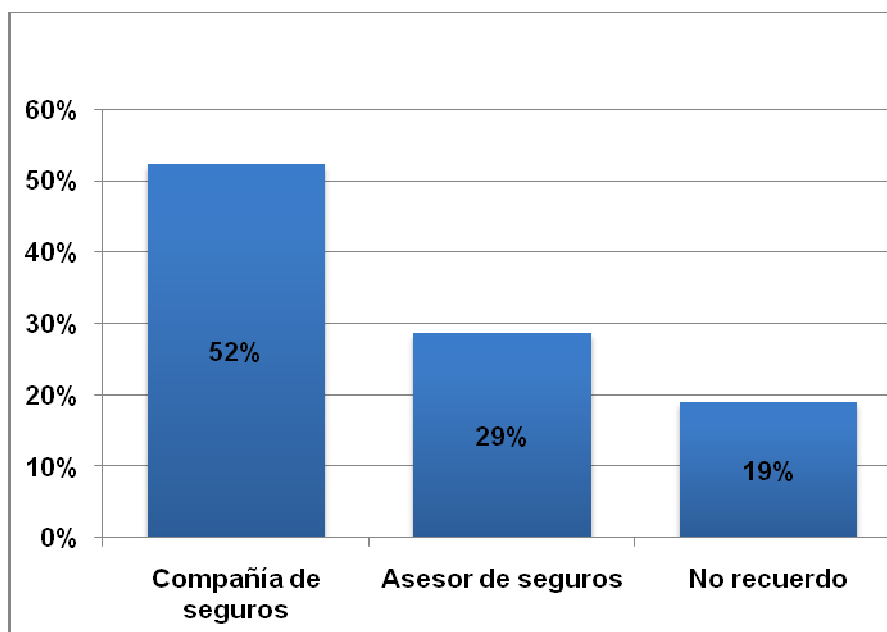
Tabla 4. Respuesta pregunta 3

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Compañía de seguros	22	52%
Asesor de seguros	12	29%
No recuerdo	8	19%
	42	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura14. Respuesta pregunta 3



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

4. ¿Estaría Usted dispuesto(a) a contratar una póliza de Seguros por medio de un Asesor de Seguros (BROKER), teniendo en cuenta que le permite elegir la mejor opción entre algunas compañías de seguros, sin costo adicional?

La aceptación hacia los brókers es innegable, el 82% de las personas encuestadas estaría de acuerdo en contratar seguros a través de una empresa como Agenpen. Únicamente el 18% prefiere contratar a través de una compañía de seguros.

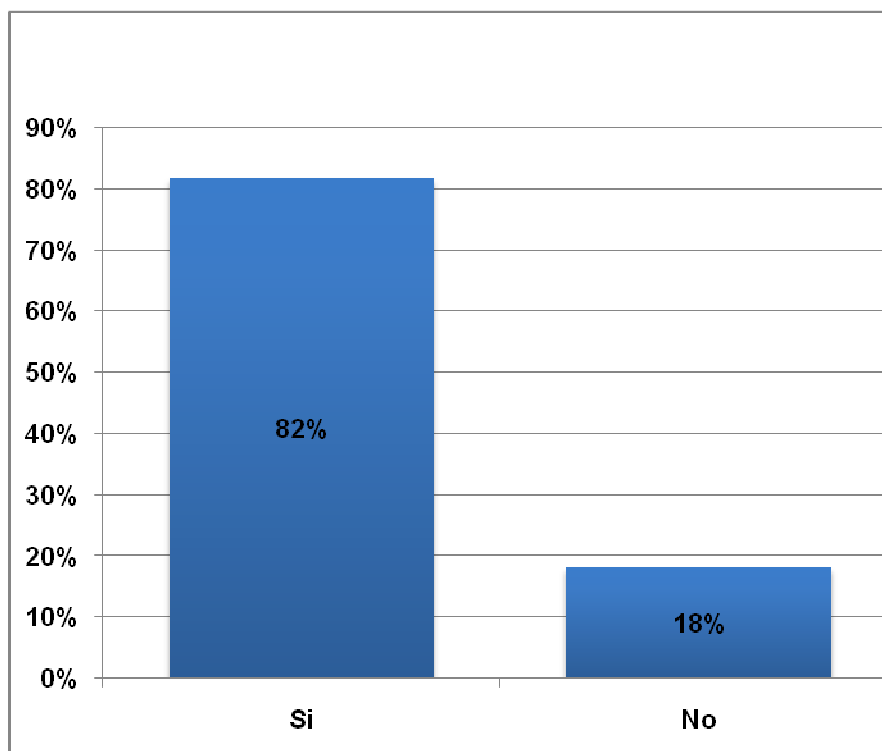
Tabla 5. Respuesta pregunta 4

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Si	215	82%
No	48	18%
	263	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura15. Respuesta pregunta 4



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5. ¿Qué tipo de póliza estaría usted dispuesto a contratar? (Valor anual)

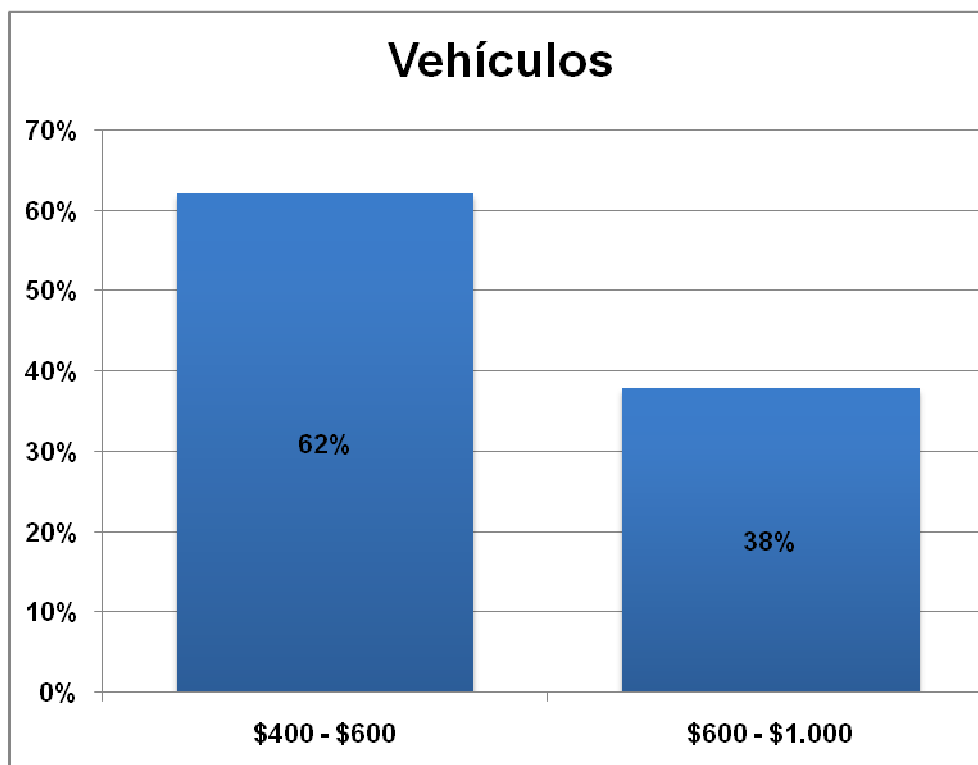
Se hizo esta pregunta con el fin de conocer cuáles serían las pólizas mayormente contratadas por los habitantes de Santa Elena. Del total encuestado, 87 personas prefieren un seguro para sus vehículos preferiblemente con un rango de precios entre \$400 y \$600.

Tabla 6. Respuesta pregunta 5a

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
\$400 - \$600	54	62%
\$600 - \$1.000	33	38%
	87	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura16. Respuesta pregunta 5a



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Adicionalmente, 42 personas indicaron que estarían interesados en pólizas de seguros para Hogar. El precio aceptado por el 50% de encuestados es entre \$501 y \$800.

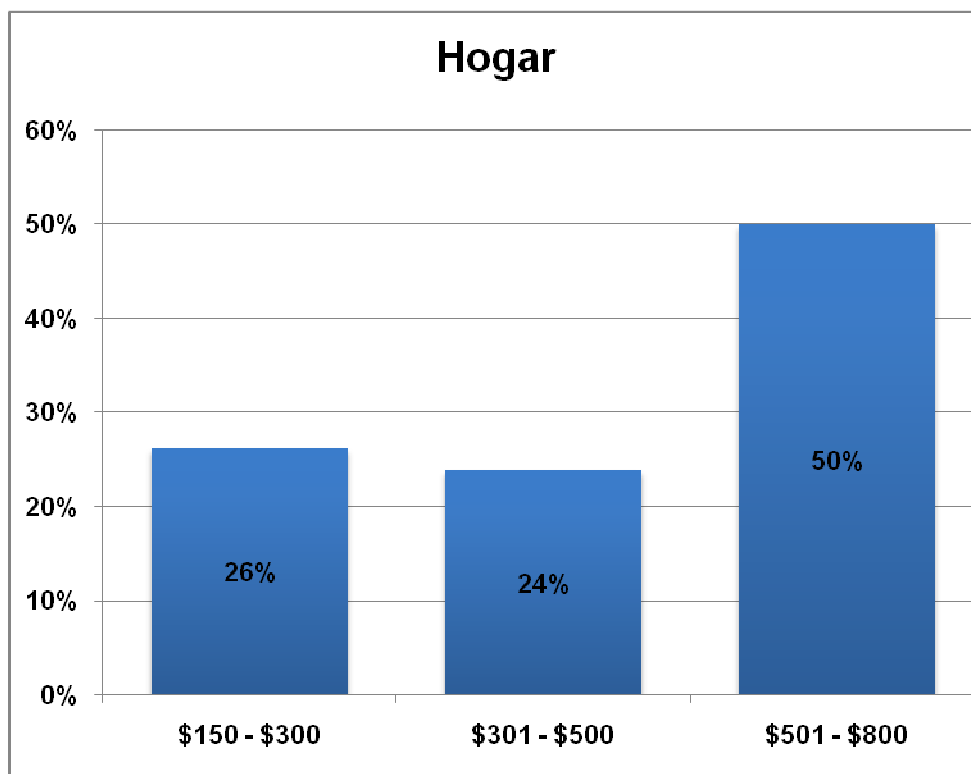
Tabla 7. Respuesta pregunta 5b

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
\$150 - \$300	11	26%
\$301 - \$500	10	24%
\$501 - \$800	21	50%
	42	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura17. Respuesta pregunta 5b



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

El seguro de asistencia médica sería el de mayor demanda y el plan más comercializado sería el que cueste entre \$1.801 y \$2.500.

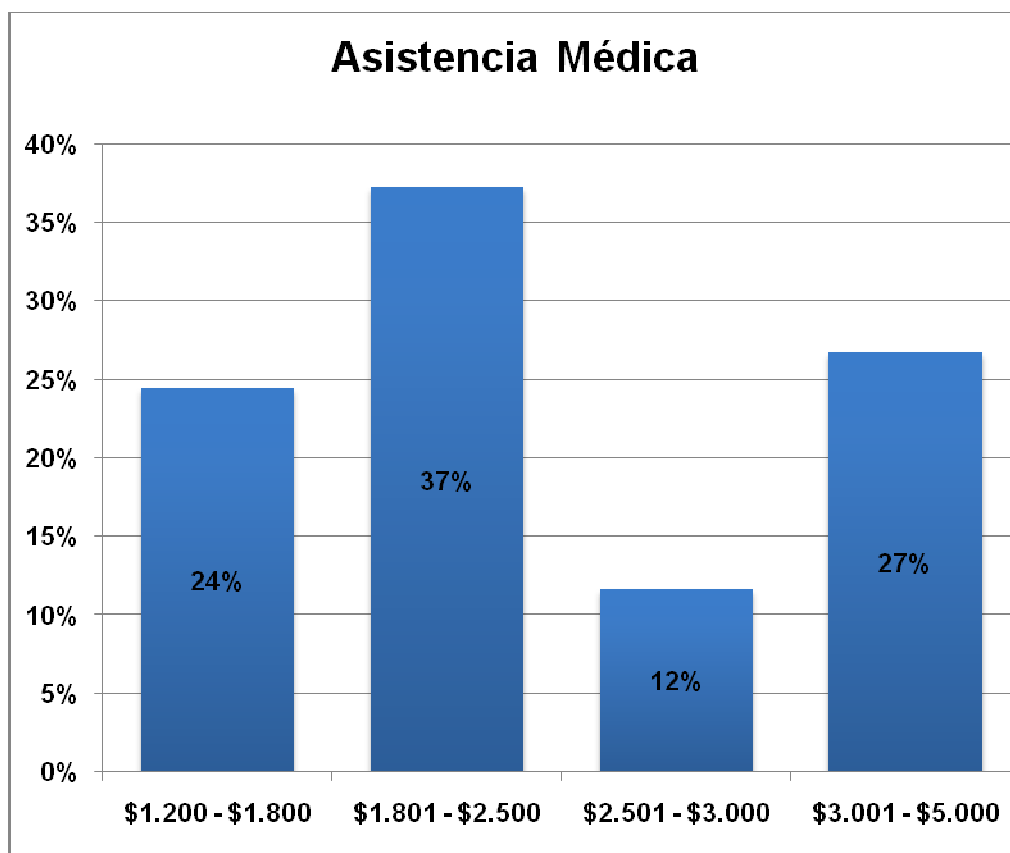
Tabla 8. Respuesta pregunta 5c

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
\$1.200 - \$1.800	21	24%
\$1.801 - \$2.500	32	37%
\$2.501 - \$3.000	10	12%
\$3.001 - \$5.000	23	27%
	86	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura18. Respuesta pregunta 5c



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6. Señale en orden de importancia (siendo 1 la más baja y 5 la más alta), ¿Cuáles de las siguientes características debería proporcionar un Asesor Productor de Seguros (BROKER)?

La característica más importante que debe tener un Asesor de seguros es que tenga oficinas en Santa Elena, de acuerdo a lo consultado a habitantes del sector, uno de los problemas más grandes es que al no existir oficinas cercanas deben trasladarse hasta Guayaquil para realizar sus trámites.

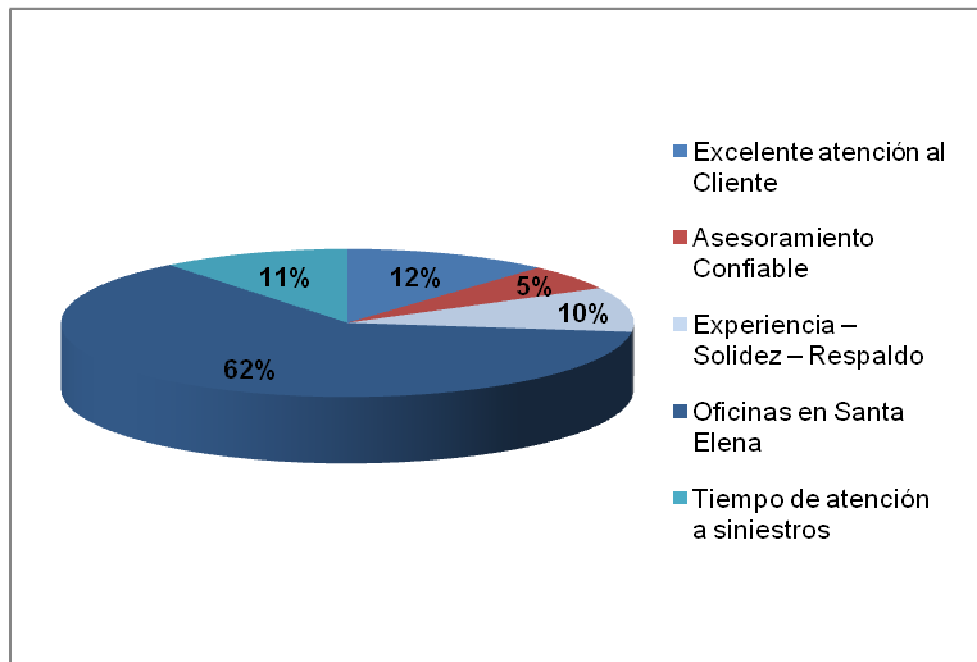
Tabla 9. Respuesta pregunta 6

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Excelente atención al Cliente	25	12%
Asesoramiento Confiable	12	6%
Experiencia – Solidez – Respaldo	21	10%
Oficinas en Santa Elena	134	62%
Tiempo de atención a siniestros	23	11%
	215	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura19. Respuesta pregunta 6



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

7. Al contratar un seguro privado, prefiere que la empresa aseguradora se encuentre:

En esta pregunta se ratifica nuevamente lo expuesto en la pregunta anterior. El 68% de encuestados coincidió en que las oficinas deben ubicarse en Santa Elena y otro 24% que prefieren que se encuentren en Guayaquil o Quito.

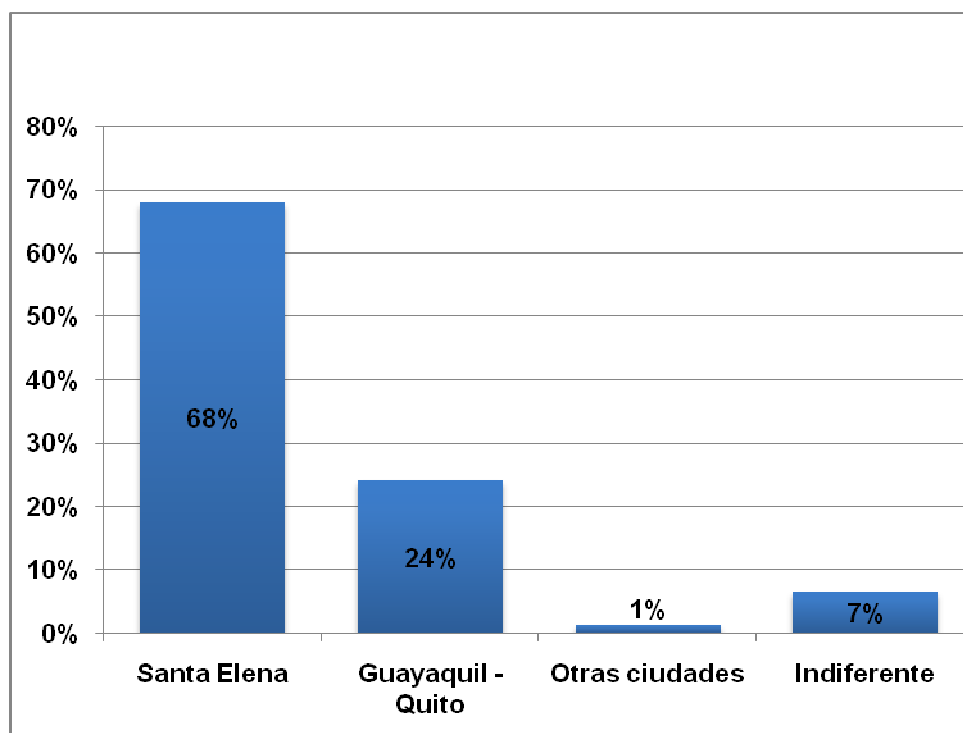
Tabla 10. Respuesta pregunta 7

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Santa Elena	146	68%
Guayaquil - Quito	52	24%
Otras ciudades	3	1%
Indiferente	14	7%
	215	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura20. Respuesta pregunta 7



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

8. ¿Con qué frecuencia recibe información sobre seguros privados?

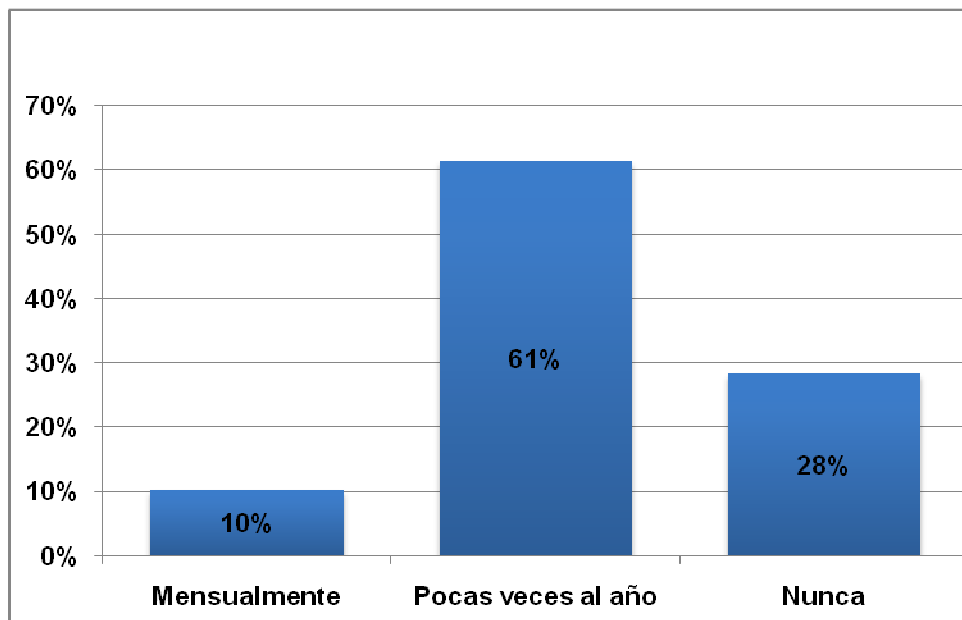
Esta pregunta muestra la desatención que existe para los habitantes de Santa Elena. El 61% de las personas indicó que pocas veces al año reciben información sobre seguros privados y el 28% nunca han recibido.

Tabla 11. Respuesta pregunta 8

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Mensualmente	22	10%
Pocas veces al año	132	61%
Nunca	61	28%
	215	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura21. Respuesta pregunta 8



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

9. ¿Actualmente se encuentra en condiciones y con necesidad de contratar un seguro privado?

Existe mucho interés por contratar seguros privados. El 75% del grupo objetivo estaría dispuesto a contratar inmediatamente algún tipo de seguro siempre y cuando las oficinas se encuentren en Santa Elena. Esto garantiza el éxito del proyecto.

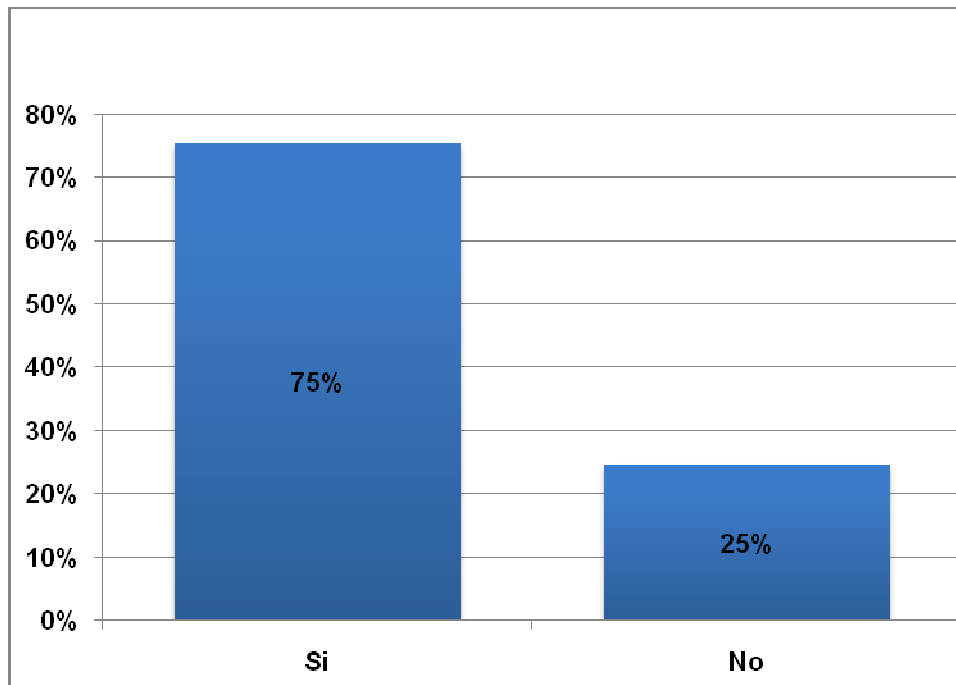
Tabla 12. Respuesta pregunta 9

PARÁMETROS	TOTALES	PORCENTAJE
Si	162	75%
No	53	25%
	215	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Figura22. Respuesta pregunta 9



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA DE SEGUROS EN LA PENÍNSULA DE SANTA ELENA Y LA PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN

4.1 Información General de la empresa

La empresa Agenpen será creada con el objetivo de satisfacer las necesidades de los habitantes de la provincia de Santa Elena, por lo tanto sus instalaciones estarán ubicadas en el cantón La Libertad. A continuación se presenta la información general de la empresa.

Tabla 13. Datos de la empresa

RAZÓN SOCIAL	Agenpen S.A.
NOMBRE COMERCIAL	Agencia Asesora de Seguros Peninsular
R.U.C.	0922152467001
DIRECCIÓN	Josué Robles Boderó y 4ta. Avenida (LaLibertad)
TELÉFONO	042 784540
CORREO ELECTRÓNICO	ggallegos@agenpen.cpom
CONSTITUCIÓN JURÍDICA	Sociedad Anónima
FECHA DE CONSTITUCIÓN E INICIO DE OPERACIONES	Agosto 2013
REPRESENTANTES LEGALES	Giovanni Gallegos-Gerente General

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 14. Capital social

CAPITAL SOCIAL	
CAPITAL SUSCRITO	\$1,000
COSTO DE LA ACCIÓN	\$2,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 15. Listado de Accionistas

LISTADO DE ACCIONISTAS			
NOMBRES Y APELLIDOS	NACIONALIDAD	PARTICIPACIÓN	USD
Giovanni Gallegos	Ecuatoriano	1%	\$ 10,00
Agenpen S.A.	Ecuatoriano	99%	\$ 1,000,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

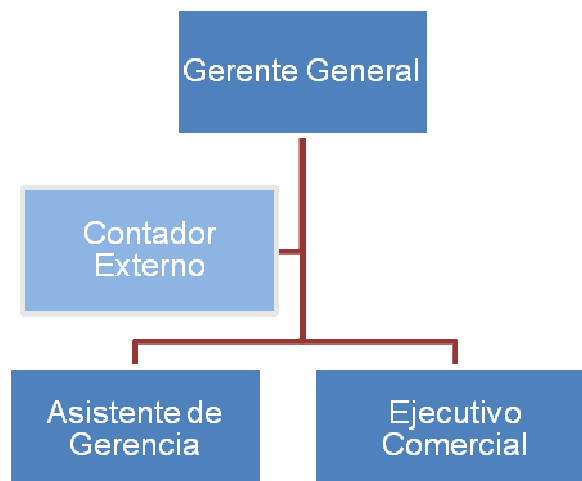
4.2 La administración

La empresa Agenpen tendrá una estructura pequeña, la misma que estará liderada por un Gerente General, una Asistente y un Ejecutivo Comercial, quien tendrá a cargo la responsabilidad de cumplir los presupuestos de ventas.

Los aspectos tributarios y contables los manejará una empresa externa, tal como se muestra en el organigrama presentado a continuación.

4.2.1 Organigrama

Figura23. Organigrama General



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

4.2.2 Manual de Funciones

Gerente General

Perfil:

Educación: Superior en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial

Sexo: Indistinto

Edad: 28 años en adelante

Idioma: Español e Inglés intermedio.

Experiencia: Más de 5 años en instituciones similares o con relaciones afines

Competencias: Liderazgo, Emprendimiento, Responsabilidad, Analítico, Ética en los negocios, Pro actividad, Compromiso organizacional, Organización-control y seguimiento, Competitivo.

Resumen:

La persona que esté al frente de la compañía como gerente general deberá ser capaz de diseñar el plan estratégico de apertura de mercado en la provincia y campaña de socialización del servicio. También se encargará de las relaciones públicas y temas de negociación con las aseguradoras, convenios de agenciamiento de producción, manejo de la motivación del personal y fuerza de venta.

Está encargado del tema de reclamos medianos y grandes que presenten los futuros clientes.

Funciones:

- Representante legal de la Compañía.
- Aprobar y firmar los documentos legales de la Compañía.
- Establecer las políticas operativas y administrativas.
- Analizar las formas de mejora continua de la Empresa.
- Liderar el proceso de planeación estratégica de la Compañía.

- Aportar con sus contactos entre los representantes de las compañías que pudieren contratar el servicio.
- Aperturar convenios de agenciamiento de producción con aseguradoras del mercado.
- Motivar al personal y fuerza de venta.
- Manejar el tema de reclamos mayores para brindar asesoría técnica a los clientes.

Asistente de Gerencia

Perfil:

Educación: Cursando estudios superiores en carreras afines.

Sexo: Femenino

Edad: 20 años en adelante

Idioma: Español e Inglés intermedio.

Experiencia: Indiferente.

Competencias: Trabajo en Equipo, Responsabilidad, Eficiencia, Pro actividad, Eficacia, Manejo del tiempo, Organización, Comunicación efectiva.

Manejo de herramientas Utilitarias Microsoft Office, Cordialidad.

Resumen:

Es la encargada de brindar apoyo a la gerencia sobre temas operativos y administrativos, así como de llevar la agenda diaria de reuniones y levantamiento de actas.

Funciones:

- Atención diaria de la agenda de la Gerencia.
- Realizar cuadro y cartas requeridos por Gerencia.
- Ayudar a la resolución de problemas internos de la Empresa.
- Ser el back-up del Administrador en las funciones que este requiera.

Contador

Perfil:

Educación: Contador Público Autorizado.

Sexo: Indistinto

Edad: 28 años en adelante.

Idioma: Español

Experiencia: Más de 3 años en cargos similares o trabajos afines.

Competencias: Contabilidad, Predisposición, Trabajo en Equipo, Responsabilidad, Eficiencia, Organización, Comunicación efectiva, Confiable.

Resumen:

El contador será la persona encargada de mantener la contabilidad de la empresa al día, con sus respectivos reportes para la correcta toma de decisiones.

Funciones:

- Declaraciones mensuales y anuales al SRI.
- Declaraciones mensuales al IESS.
- Impresión de documentos de pago a entidades públicas.
- Contabilización de actividades comerciales.
- Revisión y emisión de estados financieros.
- Manejo y archivo de documentos de la empresa.

Ejecutivo comercial

Perfil:

Educación: Cursando estudios superiores.

Sexo: Femenino

Edad: 25 años en adelante.

Idioma: Español

Experiencia: Más de 1 año en venta de intangibles.

Competencias: Servicio al cliente, Predisposición, Trabajo en Equipo, Responsabilidad, Eficiencia, Organización, Comunicación efectiva, Cordialidad.

Resumen:

El ejecutivo comercial se encargará de iniciar el acercamiento con los posibles interesados (mercado meta). Una vez realizado este acercamiento entrega el contacto a la gerencia general para que pueda ser concretado. Luego es el encargado de llevar la relación con el cliente y solventar todos sus requerimientos. Será el nexo entre el asegurado y la aseguradora.

Funciones:

- Atención diaria a los clientes.
- Reportar a su jefe inmediato los problemas que se pudieron haber presentado.
- Reportar las ventas del día.
- Mostrar predisposición al trabajo que realizan.
- Manejar el tema de reclamos menores para presentar y documentar a la aseguradora.

4.2.3 Cronograma de ejecución

Figura24. Diagrama de ejecución del modelo de empresa

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4
Alquiler de oficina administrativa	X	X	X	X
Diseño de la oficina de atención al cliente		X	X	X
Constitución de la empresa		X	X	X
Obtención de permisos y aspectos legales		X	X	X
Cotización de equipos		X	X	
Obtención de permisos para obtención de licencia de bróker en la superintendencia de bancos.		X	X	X
Cotización y adquisición de muebles y equipos de oficina		X	X	X
Contratación de personal			X	X
Investigación de mercado			X	X
Gestión de promoción y relaciones públicas				X
Capacitación de personal				X
Apertura de oficina local				X

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

4.3 Plan estratégico

4.3.1 Misión

Brindar una asesoría especializada y enfocada a la realidad de la provincia de Santa Elena, en lo que respecta a la forma de asegurar sus bienes y la contratación de la compañía aseguradora más conveniente para nuestros clientes, asegurando una rentabilidad para la compañía en función del bienestar de los ciudadanos de la provincia, cumpliendo con la

responsabilidad social que conlleva el conocimiento en materia de seguros y la socialización de sus procedimientos.

4.3.2 Visión

Posicionarnos en los primeros dos años, como la principal empresa asesora de seguros de la provincia de Santa Elena, para luego expandirnos a nivel nacional, siendo reconocidos por la integridad y capacidad de nuestro personal.

4.3.3 Objetivos estratégicos

Objetivos de Marketing: Lograr posicionar rápidamente a Agenpen en la mente de los consumidores, para que en el primer año sea reconocida por todos los habitantes de Santa Elena.

Promover de forma eficaz los diferentes seguros a disposición de los clientes, utilizando a las redes sociales como principales aliadas.

Objetivos Financiero: Recuperar la inversión inicial antes del tercer año de operaciones y obtener una rentabilidad real superior al 20%.

Tener un punto de equilibrio inferior al 50% de las ventas proyectadas.

Objetivos Sociales: Identificar los principales problemas del mercado objetivo, para brindar las mejores soluciones en lo que respecta a seguridad y respaldo.

4.3.4 Pilares estratégicos de gestión

El modelo de empresa de seguros estará integrado por tres principales pilares estratégicos que son: Asesoría, Confianza y Publicidad.

Figura 25. Pilares estratégicos de gestión



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Mediante estos pilares se desarrollarán planes estratégicos para conseguir que rápidamente se posea la marca Agenpen en el mercado de Santa Elena.

4.3.5 Clasificación del producto o servicio

Servicio de asesoría y corretaje de seguros: Es un servicio o bien intangible el cual se fundamenta en prestar una atención y entendimiento de las necesidades de los clientes potenciales. Es un negocio viral que se

alimenta de las relaciones bróker-cliente y se promociona entre los conocidos basados en el servicio brindado como en experiencias pasadas. De esto se alimenta la cartera para que AGENPEN esté siempre presente en la mente de los habitantes de la provincia de Santa Elena a la hora de contratar un servicio de este tipo.

4.3.6 Análisis de concentración de la industria

Se realizará el análisis de concentración de la industria basándose en las cinco fuerzas de Porter:

(F-1) Poder de negociación de proveedores:

- Debido a que AGENPEN en sus operaciones iniciales pretende mantener contratos de agenciamiento únicamente con algunas aseguradoras en El Ecuador, el poder de negociación de éstas es más alto hasta que se logren fortalecer los vínculos basados en los negocios que se lleven a sus oficinas; por tanto, las relaciones mejorarán y las comisiones de igual forma.
- Depende de AGENPEN que logre incursionar rápidamente en el mercado peninsular para que el poder de negociación no sea permanente dado que sería la única empresa constituida en el sector de nuestro análisis.

(F-2) Poder de negociación de consumidores:

- Una vez más existe otro sector de nuestro análisis que posee un alto poder de negociación, los consumidores, quienes determinarán si mantienen la relación comercial con cierta aseguradora o pretenden cambiarse terminada su vigencia. Ante esto, AGENPEN debe persuadir a los clientes para que a cambio de retener al cliente

obtenga ciertos beneficios medibles a favor de ellos, para que no cause malestar.

(F-3) Potencial entrada de nuevos competidores:

- Si bien es cierto en el territorio de la provincia de Santa Elena, materia del presente análisis, aun no existen empresas establecidas para realizar asesoría o corretaje de seguros, si existen empresas de Guayaquil, Quito o Cuenca, entre las principales, que si tienen varios negocios dentro del sector, por lo que se podría decir que la competencia es intensa; es por esto que, se da como principal eje el conocimiento técnico en materia de seguros por la persona que dirige las operaciones de AGENPEN como su fortaleza a enfrentar la competencia.

(F-4) Potencial de desarrollo de productos sustitutos:

- Para ser más competitivos en este mercado siempre es lo recomendable ofrecer varias alternativas al cliente para que pueda comparar coberturas, servicios y prima a cancelar.
- Con una cartera más fuerte se puede negociar con los proveedores (aseguradoras) para crear productos propios con más beneficios para los clientes potenciales.

F-5) Rivalidad entre firmas en competencia:

- El valor agregado que se puede comprometer AGENPEN es a no dejar solo a los clientes bajo ninguna circunstancia y a velar por los intereses del asegurado.
- Propender a realizar análisis de riesgos para así evitarlos dentro de los parámetros individuales, con el objetivo de obtener mejores tasas a la hora de la renovación manteniendo controlada la siniestralidad.

4.4 Aspecto innovador del modelo de empresa

Si bien es cierto la oferta que se pretende dar a la población de la provincia no es nueva ya que en Guayaquil, Quito y Cuenca existen un sinnúmero de asesores de seguros, sin embargo la parte novedosa de la propuesta es que se localice una oficina central dentro de la provincia de Santa Elena y con la asesoría de una persona especializada en el tema, con experiencia comprobable.

4.5 Mercado del modelo de empresa

4.5.1 Proveedores

A base de criterios técnicos y el conocimiento de mercado, se ha evaluado a todas las empresas aseguradoras para elegir las que mejor asuman el riesgo en los diferentes ramos de seguros a comercializar: Asistencia médica, Incendio-robo (hogar) y Vehículos. Adicionalmente, se evaluó el porcentaje de comisiones otorgados por dichas empresas, el mismo que debe significar una atractiva rentabilidad a pesar de no ser los más altos del mercado. Un factor determinante para la selección fue la fortaleza de la empresa aseguradora y su respaldo patrimonial.

ECUATORIANO SUIZA

Figura26. Página web Ecuatoriano Suiza



Fuente: Ecuatoriano Suiza

Con más de cinco décadas de destacada trayectoria y profesionalismo en la actividad aseguradora, Ecuatoriano Suiza está formada por un equipo humano comprometido totalmente, con los valores de la empresa, con los principios de total seguridad y siempre logrando superar las expectativas de sus clientes.

La Compañía de Seguros Ecuatoriano-Suiza S.A. se fundó en Guayaquil el 11 de mayo de 1954, como resultado de un trabajo conjunto de eminentes empresarios ecuatorianos y las compañías de seguros Basler de Basilea-Suiza y la reaseguradora Unión Ruck de Zurich-Suiza, tras percatarse de la inexistencia de una aseguradora que cubriera en aquel entonces, todos los requerimientos de una empresa nacional o extranjera en la transferencia de riesgos en forma técnica, solvente y moderna.

En el año 2011 la empresa se transforma positivamente de la mano del Ec. Juan Ribas Domenech rejuveneciendo su imagen, lo que implica modernización del color corporativo, logo comercial, instalaciones y demás procesos comerciales y operativos que constituyen una de las estrategias más importantes para incursionar acertadamente en diferentes segmentos comerciales.

AIG METROPOLITANA

Figura27. Página web AIG Metropolitana



Fuente: AIG Metropolitana

AIG Metropolitana Cia. de Seguros y Reaseguros un miembro American International Group Inc. (AIG), con oficinas en Quito, Guayaquil y Cuenca, consolida su presencia, asegurando miles de negocios y hogares ecuatorianos, para brindarles un eficiente respaldo comprendidos en el bienestar común.

American International Group, Inc. (AIG), empresa multinacional reconocida por su eficiencia en el mundo de los seguros, está presente en el mercado asegurador ecuatoriano desde hace muchos años. AIG es una de las mejores empresas de seguros en el mundo. Las acciones de American International Group, Inc. (AIG) se transan en la Bolsa de Valores de Nueva York, al igual que en las bolsas de Londres, París, Suiza y Tokio.

AIG Metropolitana se ha consolidado en el mercado como una de las más prestigiosas del Mundo. Gracias a la confianza que se ha ganado entre sus asegurados, AIG-Metropolitana se destaca por ofrecer una amplia gama de seguros con importantes coberturas y beneficios especiales.

BMI IGUALAS MÉDICAS ECUADOR S.A.

Figura28. Página web BMI Ecuador



Fuente: BMI Ecuador

Una empresa dedicada a la industria de Seguros de Salud, Vida, Incapacidad y Servicios Financieros, que ha contribuido orgullosamente durante más de tres décadas a cubrir las necesidades de la comunidad internacional, proporcionando productos de alta calidad y contando con una red de distribución de aproximadamente 300 Agencias Generales con operación en el Sur de la Florida, Gran Caimán y en ciudades principales de América Latina, Asia y Europa.

BMI Companies Ecuador subsidiaria de BMI FinancialGroupInc, se encuentra en el país desde 1997, durante este tiempo han contribuido orgullosamente a cubrir las necesidades de seguros de vida y salud de los ecuatorianos proporcionándoles productos de alta calidad.

Empresa de medicina prepagada dedicada a proveer tranquilidad y protección en el ámbito de la salud.

4.5.2 Competidores

A continuación se detallará a los competidores más importantes por su operación a nivel nacional, los cuales se posicionan dentro de las cinco primeras Agencias Asesoras Productoras de Seguros que ganan más comisiones en los ramos de vida y asistencia médica.

- Tecniseguros Agencia Asesora Productora de Seguros
- Asertec Agencia Asesora Productora de Seguros

- Ecuaprimas Agencia Productora de Seguros
- Aon Agencia Asesora Productora de Seguros
- Roseney Salcedos & Asociados

4.5.3 Canales de Distribución

Figura29. Canal de distribución Agenpen



Fuente: Investigación de Campo

Se utilizará el canal de distribución que se observa en la figura ya que la Compañía de Seguros ofrecerá sus planes a Agenpen, para luego ofrecer los planes de seguros a los clientes que consten en las bases de datos y estén dentro del mercado objetivo, finalmente llegará al cliente que será el asegurado.

4.6 Análisis Sectorial

4.6.1 Análisis Factores Internos y Externos claves

Para efectos del análisis de factores internos y externos claves de AGENPEN, se han detallado las Fortalezas tales como buenas relaciones con los proveedores que es un factor de gran importancia ya que respaldada por Aseguradoras de buen prestigio se incrementan las ventas, la innovación constante hacia el desarrollo lo que permitirá posicionarse en el mercado; el personal, empezando desde la gerencia general, quien con su conocimiento amplio en el área de reclamos puede hacer posible la asesoría integral y eficiente a los clientes, la atención será permanente de forma personal para no perder el vínculo creado con el asegurado, el personal administrativo y de

operaciones tiene vasto conocimiento en los ramos de Vehículos, Hogar y Asistencia Médica.

Entre las debilidades se mencionan el bajo posicionamiento en el mercado por ser una empresa nueva, solo desarrollará los negocios para los habitantes de la provincia de Santa Elena, pero cabe mencionar que tiene objetivos de expansión dentro del territorio de la región costa principalmente, no cuenta con clientes fidelizados, la especialización solo es en los tres ramos de seguros y la alianza estratégica es con tres Aseguradoras.

Conforme se vaya alcanzando un grado de confianza y posicionamiento dentro de la zona, más aun cuando se tiene expectativas de abarcar más territorio.

Tabla 16. Factores internos claves

Factores Internos claves	Peso	Rating	Rating Ponderado
Fortalezas			
1. Buenas relaciones con los proveedores (Ecuatoriano Suiza, AIG, BMI).	0.05	3	0.15
2. Empresa con oficina local en la provincia.	0.15	4	0.6
3. Prestigio de las empresas con las que se tienen convenios	0.05	3	0.15
4. Conocimiento tecnico profundo en el area de reclamos.	0.2	5	1
5. Atención las 24 horas del día y personalizada.	0.05	2	0.1
6. Personal capacitado para atender integralmente y reconocer las necesidades de las personas.	0.1	3	0.3
7. Empresa manejada por una persona que reconoce la zona por ser habitante de Santa Elena (tiempo parcial).	0.2	5	1
			0
Debilidades			0
1. No tener posicionamiento por ser una empresa nueva.	0.05	3	0.15
2. No tener una gran cartera de clientes.	0.05	3	0.15
3. No comercializar todos los ramos existentes de seguros ya que la penetracion al mercado se realiza desde los más básicos.	0.05	3	0.15
4. No tener contratos de agenciamiento con muchas aseguradoras.	0.05	3	0.15
TOTAL	1		3.9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 17. Factores externos claves

Factores Externos claves	Peso	Rating	Rating Ponderado
Oportunidades			
1. Aumento de ingresos per capita debido a que existen mas empleos publicos por la nueva provincialización	0.2	4	0.8
2. Crecimiento del mercado de seguros en el Ecuador.	0.1	3	0.3
3. Aumento de la delincuencia en diferentes zonas de la provincia, lo que obliga a los habitantes a tomar los resguardos necesarios de sus bienes y su integridad física.	0.1	4	0.4
4. Falta de hospitales públicos de especialidades.	0.05	3	0.15
5. Aumento de ventas graduales de vehiculos nuevos en concesionarios.	0.1	2	0.2
			0
Amenazas			
1. Aparicion de productos sustitutos.	0.15	3	0.45
2. Aparicion de nuevas agencias asesoras que brinden un servicio parecido.	0.1	4	0.4
3. Situación política del país.	0.15	2	0.3
4. Incremento en los valores de las primas por parte de las aseguradoras.	0.05	3	0.15
TOTAL	1		3.15

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

4.7 Análisis Macroeconómico

La ciudad de La Libertad será el centro de operaciones de la empresa que se dedicará a atender las necesidades de la provincia de Santa Elena, con el objetivo de colocar los planes de asistencia médica, seguros de vivienda y vehículos en primera instancia. La función es brindar la mejor asesoría posible a nuestro mercado objetivo para que no se sientan perjudicados en caso de siniestro, sino más bien tengan la certeza que tienen un respaldo que vele por su bienestar y patrimonio.

Por lo tanto, es necesario emprender un análisis de la situación actual de los seguros en El Ecuador considerando criterios básicos para saber a quién dirigirnos, análisis contemplado en información de diferente fuentes, como son periódicos, Superintendencia de Bancos y Seguros, INEC, Banco Central, entre otros.

4.8 Estrategia Comercial

4.8.1 Marca

Figura30. Logotipo corporativo Agenpen



Elaborado por: Luis Arias

4.8.2 Características del producto

Asistencia Médica

Coberturas

Plan diseñado para atender y estar protegido en caso de enfermedades y consultas ambulatorias a nivel nacional. Las principales coberturas son:

- Consulta médica y medicinas
- Exámenes de laboratorio
- Enfermedades o accidentes durante estadía en el exterior
- Coberturas de enfermedades críticas y cáncer
- Maternidad

- Renta hospitalaria

Elegibilidad

El presente producto podrá ser contratado por aquellas personas que residen en el Ecuador, cuya edad no supere los 60 años, y podrán mantener su cobertura hasta los 99 años.

Los dependientes hijos podrán permanecer hasta el último día del mes en que cumplan 18 años de edad, o hasta el último día en que cumpla 24 años de edad, siempre y cuando sean dependientes económicamente del titular, solteros, estudiantes a tiempo completo.

Cobertura de medicina preventiva

Comprendiendo la importancia de un plan de prevención, BMI incluye dentro de este producto cobertura adicional para chequeos preventivos y vacunas; este beneficio podrá ser usado luego de un año de vigencia del contrato, a costos normales, razonables y acostumbrados del Ecuador.

- Un examen de pap test por año contrato, solo para la titular asegurada y la cónyuge del titular.
- Las Vacunas a continuación detalladas: BCG, DTP, SARAMPION, PVO, HEPATITIS A, FIEBRE AMARILLA, MENINGITIS
- Control del niño sano, que incluye únicamente consulta médica y vacunas, de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 18. Control de atención - niño sano

Hasta 12 meses	1 consulta mensual
Del año a los 2 años	1 consulta trimestral
De los 2 a 3 años	1 consulta semestral

Fuente: BMI Ecuador
Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Cobertura de preexistencias

Tabla 19. Cobertura de enfermedades preexistentes

1 año después del inicio de la vigencia del contrato	\$ 2,000
2 años después del inicio de la vigencia del contrato	\$ 3,000
3 años después del inicio de la vigencia del contrato	\$ 4,000
4 años después del inicio de la vigencia del contrato	\$ 5,000
A partir del quinto año desde el inicio de la vigencia del contrato	\$ 5,000

Fuente: BMI Ecuador
Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Planes de Asistencia Médica – Infinity

Plan Infinity de gastos médicos que con altas coberturas permite al asegurado y su familia estar protegido, con copagos que van desde el 70% al 100%.

Medicina Prepagada de Gastos Médicos en exceso, le permite al cliente escoger entre dos opciones de deducibles, los gastos son reembolsables de acuerdo a costos normales del medio ecuatoriano, aún si fueren realizados en cualquier parte del mundo.

Tabla 20. Plan Infinity e Infinity Plus

BENEFICIO	COBERTURA	
	Infinity	Infinity plus
Límite máximo por incapacidad por afiliado	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00
Límite máximo por incapacidad por afiliado para enfermedades graves (en adición a la cobertura básica)	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
Cuarto y alimento diario, hasta \$250 al	100.00%	100.00%
Unidad de cuidados intensivos diario	100.00%	100.00%
Máximo de días por tipo de habitación	180 días	180 días
Deducible por año contrato por afiliado para todas las incapacidades ambulatorias	\$ 120.00	\$ 120.00
Emergencia médica por accidente hasta \$1,000 al	100.00%	100.00%
Maternidad al 100% hasta	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
Complicaciones de Maternidad (Maternidad Cubierta)	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Cuidado del recién nacido vitalicio	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Preservación de células madre del cordón umbilical (con maternidad cubierta)	\$ 1,000.00 por hijo	\$ 1,000.00 por hijo
Trasplante de órganos por vida	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Indemnización Médica al Donante Vivo por vida	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Emergencia médica comprobada por enfermedad o accidente durante viajes al exterior	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Deducible por viaje	\$ 150.00	\$ 150.00
Máximo de días por viaje	30 días	30 días
Copago por incapacidad hospitalaria dentro del Círculo de Servicios	90.00%	100%
Copago por incapacidad ambulatorio dentro del Círculo de Servicios	80.00%	100%
Copago por incapacidad fuera del Círculo de Servicios	70.00%	100%
Límite de copago por incapacidad hospitalaria dentro del Círculo de Servicios	\$ 3,000.00	No aplica
Período de presentación de reclamos y alcances	120 días	120 días
Período de incapacidad	365 días	365 días
Período de espera de maternidad	1 año	1 año
Período de carencia para cualquier incapacidad no accidental	90 días	90 días



Contado	\$ 2,085.28	\$ 2,594.10
Tarjeta de Crédito*	\$ 2,288.79	\$ 2,848.48
Débito Mensual	\$ 190.73	\$ 237.37

Adicionar intereses de financiamiento

Fuente: BMI Ecuador

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Planes de Asistencia Médica – Sigma

Tabla 21. Plan Sigma

BENEFICIO	COBERTURA
Límite máximo por incapacidad por afiliado	\$ 50,000
Cuarto y alimento diario, hasta \$200 al	100%
Unidad de cuidados intensivos diario	100%
Cobertura para preexistencias declaradas por persona, por año póliza	\$ 2,000
Máximo de días por tipo de habitación	180 días
Deducible por año contrato por afiliado para todas las incapacidades ambulatorias	\$ 120
Emergencia médica por accidente hasta \$1,000 al	100%
Maternidad al 100% hasta	\$ 2,000
Complicaciones de Maternidad (Maternidad Cubierta)	\$ 10,000
Cuidado del recién nacido vitalicio	\$ 10,000
Preservación de células madre del cordón umbilical con Biocelles (con maternidad cubierta)	50%
Trasplante de órganos por vida	\$ 50,000
Indemnización Médica al Donante Vivo por vida	\$ 5,000
Emergencia médica comprobada por enfermedad o accidente durante viajes al exterior	\$ 15,000
Deducible por viaje	\$ 150
Máximo de días por viaje	30 días
Copago por incapacidad dentro de Red Selecta	90%
Copago por incapacidad dentro del Círculo de Servicios	80%
Copago por incapacidad fuera del Círculo de Servicios	70%
Período de presentación de reclamos y alcances	120 días
Límite de copago por incapacidad hospitalaria	\$ 8,000
Período de incapacidad	365 días
Período de espera de maternidad	1 año
Período de espera para cobertura de preexistencias	1 año
Período de carencia para cualquier incapacidad no accidental	90 días



Contado	\$ 1,388.26
Tarjeta de Crédito*	\$ 1,522.07
Débito mensual	\$ 126.84

* Adicionar intereses de financiamiento

Fuente: BMI Ecuador

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Vehículos

Coberturas

Póliza Todo Riesgo, que cubre pérdidas parciales y totales por robo y por choque, con exclusiones nombradas en las Condiciones Generales de la póliza y aprobadas por la Superintendencia.

- Daños parciales por choque.
- Daños parciales por robo.
- Pérdida Total por choque.

- Pérdida Total por robo.
- Gastos de grúa en caso de accidente.
- Responsabilidad civil (Lesiones y daños a la propiedad de terceros).
- Asistencia en proceso judicial.
- Gastos médicos por ocupante.
- Muerte accidental.

Valores agregados

- Cobertura Pacto Andino, excluyendo Responsabilidad Civil (daños a terceros)
- Convenio de Asistencia Total 24 horas
- Cobertura al 100% de Air Bags siempre y cuando los mismos se vean afectados por un siniestro cubierto por la póliza.
- No se aplica depreciación ni en partes y en piezas.
- Auto Sustituto

Asistencia Vehicular

Todos los vehículos livianos asegurados gozarán sin costo adicional del beneficio de Asistencia Vehicular. Este servicio estará disponible las 24 horas del día e incluye asistencia mecánica, remolque o transporte del vehículo, servicio de llanta baja, auxilio mecánico, recuperación de llaves dentro del auto, entre otros.

Características de asegurabilidad


Se podrá asegurar cualquier vehículo liviano, de uso particular, de personas naturales o jurídicas, nuevos o usados, de hasta máximo 12 años de antigüedad.

Notas aclaratorias

- El valor asegurado del vehículo debe ser siempre el que corresponda al real comercial en el mercado, pese a que la Cía de Seguros puede sugerir un valor al momento de cotizar la póliza, el único responsable de determinar dicho valor y mantenerlo actualizado durante la vigencia para evitar un infraseguro o un sobreseguro al momento de un siniestro es el asegurado.
- La cobertura para los radios, equipos de audio y video (parlantes, amplificadores, pantallas, dvd,etc) se sujetará a un máximo de US\$ 1.000
- En caso de que el asegurado tenga accesorios extras, diferentes de los originales, debe notificar por escrito su decisión de asegurarlos, informando a la compañía la marca, modelo, tipo y valor asegurado de dicho accesorio. Esta inclusión tendrá un costo adicional de acuerdo al valor total de los accesorios por la tasa cobrada al vehículo. La compañía de seguros aceptará la inclusión de accesorios extras hasta el 20% del valor asegurado del casco con un máximo de \$3.000 (este límite incluye el límite de \$1.000 de radios y equipos de audio y video) y se debe realizar la inspección respectiva para contar con cobertura.
- Los radios face-out se cubrirán en robo parcial siempre y cuando el Asegurado entregue la mascarilla desmontable.
- Se excluye la cobertura de pérdida parcial por robo para los radios pull-out.

La tasa que se ha logrado obtener con esta aseguradora es del 3.7%; por tanto, la prima a pagar está en función del valor comercial del vehículo. Para efectos del análisis se ha realizado dos cotizaciones: con 15,000 USD y 25,000 USD.


Tabla 22. Cotización Vehículo regular

 COTIZACION VEHÍCULO			
DATOS DEL VEHICULO			
DESDE:	01-ene	HASTA:	1 de enero de 2014
MARCA:	HYUNDAI	MODELO:	TERRACAN
AÑO:	2006		
DATOS DEL SEGURO			
VALOR DEL VEHICULO:	\$ 15.000,00	EXTRAS:	
VALOR ASEGURADO:	\$ 15.000,00	TASA:	3,70%
PRIMA NETA:	555,00	SUPER DE BANCOS:	19,43
IMPTO CAMPESINO:	2,78	DER DE EMISION:	3
I.V.A:	69,62	PRIMA TOTAL:	649,82
No. de PAGOS:	10	VALOR DE CADA PAGO:	64,98

Fuente: Ecuadoriano Suiza

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 23. Cotización Vehículo lujo

 COTIZACION VEHÍCULO			
DATOS DEL VEHICULO			
DESDE:	01-feb	HASTA:	1 de febrero de 2014
MARCA:	CHEVROLET	MODELO:	GRAND VITARA
AÑO:	2012		
DATOS DEL SEGURO			
VALOR DEL VEHICULO:	\$ 25.000,00	EXTRAS:	
VALOR ASEGURADO:	\$ 25.000,00	TASA:	3,70%
PRIMA NETA:	925,00	SUPER DE BANCOS:	32,38
IMPPTO CAMPESINO:	4,63	DER DE EMISION:	3
I.V.A:	115,80	PRIMA TOTAL:	1.080,80
No. de PAGOS:	10	VALOR DE CADA PAGO:	108,08

Fuente: Ecuadoriano Suiza

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Hogar

Coberturas

- Daños y Pérdidas Materiales a la Vivienda causados por:
- Fenómenos Naturales
- Erupción volcánica, rayo, terremoto, temblor, maremoto, derrumbe, lluvia, inundación, granizo, vientos fuertes, etc.
- Eventos Incontrolables.
- Incendio, explosión dentro o fuera del inmueble, caída de árboles, impacto de aeronaves o vehículos terrestres.
- Accidentes y Actos Mal Intencionados.
- Rotura accidental de vidrios o baterías sanitarias, disturbios públicos, actos terroristas.

- Robo
- Evidencia de violentación de cerraduras (puertas o ventanas).
- Intimidación o amedrentación a las personas que habitan en el domicilio.
- Daños en equipos eléctricos y electrónicos.
- Daños que se presenten en forma accidental, súbita e imprevista.
- Todos los aparatos eléctricos o electrónicos que estén conectados o listos para ser conectados.
- Accidentes y Gastos Médicos del Personal Doméstico.
- Responsabilidad Civil.
- Daños a terceras personas

Coberturas opcionales

- Accidentes y gastos médicos del personal doméstico.
- Responsabilidad Civil.
- Daños a terceras personas (Lesiones corporales y daños materiales).
- E-Guard.
- Portabilidad para equipos electrónicos fuera del inmueble asegurado.
- Mascotas Caninas.
- Muerte accidental, responsabilidad civil y cremación.

Precios

Para efectos de nuestra proyección hemos decidido enfocarnos en los planes A, D Y G con sus diferentes variaciones de primas en conjunto, según la escala que proporciona la aseguradora AIG.

Tabla 24. Plan Estructura hogar

ESTRUCTURA		
PLAN	VALOR ASEGURADO EDIFICIO	PRIMA ANUAL
A	\$ 40,000.00	\$ 103.06
B	\$ 50,000.00	\$ 128.69
C	\$ 60,000.00	\$ 154.31
D	\$ 80,000.00	\$ 205.56
E	\$ 90,000.00	\$ 231.19
F	\$ 100,000.00	\$ 256.82
G	\$ 120,000.00	\$ 308.63
H	\$ 150,000.00	\$ 385.50
I	\$ 180,000.00	\$ 462.38
J	\$ 200,000.00	\$ 513.63

Fuente: AIG Metropolitana

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 25. Plan Estructura hogar

CONTENIDOS DE HOGAR			
PLAN	VALOR ASEGURADO CONTENIDOS	VALOR ASEGURADO ROBO	PRIMA ANUAL
A	\$ 10,000.00	\$ 5,000.00	\$ 122.51
B	\$ 15,000.00	\$ 7,500.00	\$ 170.27
C	\$ 20,000.00	\$ 10,000.00	\$ 218.03
D	\$ 25,000.00	\$ 12,500.00	\$ 265.78
E	\$ 30,000.00	\$ 15,000.00	\$ 314.10
F	\$ 35,000.00	\$ 17,500.00	\$ 361.86
G	\$ 40,000.00	\$ 20,000.00	\$ 409.62
H	\$ 50,000.00	\$ 25,000.00	\$ 505.13
I	\$ 60,000.00	\$ 30,000.00	\$ 602.88
J	\$ 80,000.00	\$ 40,000.00	\$ 793.91

Fuente: AIG Metropolitana

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

PLAN A

La idea de comercializar este plan se encuentra en función de otorgar una cobertura a una vivienda que su valor de reposición, en lo que respecta a estructura, ascienda a 40,000 USD. A este costo se le añaden valores de contenidos de muebles y enseres que este en 10,000 USD y los cuales se otorguen cobertura por robo de 5,000 USD. Estos valores al sumar darían como monto a pagar por el seguro lo siguiente:

Tabla 26. Plan A: Estructura y contenido

ESTRUCTURA	40,000 USD	103.60 USD
CONTENIDOS (Terremoto, Incendio)	10,000 USD	122.51 USD
CONTENIDOS (Robo)	5,000 USD	INCLUIDO
TOTAL		126.11 USD

Fuente: AIG Metropolitana

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

PLAN D

La idea de comercializar este plan se encuentra en función de otorgar una cobertura a una vivienda que su valor de reposición, en lo que respecta a estructura, ascienda a 80,000 USD.

A este costo se le añaden valores de contenidos de muebles y enseres que este en 25,000 USD y los mismos se otorguen cobertura por robo de 12,5000 USD. Estos valores al sumar darían como monto a pagar por el seguro lo siguiente:

Tabla 27. Plan D: Estructura y contenido

ESTRUCTURA	80,000 USD	205.56 USD
CONTENIDOS (Terremoto, Incendio)	25,000 USD	256.78 USD
CONTENIDOS (Robo)	12,500 USD	INCLUIDO
TOTAL		462.34 USD

Fuente: AIG Metropolitana

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

PLAN G

La idea de comercializar este plan se encuentra en función de otorgar una cobertura a una vivienda que su valor de reposición, en lo que respecta a estructura, ascienda a 120,000 USD. A este costo se le añaden valores de contenidos de muebles y enseres que esté en 40,000 USD y los que se otorguen cobertura por robo de 20,000 USD. Estos valores al sumar darían como monto a pagar por el seguro lo siguiente:

Tabla 28. Plan G: Estructura y contenido

ESTRUCTURA	120,000 USD	308.63 USD
CONTENIDOS (Terremoto, Incendio)	40,000 USD	409.62 USD
CONTENIDOS (Robo)	20,000 USD	INCLUIDO
TOTAL		718.25 USD

Fuente: AIG Metropolitana

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

No se han colocado valores por las coberturas opcionales porque cada asegurado tendrá la potestad de añadir más coberturas a su plan; por tanto, se considera incierta la contratación de dicha cobertura, lo que es excluyente para los análisis de la investigación.

4.8.3 Promoción

A diferencia de algunos brókers de seguros la estrategia de promoción es la de cubrir la zona conversando con la gente en toda la provincia ofreciendo el servicio y descubriendo las necesidades de cada individuo. Con esto se logra el trato directo, la empatía y el reconocimiento para establecer futuros vínculos comerciales con las personas y sus

allegados. Ya que al principio se pretende tratar al mercado individual, es lo mejor realizar de forma personalizada.

Para cuando se piensen en cubrir los mercados masivos, es importante recurrir a medios de prensa como radio, periódicos y televisión, Emailing, etc. Estas alianzas será el comienzo del posicionamiento al que se quiere llegar en el futuro.

Figura31. Banner publicitario Agenpen

"El futuro de su Familia
en nuestras Manos"



Cobertura Vehicular



Cobertura Médica



Cobertura Hogar



En todo momento y en cualquier parte del mundo nuestro compromiso es hacerles sentir siempre seguros.

 (04)2784540

(04)2 784540
Info@agenpen.com
Josué Robles Boderó y 4ta. Avenida
(La Libertad)

www.agenpen.com

Elaborado por: Luis Arias

Figura32. Tríptico publicitario Agenpen (frente)



Elaborado por: Luis Arias

Figura33. Tríptico publicitario Agenpen (dorsal)





Cobertura Médica

Plan Infinity de gastos médicos que con altas coberturas permite al asegurado y su familia estar protegido, con copagos que van desde el 70% al 100%.

Medicina Prepagada de Gastos Médicos en exceso, le permite al cliente escoger entre dos opciones de deducibles, los gastos son reembolsables de acuerdo a costos normales del medio ecuatoriano, aun si fueren realizados en cualquier parte del mundo.

Cobertura Hogar

- Daños y Pérdidas Materiales a la Vivienda causados por:
- Fenómenos Naturales
- Erupción volcánica, rayo, terremoto, temblor, maremoto, derrumbe, lluvia, inundación, granizo, vientos fuertes, etc.
- Eventos Incontrolables.

Coberturas

Póliza Todo Riesgo, que cubre pérdidas parciales y totales por robo y por choque, con exclusiones nombradas en las Condiciones Generales de la póliza y aprobadas por la Superintendencia.

Coberturas que permiten al asegurado y su familia estar protegido, con copagos que van desde el 70% al 100%.

Eligibilidad

El seguro podrá ser contratado por aquellas personas que residen en el Ecuador, cuya edad no supere los 60 años, y podrán mantener su cobertura hasta los 99 años. Los dependientes hijos podrán permanecer hasta el último día del mes en que cumplan 18 años de edad o hasta el último día en que cumpla 24 años de edad siempre y cuando sean dependientes económicamente del titular, solteros, estudiantes a tiempo completo.

Asistencia Vehicular

Todos los vehículos livianos asegurados gozarán sin costo adicional del beneficio de Asistencia Vehicular.

Este servicio estará disponible las 24 horas del día e incluye asistencia mecánica, remolque o transporte del vehículo, servicio de llanta baja, auxilio mecánico, recuperación de llaves dentro del auto, entre otros.

Cobertura Vehicular

Póliza Todo Riesgo, que cubre pérdidas parciales y totales por robo y por choque, con exclusiones nombradas en las Condiciones Generales de la póliza y aprobadas por la Superintendencia.

- Daños parciales por choque.
- Daños parciales por robo.
- Pérdida Total por choque, etc.




Elaborado por: Luis Arias

4.8.4 Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento será obtener reconocimiento como la Agencia Asesora Productora de Seguros local y de confianza, que ofrece a sus clientes planes de seguros que protejan su vida, su salud y su patrimonio con la cobertura y el respaldo de excelentes compañías del mercado local y mundial.

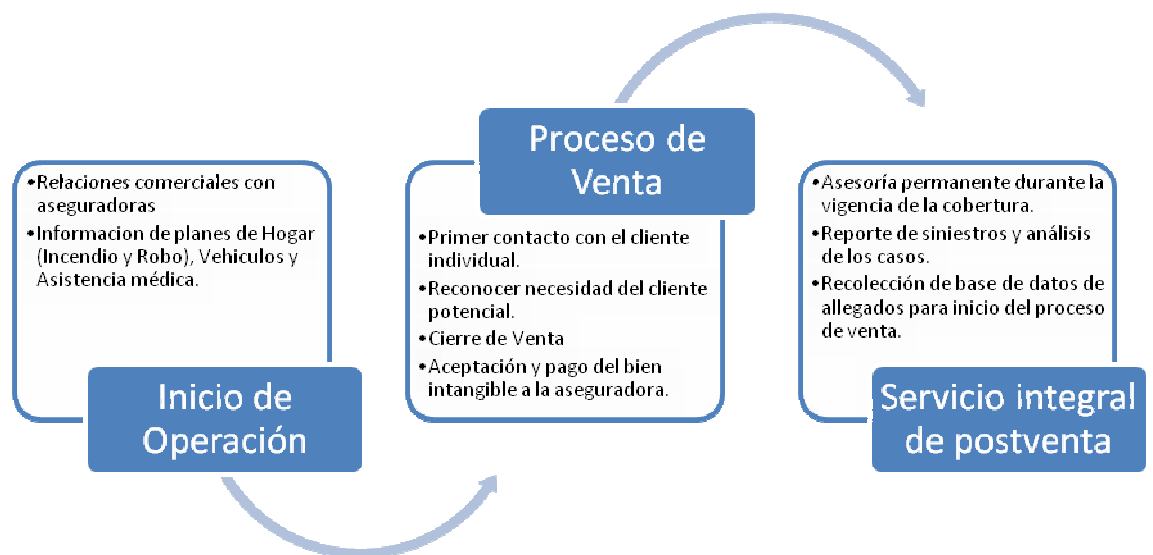
Nuestra función como asesores es dar a conocer los beneficios que nos otorgan las diferentes aseguradoras tanto como coberturas, primas y nivel de servicio.

CAPÍTULO V

ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL MODELO DE EMPRESA

5.1 Proceso productivo

Figura34. Proceso de venta



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.2 Capacidad de producción

5.2.1 Capacidad máxima

La capacidad máxima del proyecto se medirá por la cantidad de visitas mensuales que se podrían realizar a los clientes. Se estima que cada visita se tomaría un promedio de dos horas, por lo tanto durante el día laboral se realizarían cuatro visitas a posibles clientes y en un año 1.248.

Tabla 29. Capacidad máxima

CAPACIDAD MÁXIMA	
Días por Año	312
Horas por Día	8
Horas Totales Anuales	2496
Tiempo de visita por cliente (horas)	2
Cientes por año	1.248

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.2.2 Capacidad proyectada

La capacidad proyectada de visitas incluye una merma de tiempo por ineficiencia del 5%, lo que reduciría la cantidad de visitas anuales a 988.

Tabla 30. Capacidad proyectada

CAPACIDAD PROYECTADA	
Días por Año	260
Horas por Día	8
Horas Totales Anuales	2080
Horas Totales Anuales (- Ineficiencia 5%)	1976
Tiempo de visita por cliente (horas)	2
Cientes por año proyectados	988
Capacidad utilizada	79%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.3 Estimación de ventas

Se ha realizado una proyección de ventas basado en la investigación de mercado, por lo que se decidió ofertar los tres principales productos con los siguientes porcentajes de participación: Asistencia Médica 40%, Vehículos 40% y Hogar (Incendio y robo) 20%.

En seguros los planes varían de acuerdo al tipo de cliente, pero para efectos de realizar una proyección real se han armado diferentes planes, como se puede apreciar en la Tabla 32.

Tabla 31. Estimación de demanda de seguros

VENTAS		PVP	COMISION VENTA	% VENTAS	CANTIDAD PLAN INICIO
COMISIONES 15% (ASISTENCIA MÉDICA) BMI	15%			40%	250
	SIGMA	\$ 1.522,07	\$ 228	10%	25
	INFINITY	\$ 2.288,79	\$ 343	15%	38
	INFINITY PLUS	\$ 2.848,48	\$ 427	5%	13
	INFINITY + FAMILIA	\$ 4.500,00	\$ 675	10%	25
COMISIONES 18% (VEHÍCULOS) ECUATORIANO-SUIZA	18%			40%	
	LUJO	\$ 925,00	\$ 167	15%	38
	REGULAR	\$ 555,00	\$ 100	25%	63
COMISIONES 15% (INCENDIO Y ROBO) AIG	15%			20%	
	PLAN A	\$ 225,57	\$ 34	5%	13
	PLAN D	\$ 471,34	\$ 71	5%	13
	PLAN G	\$ 718,25	\$ 108	10%	25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 32. Proyección de ingresos por ventas

VENTAS	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
15%	\$ 40.798	\$ 44.878	\$ 49.366	\$ 54.302	\$ 59.733	\$ 249.077
SIGMA	\$ 5.708	\$ 6.279	\$ 6.906	\$ 7.597	\$ 8.357	\$ 34.846
INFINITY	\$ 12.874	\$ 14.162	\$ 15.578	\$ 17.136	\$ 18.849	\$ 78.600
INFINITY PLUS	\$ 5.341	\$ 5.875	\$ 6.462	\$ 7.109	\$ 7.820	\$ 32.607
INFINITY + FAMILIA	\$ 16.875	\$ 18.563	\$ 20.419	\$ 22.461	\$ 24.707	\$ 103.024
18%	\$ 12.488	\$ 13.736	\$ 15.110	\$ 16.621	\$ 18.283	\$ 76.237
LUJO	\$ 6.244	\$ 6.868	\$ 7.555	\$ 8.310	\$ 9.141	\$ 38.119
REGULAR	\$ 6.244	\$ 6.868	\$ 7.555	\$ 8.310	\$ 9.141	\$ 38.119
15%	\$ 4.000	\$ 4.400	\$ 4.840	\$ 5.324	\$ 5.857	\$ 24.421
PLAN A	\$ 423	\$ 465	\$ 512	\$ 563	\$ 619	\$ 2.582
PLAN D	\$ 884	\$ 972	\$ 1.069	\$ 1.176	\$ 1.294	\$ 5.395
PLAN G	\$ 2.693	\$ 2.963	\$ 3.259	\$ 3.585	\$ 3.943	\$ 16.444
	\$ 57.286	\$ 63.014	\$ 69.316	\$ 76.247	\$ 83.872	\$ 349.735

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.4 Costos operativos

5.4.1 Costos directos

Se muestran los costos directos del proyecto, que constan de insumos directos y personal de ventas. Ambos rubros suman un total de \$8.397 por año.

Tabla 33. Insumos directos

Insumos	Detalle	Costo unitario	Costo Anual
250	Bolígrafo promocional	\$ 0.55	\$ 137.50
250	Carpeta Agenpen	\$ 1.20	\$ 300.00
		\$ 1.75	\$ 437.50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 34. Mano de obra directa

NO.	Cargo	Sueldo / mes	Comisiones 2%	13ro Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Gasto / año
1	Ejecutivo Comercial	400.00	1,161.86	496.82	318.00	200.00	400.00	583.20	7,959.88
	Total	400.00	1,161.86	496.82	318.00	200.00	400.00	583.20	7,959.88

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 35. Resumen de costos directos

COSTOS DIRECTOS	
Insumos directos	\$ 437.50
Mano de obra directa	\$ 7,959.88
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 8,397.38

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.4.2 Costos indirectos

El rubro más alto en costos fijos o indirectos es el que corresponde al pago de sueldos y salarios del personal. Aquí se incluyen gastos de ventas como Publicidad y los gastos administrativos.

Tabla 36. Gastos de personal indirecto

NO.	Cargo	Sueldo / mes	13ro Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Gasto / año
1	Gerente General	1,000.00	1,000.00	318.00	500.00	1,000.00	1,458.00	16,276.00
1	Asistente de Gerencia	350.00	350.00	318.00	175.00	350.00	510.30	5,903.30
Total		1,350.00	1,350.00	636.00	675.00	1,350.00	1,968.30	22,179.30

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 37. Gastos generales

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Servicios básicos	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Servicios contables	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Suministros de oficina y limpieza	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Publicidad	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Arriendo de oficina	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Gastos varios	\$ 50.00	\$ 600.00
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 38. Resumen de costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS	
Mano de obra indirecta	\$ 22,179.30
Gastos generales	\$ 21,600.00
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$ 43,779.30

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.5 Inversiones del modelo de empresa

El total de activos que se necesitan para poner en marcha el proyecto es \$14.964, que incluyen la compra de muebles y equipos de oficina para el personal administrativo, así como adecuaciones y gastos de constitución.

Tabla 39. Resumen de la inversión

Activos Fijos	\$ 6,055
Activos Diferidos	\$ 2,800
Capital de Trabajo	\$ 6,109
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 14,964

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.5.1 Activos fijos

Tabla 40. Inversión en activos fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Equipos de oficina	1	\$ 1,500	\$ 1,500
Teléfono	3	\$ 35	\$ 105
Escritorio gerencial	1	\$ 450	\$ 450
Escritorio ejecutivo	2	\$ 300	\$ 600
Sillón gerencial	1	\$ 180	\$ 180
Silla ejecutiva	2	\$ 120	\$ 240
Sillas espera	4	\$ 60	\$ 240
Muebles para archivo	2	\$ 250	\$ 500
Laptop Hp Compaq	1	\$ 850	\$ 850
Instalación red	1	\$ 120	\$ 120
Computadora	2	\$ 560	\$ 1,120
Impresora	1	\$ 150	\$ 150
TOTAL			\$ 6,055

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.5.1 Activos diferidos

Tabla 41. Inversión en activos diferidos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Adecuación de oficina	1	\$ 2,000	\$ 2,000
Gastos de constitución	1	\$ 800	\$ 800
TOTAL			\$ 2,800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.6 Depreciaciones

Este cuadro muestra la forma en que se van a depreciar anualmente los activos fijos y a amortizar los activos diferidos del el proyecto. Se puede apreciar que a partir del cuarto año la depreciación baja a \$382 por motivo de que la gran mayoría de activos son equipos de computación que tienen un tiempo corto de vida útil.

Tabla 42. Depreciación anual

DESCRIPCION	TOTAL	DEPREC %	DEPREC AÑO 1	DEPREC AÑO 2	DEPREC AÑO 3	DEPREC AÑO 4	DEPREC AÑO 5
Equipos de oficina	\$ 1,500	10%	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150
Teléfono	\$ 105	10%	\$ 11	\$ 11	\$ 11	\$ 11	\$ 11
Escritorio gerencial	\$ 450	10%	\$ 45	\$ 45	\$ 45	\$ 45	\$ 45
Escritorio ejecutivo	\$ 600	10%	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60
Sillón gerencial	\$ 180	10%	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18
Silla ejecutiva	\$ 240	10%	\$ 24	\$ 24	\$ 24	\$ 24	\$ 24
Sillas espera	\$ 240	10%	\$ 24	\$ 24	\$ 24	\$ 24	\$ 24
Muebles para archivo	\$ 500	10%	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50
Laptop Hp Compaq	\$ 850	33%	\$ 281	\$ 281	\$ 281	\$ 0	\$ 0
Instalación red	\$ 120	33%	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 0	\$ 0
Computadora	\$ 1,120	33%	\$ 370	\$ 370	\$ 370	\$ 0	\$ 0
Impresora	\$ 150	33%	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 0	\$ 0
TOTAL	\$ 6,055		\$ 1,121	\$ 1,121	\$ 1,121	\$ 382	\$ 382

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 43. Amortización anual

DESCRIPCIÓN	TOTAL	AMORT %	AMORT AÑO 1	AMORT AÑO 2	AMORT AÑO 3	AMORT AÑO 4	AMORT AÑO 5
Adecuación de oficina	\$ 2,000	20%	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400
Gastos de constitución	\$ 800	20%	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160
TOTAL	\$ 2,800		\$ 560	\$ 560	\$ 560	\$ 560	\$ 560

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.7 Financiamiento

Del total de \$14.964 que se necesitan para ejecutar el proyecto, se va a financiar con inversionistas o instituciones financieras el 70% lo que da un valor de \$10.475.

Tabla 44. Resumen del financiamiento

Financiamiento	\$ 10,475	70%
Capital	\$ 4,489	30%
FINANCIAMIENTO	\$ 10,475	
TASA INTERES	12%	
TASA EFECTIVA MENSUAL	1.0%	
PLAZO AÑOS	5	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

5.7.1 Tabla de Amortización del Crédito

Al final de los 5 años de financiamiento, con una tasa de interés del 12%, se termina pagando \$31.226 por la suma de los gastos financieros y capital.

Tabla 45. Amortización del crédito a 30 meses

No. Cuotas	Interés	Capital	Dividendo	Saldo de capital
0				10,475.12
1	104.75	128.26	233.01	10,346.86
2	103.47	129.54	233.01	10,217.31
3	102.17	130.84	233.01	10,086.47
4	100.86	132.15	233.01	9,954.32
5	99.54	133.47	233.01	9,820.85
6	98.21	134.80	233.01	9,686.05
7	96.86	136.15	233.01	9,549.90
8	95.50	137.51	233.01	9,412.38
9	94.12	138.89	233.01	9,273.49
10	92.73	140.28	233.01	9,133.21
11	91.33	141.68	233.01	8,991.53
12	89.92	143.10	233.01	8,848.43
13	88.48	144.53	233.01	8,703.91
14	87.04	145.97	233.01	8,557.93
15	85.58	147.43	233.01	8,410.50
16	84.10	148.91	233.01	8,261.59
17	82.62	150.40	233.01	8,111.19
18	81.11	151.90	233.01	7,959.29
19	79.59	153.42	233.01	7,805.87
20	78.06	154.95	233.01	7,650.92
21	76.51	156.50	233.01	7,494.41
22	74.94	158.07	233.01	7,336.34
23	73.36	159.65	233.01	7,176.69
24	71.77	161.25	233.01	7,015.45
25	70.15	162.86	233.01	6,852.59
26	68.53	164.49	233.01	6,688.10
27	66.88	166.13	233.01	6,521.97
28	65.22	167.79	233.01	6,354.17
29	63.54	169.47	233.01	6,184.70
30	61.85	171.17	233.01	6,013.54

No. Cuotas	Interés	Capital	Dividendo	Saldo de capital
30	61.85	171.17	233.01	6,013.54
31	60.14	172.88	233.01	5,840.66
32	58.41	174.61	233.01	5,666.05
33	56.66	176.35	233.01	5,489.70
34	54.90	178.12	233.01	5,311.58
35	53.12	179.90	233.01	5,131.69
36	51.32	181.70	233.01	4,949.99
37	49.50	183.51	233.01	4,766.48
38	47.66	185.35	233.01	4,581.13
39	45.81	187.20	233.01	4,393.93
40	43.94	189.07	233.01	4,204.85
41	42.05	190.96	233.01	4,013.89
42	40.14	192.87	233.01	3,821.01
43	38.21	194.80	233.01	3,626.21
44	36.26	196.75	233.01	3,429.46
45	34.29	198.72	233.01	3,230.74
46	32.31	200.71	233.01	3,030.03
47	30.30	202.71	233.01	2,827.32
48	28.27	204.74	233.01	2,622.58
49	26.23	206.79	233.01	2,415.79
50	24.16	208.86	233.01	2,206.94
51	22.07	210.94	233.01	1,996.00
52	19.96	213.05	233.01	1,782.94
53	17.83	215.18	233.01	1,567.76
54	15.68	217.34	233.01	1,350.42
55	13.50	219.51	233.01	1,130.91
56	11.31	221.70	233.01	909.21
57	9.09	223.92	233.01	685.29
58	6.85	226.16	233.01	459.13
59	4.59	228.42	233.01	230.71
60	2.31	230.71	233.01	0.00
TOTALES	\$ 3,505.67	\$ 10,475.12	\$ 13,980.79	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

CAPÍTULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL MODELO DE EMPRESA

6.1 Estado de Resultados Projectado

En el primer año del proyecto, se logra obtener una utilidad de \$2.404. A partir del segundo año la utilidad sube significativamente alcanzando en cinco años \$38.934, lo que muestra que el proyecto es rentable y atractivo para cualquier inversionista.

Tabla 46. Estado de Resultados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ingresos por Ventas	\$ 58,093	\$ 63,902	\$ 70,293	\$ 77,322	\$ 85,054	\$ 354,664
(Costos Directos)	\$ 8,397	\$ 8,817	\$ 9,258	\$ 9,721	\$ 10,207	\$ 46,401
UTILIDAD BRUTA	\$ 49,696	\$ 55,085	\$ 61,035	\$ 67,601	\$ 74,847	\$ 308,263
(Gastos)	\$ 43,779	\$ 45,968	\$ 48,267	\$ 50,680	\$ 53,214	\$ 241,908
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 5,916	\$ 9,117	\$ 12,768	\$ 16,921	\$ 21,633	\$ 66,355
Depreciación anual	\$ 1,121	\$ 1,121	\$ 1,121	\$ 382	\$ 382	\$ 4,125
Amortización anual	\$ 560	\$ 560	\$ 560	\$ 560	\$ 560	\$ 2,800
Intereses Bancarios	\$ 1,169	\$ 963	\$ 731	\$ 469	\$ 174	\$ 3,506
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	\$ 3,626	\$ 7,033	\$ 10,916	\$ 16,071	\$ 21,078	\$ 58,724
Repartición Utilidades 15%	\$ 544	\$ 1,055	\$ 1,637	\$ 2,411	\$ 3,162	\$ 8,809
Utilidad antes Impuesto Renta	\$ 3,082	\$ 5,978	\$ 9,279	\$ 13,660	\$ 17,916	\$ 49,916
Imp. Renta 22%	\$ 678	\$ 1,315	\$ 2,041	\$ 3,005	\$ 3,942	\$ 10,981
UTILIDAD NETA	\$ 2,404	\$ 4,663	\$ 7,238	\$ 10,655	\$ 13,975	\$ 38,934

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6.2 Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja se muestra positivo durante los cinco años del proyecto, obteniendo valores suficientes para cubrir el pago de deuda y repartir utilidades a los trabajadores. En cinco años se acumulan \$32.584.

Tabla 47. Flujo de caja

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ingresos por Ventas	\$ 58,093	\$ 63,902	\$ 70,293	\$ 77,322	\$ 85,054	\$ 354,664
(Costos Directos)	\$ 8,397	\$ 8,817	\$ 9,258	\$ 9,721	\$ 10,207	\$ 46,401
(Gastos)	\$ 43,779	\$ 45,968	\$ 48,267	\$ 50,680	\$ 53,214	\$ 241,908
FLUJO OPERACIONAL	\$ 5,916	\$ 9,117	\$ 12,768	\$ 16,921	\$ 21,633	\$ 66,355
Ing. No Operacionales	\$ 14,964	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 14,964
Crédito	\$ 10,475	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 10,475
Aporte Propio	\$ 4,489	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4,489
Eg. No Operacionales	\$ 18,983	\$ 5,166	\$ 6,475	\$ 8,212	\$ 9,899	\$ 48,735
Inversiones	\$ 14,964	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 14,964
<i>Activos Fijos</i>	\$ 6,055	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6,055
<i>Activos Diferidos</i>	\$ 2,800	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2,800
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 6,109	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6,109
Pago de Dividendos	\$ 2,796	\$ 2,796	\$ 2,796	\$ 2,796	\$ 2,796	\$ 13,981
Repart. Utilidades	\$ 544	\$ 1,055	\$ 1,637	\$ 2,411	\$ 3,162	\$ 8,809
Imp. Renta	\$ 678	\$ 1,315	\$ 2,041	\$ 3,005	\$ 3,942	\$ 10,981
FLUJO NO OPERATIVO	(\$ 4,018)	(\$ 5,166)	(\$ 6,475)	(\$ 8,212)	(\$ 9,899)	(\$ 33,771)
FLUJO NETO	\$ 1,898	\$ 3,951	\$ 6,293	\$ 8,709	\$ 11,734	\$ 32,584
Flujo Acumulado	\$ 1,898	\$ 5,849	\$ 12,142	\$ 20,851	\$ 32,584	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6.3 Balance General Proyectado

En el Balance General se puede apreciar que el activo corriente durante todos los años es mayor que los pasivos corrientes, lo que garantiza liquidez y capacidad de pago. De igual forma, es importante el crecimiento del patrimonio que empieza en el primer año en \$6.334 y en el quinto año asciende a \$40.624.

Estos datos permiten concluir que el proyecto se fortalece año a año y que el dinero reinvertido de los accionistas, está cosechando sus frutos.

Tabla 48. Balance general

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$ 8,008	\$ 11,958	\$ 18,251	\$ 26,960	\$ 38,694
<i>Caja - Bancos</i>	\$ 1,898	\$ 5,849	\$ 12,142	\$ 20,851	\$ 32,584
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 6,109	\$ 6,109	\$ 6,109	\$ 6,109	\$ 6,109
Activos Fijos Netos	\$ 4,934	\$ 3,814	\$ 2,693	\$ 2,311	\$ 1,930
Activos Fijos	\$ 6,055	\$ 6,055	\$ 6,055	\$ 6,055	\$ 6,055
(Dep. acumulada)	(\$ 1,121)	(\$ 2,241)	(\$ 3,362)	(\$ 3,744)	(\$ 4,125)
Activos Diferidos Netos	\$ 2,240	\$ 1,680	\$ 1,120	\$ 560	\$ 0
Activos Diferidos	\$ 2,800	\$ 2,800	\$ 2,800	\$ 2,800	\$ 2,800
(Amort. acumulada)	(\$ 560)	(\$ 1,120)	(\$ 1,680)	(\$ 2,240)	(\$ 2,800)
TOTAL ACTIVOS	\$ 15,182	\$ 17,452	\$ 22,064	\$ 29,832	\$ 40,624
PASIVOS	\$ 8,848	\$ 7,015	\$ 4,950	\$ 2,623	\$ 0
Patrimonio	\$ 6,334	\$ 10,436	\$ 17,114	\$ 27,209	\$ 40,624
Ap. Fut. Capitalización	\$ 4,489	\$ 4,489	\$ 4,489	\$ 4,489	\$ 4,489
Utilidad del ejercicio	\$ 2,404	\$ 4,663	\$ 7,238	\$ 10,655	\$ 13,975
Utilidades retenidas		\$ 2,404	\$ 7,067	\$ 14,305	\$ 24,960
Pasivos + Patrimonio	\$ 15,182	\$ 17,452	\$ 22,064	\$ 29,832	\$ 40,624

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6.4 Análisis de Costo Unitario

Se ha realizado el análisis del costo unitario de todos los años del proyecto. Se observa que luego de asignarle costos operativos y financieros a cada uno de los productos, estos tienen un margen de utilidad unitario de 5% en el primer año y llegaría a 24% en el quinto.

Tabla 49. Análisis de costo unitario

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Directos	\$ 8,397	\$ 8,817	\$ 9,258	\$ 9,721	\$ 10,207
Costos Indirectos	\$ 43,779	\$ 45,968	\$ 48,267	\$ 50,680	\$ 53,214
Depreciación y Amortización	\$ 1,681	\$ 1,681	\$ 1,681	\$ 942	\$ 942
Gastos financieros	\$ 1,169	\$ 963	\$ 731	\$ 469	\$ 174
Costos Totales	\$ 55,027	\$ 57,429	\$ 59,936	\$ 61,811	\$ 64,536
Unidades Anuales	250	250	250	250	250
Costo Unitario	\$ 220	\$ 230	\$ 240	\$ 247	\$ 258
Precio de Venta	\$ 232	\$ 256	\$ 281	\$ 309	\$ 340
Utilidad Unitaria	\$ 12	\$ 26	\$ 41	\$ 62	\$ 82
Margen Unitario	5%	10%	15%	20%	24%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6.5 Análisis Financiero

6.5.1 Índices Financieros

La inversión inicial se proyecta recuperar en tres años y cuatro meses, al ser este plazo menor al del período de evaluación del proyecto, se considera aceptado.

Tabla 50. Payback

PAYBACK					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto	1,898	3,951	6,293	8,709	11,734
Flujo Acumulado	1,898	5,849	12,142	20,851	32,584
Ubicación del año	Año 3				
Diferencia con Inv. Inicial	14,964	12,142	2,823		
Flujo mensual promedio	8,709	12	726		
Número de meses	2,823	726	4		
Payback	3 AÑOS, 4 MESES				

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Se utilizaron los índices financieros más relevantes para determinar la rentabilidad del proyecto. La Tasa de Rendimiento Promedio arrojó un resultado positivo del 43,5%, la cual supera la tasa de descuento (12%), al ser así, se considerada aceptada. El VAN (Valor Actual Neto) será \$21,516.07, flujo que permitirá cubrir las expectativas de los inversionistas.

El Índice de Rentabilidad es de 1,44, lo que indica que por cada \$1 de inversión se obtendrán \$1,44 de retorno. La Tasa Interna de Retorno es 24%, mayor a la tasa de descuento.

Tabla 51. Índices descontados

Inversión Inicial	\$ 14,964.45
Tasa de descuento	12%
VAN	\$ 21,516.07
Diferencia	\$ 6,551.61
Rentabilidad Real (RR)	44%
Tasa Interna Retorno (TIR)	24%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 52. Tasa de rendimiento promedio

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	
Inversión Inicial	14,964
Flujo total	32,584
No. de años	5
TRP	43.5%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6.5.2 Ratios Financieros

El Punto de Equilibrio es de \$51.177 en el primer año, que corresponde al 88% de las ventas proyectadas en ese periodo. Este porcentaje es bastante alto, pero a medida que pasan los años este valor baja considerablemente, permitiendo tener mayor estabilidad.

Tabla 53. Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pto. Equilibrio en USD	\$ 51,177	\$ 53,326	\$ 55,588	\$ 57,968	\$ 60,471
Pto. Equilibrio en %	88%	83%	79%	75%	71%
Pto. Equilibrio en unidades	220	209	198	187	178

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6.5.3 Índices de Riesgo Financiero

El Valor Agregado sobre Ventas será de 54% en el primer año, a esto se lo denomina el Punto de Quiebre, que significa el porcentaje de ventas mínimo que se debe alcanzar para cubrir los gastos financieros y el sueldo del personal. El Índice de Liquidez a partir del segundo año es de 1,70 lo que muestra que se dispone de \$1,70 por cada dólar de deuda corriente.

Tabla 54. Valor agregado sobre ventas

Valor Agregado sobre Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas en USD	\$ 58,093	\$ 63,902	\$ 70,293	\$ 77,322	\$ 85,054
Gastos Financieros	\$ 1,169	\$ 963	\$ 731	\$ 469	\$ 174
Gastos de Personal	\$ 30,139	\$ 31,646	\$ 33,228	\$ 34,890	\$ 36,634
Valor Agregado sobre Ventas	54%	51%	48%	46%	43%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 55. Índice de liquidez

Liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$ 8,008	\$ 11,958	\$ 18,251	\$ 26,960	\$ 38,694
Pasivos Corrientes	\$ 8,848	\$ 7,015	\$ 4,950	\$ 2,623	\$ 0
Liquidez	0.90	1.70	3.69	10.28	N/A

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

6.5.4 Razones Financieras

El Margen Neto de Utilidad es de 11%, representa el porcentaje de rentabilidad promedio del proyecto. La Rotación de Activos es de 8,73 (mayor a 1), determina la relación de las ventas con los activos adquiridos.

Tabla 56. Margen neto de utilidad

Margen Neto de Utilidad	TOTAL AÑOS
Utilidad Neta	\$ 38,934
Ventas	\$ 354,664
Margen Neto de Utilidad	11%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: GeovannyGallegos Lozano

Tabla 57. Rotación de activos

Rotación de Activos	TOTAL AÑOS
Ventas	\$ 354,664
Total Activos	\$ 40,624
Rotación de Activos	8.73

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Geovanny Gallegos Lozano

El índice Dupont alcanza el 96%, y se consigue al existir un correcto manejo de los activos con respecto a la utilidad obtenida por el proyecto.

Tabla 58. Dupont

DUPONT	
Rotación de Activos	8.73
Margen Neto de Utilidad	11%
DUPONT	96%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Geovanny Gallegos Lozano

Conclusiones

En relación al análisis realizado se puede concluir lo siguiente:

- El proyecto permitió evaluar los diferentes conceptos técnicos acerca de seguros y su comercialización. Esto ayudó a conocer global y específicamente el área de trabajo que tendrá el proyecto y a elaborar correctamente el estudio de factibilidad y las proyecciones a alcanzar para la introducción en el mercado de la península.
- Luego de realizar la respectiva investigación de mercado se pudo visualizar las necesidades de los habitantes de la provincia de Santa Elena, no sólo que el nivel de conocimientos en lo que respecta a seguros es mínimo, sino que la atención que se le presta también es poca por desconocimiento y falta de información por parte de quien la posee, esto genera las condiciones perfectas para incursionar en el mercado de la asesoría y producción de seguros de forma local.
- La demanda de seguros en la provincia de Santa Elena es general ya que existen pequeños y medianos negocios, parque automotor que cada vez se incrementa, personas que no son atendidas eficientemente en las casas de salud, viviendas que ya están totalmente construidas y otras en proceso de construcción; en fin, es el lugar propicio para llegar con nuevos emprendimientos.
- El modelo de negocios propuesto es muy general y básico en su etapa de iniciación; con esto, se pretende incursionar desde lo más elemental e individual y pasar a los ramos un poco más complejos y colectivos teniendo la aceptación de los clientes y sus allegados.
- Según los resultados que se desprenden del plan financiero existe un buen panorama ya que la inversión es mínima, dado que se crea una

empresa de servicios basado en la experiencia y conocimientos, y la recuperación de la misma es en poco tiempo, lo que genera gran expectativa.

- La aplicación del modelo de empresa es muy válida ya que sus indicadores muestran que goza de buena salud sobre todo por su tasa interna de retorno que es del 24% (muy aceptable en este tipo de modelos).

Recomendaciones

- Se recomienda antes de iniciar con la creación de la empresa realizar las gestiones pertinentes con la superintendencia de Bancos y Seguros además los agenciamientos necesarios con las diferentes aseguradoras a nivel nacional.
- Es inevitable pensar que otras empresas querrán intervenir en el mercado de la provincia de Santa Elena, por tanto, se debe promover de forma exhaustiva la mejor práctica que se llevará a cabo con la finalidad de obtener la fidelización de los futuros clientes.
- Es necesario impartir o realizar charlas en materia de asegurabilidad de los bienes con la finalidad de promover la contratación del servicio y a su vez dar a conocer ciertos procesos que toman las aseguradoras frente a determinados reclamos.
- Realizar un plan de contratación de personal progresivo para poder obtener la mayor aceptación del mercado peninsular y a su vez capacitarlos para que realicen la mejor asesoría posible.
- Aunque no es el objetivo primario, es necesario ir realizando los estudios para ir ocupando mercado en otras provincias.

Bibliografía

- Publicitado*. (Mayo de 2010). Obtenido de <http://publicitado.com/promocion-de-ventas/>
- Definición.de*. (2011). Obtenido de <http://definicion.de/comercializacion/>
- Chiodo, L. (1996). *Estrategias de Mercadeo para PPM en un programa de desarrollo agrícola*.
- Contreras Strauch, O. (1999). *Jurisprudencia sobre Seguros, Recopilación y Análisis* (Vol. II). Santiago, Chile: Jurídica de Chile.
- De la Garza, M. (2004). *Promoción de Ventas*. Madrid: Continental.
- Díez de Castro, C., & Rosa Díaz, I. (2004). *Gestión de precios* (Cuarta ed.). Madrid: Esic Editorial.
- Donati, A. (1960). *Los seguros privados, manual de derecho*. Milán: Bosch.
- El Derecho. (2011). *Guía práctica del Contrato de Seguro* (Primera ed.). Madrid: El Derecho y Quantor.
- Evans, M., & Rosenthal, J. (2005). *Probabilidad y estadística*. Barcelona, España: Reverté.
- Fratlicelli, M. (2005). *La incidencia del régimen de gananciales en el contrato de seguro de vida*. Madrid: Dykinson.
- GNP Seguros. (2010). *Seguros-seguros*.
- Gutiérrez y González, E. (1999). *El Patrimonio* (8va Ed. ed.). Porrúa.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *INEC*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/guayas.pdf
- Joseph, C. (2012). *Estrategias de ventas y comercialización para seguros de vida. Ehow en español*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/estrategias-ventas-comercializacion-seguros-vida-info_242791/
- Ohio National. (2011). *Ohio National*. Obtenido de <http://www.ohionational.cl/ohiolocal/WebCapacitacion/pdf/contseguros.pdf>

- Prefectura de Santa Elena. (2012). *Santa Elena*. Obtenido de http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=357&Itemid=160
- Rivadeneira, L. (2011). *La Columna de Leonardo*. Obtenido de <http://www.leonardorivadeneira.com/p/salinas.html>
- Sosa, D. (2003). *¿Cómo vendo más seguros?* Libros en Red.
- Spradley, J. P. (1975). *La Perspectiva Cultural (Traducido al Español)*.
- Subdirección de Estudios. (Junio de 2012). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Obtenido de http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/articulos_financieros/Estudios%20Tecnicos/2012/AT1SEGUROS_2012.pdf
- Subdirección de Estudios. (Febrero de 2013). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Obtenido de http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=1900&vp_tip=1
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (2012). *SBS*. Obtenido de http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L2_IX_cap_II.pdf

Anexos

Anexo #1: Tabla de evaluación de tasas de ramos de seguros en una industria

RAMOS	MONTO ASEGURADO SEGÚN CONTAB 2012-2012	ACE SEGUROS (ACTUAL)		ASERTEC/ASEG EQUINOCCIAL	
		TASA	PRIMA	TASA	PRIMA
INCENDIO	\$ 23,973,238.33	0.17%	\$ 40,754.51	NO APLICA	\$ -
AHMCCT, AMIT	\$ 1,000,000.00	0.00%	\$ -	S/COSTO 3MM	\$ -
PORTABILIDAD	\$ 60,000.00	S/COSTO 5,00	\$ -	S/COSTO 15K	\$ -
Refrigeracion	\$ 1,000,000.00	S/COSTO	\$ -	S/COSTO	\$ -
Exceso de humedad,	\$ 250,000.00	0.17%	\$ 425.00	0.19%	\$ 475.00
MULTIRRIESGO	\$ 24,914,103.30	NO APLICA	\$ -	0.19%	\$ 47,336.80
TOTAL INCENDIO			\$ 41,179.51		\$ 47,811.80
ROBO Y ASALTO	\$ 1,000,000.00	0.50%	\$ 5,000.00	0.70%	\$ 7,000.00
Propiedad personal	\$ 5,000.00	0.50%	\$ 25.00	S/COSTO	\$ -
Hurto (excepto dinero,	\$ 5,000.00	0.50%	\$ 25.00	0.7%110K	\$ 70.00
Intereses por bloqueo	\$ 3,000.00	0.50%	\$ 15.00	S/COSTO	\$ -
Gastos por anulacion,	\$ 3,000.00	0.50%	\$ 15.00	S/COSTO	\$ -
Gastos para aminorar	\$ 5,000.00	0.50%	\$ 25.00	S/COSTO	\$ -
TOTAL ROBO Y ASALTO			\$ 5,105.00		\$ 7,070.00
ROTURA DE MAQUINARIA	\$ 2,193,552.63	0.15%	\$ 3,290.33	0.00%	\$ -
SUBLIMITE	\$ 100,000.00	0.00%	\$ -	0.30%	\$ 300.00
TOTAL ROTURA DE MAQUINARIA			\$ 3,290.33		\$ 300.00
EQUIPO ELECTRONICO	\$ 940,864.97	0.45%	\$ 4,233.89	0.00%	\$ -
SUBLIMITE	\$ 100,000.00	0.00%	\$ -	0.50%	\$ 500.00
TOTAL EQUIPO ELECTRONICO			\$ 4,233.89		\$ 500.00
DINERO Y VALORES	\$ 30,000.00	fijo	\$ 825.00	fijo	\$ 825.00
EN TRANSITO		0.00%	\$ -	0.00%	\$ -
TOTAL DINERO Y VALORES			\$ 825.00		\$ 825.00
FIDELIDAD	\$ 100,000.00	2.30%	\$ 2,300.00	0.00%	\$ -
SUBLIMITE	\$ 35,000.00	0.00%	\$ -	2.30%	\$ 805.00
TOTAL FIDELIDAD			\$ 2,300.00		\$ 805.00
EQUIPO Y MAQUINARIA	\$ 138,999	0.40%	\$ 555.99	0.50%	\$ 694.99
Gastos p/aminorar la	\$ 2,000	0.40%	\$ 8.00	S/COSTO	\$ -
Gastos de viaje y	\$ 5,000	0.40%	\$ 20.00	S/COSTO	\$ -
Resp. Civil	\$ 15,000	0.40%	\$ 60.00	S/COSTO	\$ -
TOTAL EQUIPO Y MAQUINARIA			\$ 643.99		\$ 694.99
TRANSPORTE INTERNO	\$ 75,000,000.00	fijo	\$ 18,750.00	fijo	\$ 15,000.00
TOTAL TRANSPORTE INTERNO			\$ 18,750.00		\$ 15,000.00
TRANSPORTE DE	\$ 45,000,000.00	0.08%	\$ 36,000.00	0.07%	\$ 31,500.00
TOTAL TRANSPORTE DE			\$ 36,000.00		\$ 31,500.00
VEHICULOS	\$ 3,416,032.49	2.25%	\$ 76,860.73	2.00%	\$ 68,320.65

Anexo #2: Cuestionario de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

ENCUESTA

Estimado participante, el objetivo de este cuestionario es obtener información valiosa para la creación de un Asesor de Seguros en la provincia de Santa Elena. La información recopilada será totalmente confidencial y utilizada exclusivamente para evaluación global de la efectividad del modelo de empresa.

Información del Encuestado

Sexo: Hombre___ Mujer___
Edad: 20 a 25___ 26 a 35___ 36 a 45___ 46 a 60___
Residencia: Santa Elena ___ Salinas___ La Libertad___

1. ¿Ha contratado usted algún tipo de póliza de seguros independiente de las que le ofrece la empresa para la cual labora?

Si___ No___

Si la respuesta es no pase a la pregunta número 4.

2. ¿Qué tipo de seguros ha contratado?

Transporte (Exp./Imp.)___	Robo y/o Asalto___	Asistencia Medica___
Vehículos___	Responsabilidad Civil___	Ahorros___
Vida___	Accidentes Personales___	Casa/Habitación___

3. De acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior: ¿Cómo contrató la póliza de seguros?

Mediante una Compañía de Seguros____

Mediante un Asesor de Seguros (Bróker de Seguros) ____

No recuerdo ____

4. **¿Estaría Usted dispuesto(a) a contratar una póliza de Seguros por medio de un Asesor de Seguros (BROKER), teniendo en cuenta que le permite elegir la mejor opción entre algunas compañías de seguros, sin costo adicional?**

SI____ No____

Si la respuesta es no puede abandonar la encuesta.

5. **¿Qué tipo de póliza estaría usted dispuesto a contratar? (Valor anual)**

(Seleccione una opción)

Vehículos

\$400 - \$600____

\$600 - \$1.000____

Hogar

\$150 - \$300____

\$301 - \$500____

\$501 - \$800____

Asistencia Medica

\$1.200 - \$1.800____

\$1.801 - \$2.500____

\$2.501 - \$3.000____

\$3.001 - \$5.000____

6. **Señale en orden de importancia (siendo 1 la más baja y 5 la más alta), ¿Cuáles de las siguientes características debería proporcionar un Asesor Productor de Seguros (BROKER)?**

Características	Calificación
Excelente atención al Cliente	
Asesoramiento Confiable	
Experiencia – Solidez – Respaldo	
Oficinas en Santa Elena	
Tiempo de atención a siniestros	

7. **Al contratar un seguro privado, prefiere que la empresa aseguradora se encuentre:**

En Santa Elena____

En Guayaquil o Quito____

Otras ciudades____

Es indiferente____

8. ¿Con qué frecuencia recibe información sobre seguros privados?

Mensualmente___ Pocas veces al año___ Nunca___

9. ¿Actualmente se encuentra en condiciones y con necesidad de contratar un seguro privado?

SI___ No___

Muchas gracias por responder a esta encuesta.

Anexo #3: Modelo Contrato de Agenciamiento

CONTRATO DE AGENCIAMIENTO

PRIMERA.- COMPARECIENTES: En la ciudad de Guayaquil a los __ días del mes de _____ del 2013, la Compañía de Seguros AIG Metropolitana cía. De Seguros y Reaseguros S.A. / Igualas Médicas del Ecuador S.A. / Compañía de Seguros Ecuatoriano Suiza S.A., Representada por _____ de nacionalidad ecuatoriana con cédula de identidad No. 00000000, en su calidad de Representante Legal, a quien en adelante se llamará la Compañía, y por otra la Agencia Asesora Productora de Seguros AGENPEN S.A., domiciliada en Guayaquil, de nacionalidad ecuatoriana, representada por el Sr. Giovanni Gallegos con cédula de identidad No. 0922152467 con credencial No. __, otorgada por la Superintendencia de Bancos y Seguros, convienen a celebrar el Contrato de Agenciamiento de Seguros Contenido, de acuerdo a las cláusulas que ambas partes aceptan.

SEGUNDA.- OBJETO: La agencia está facultada para gestionar y obtener para la Compañía, valiéndose de su propia organización y sin relación de dependencia laboral, contratos de seguros, siempre que cuente con la credencial y el certificado de autorización concedido por la Superintendencia de Bancos y Seguros en los ramos de:

SEGURO DE ASISTENCIA MÉDICA

VEHICULOS

INCENDIO Y ROBO (HOGAR)

TERCERA.- COMISIONES: Las gestiones por la contratación y colocación de pólizas de seguros son de libre contratación de las partes.

La Compañía pagará comisiones sobre primas pagadas según la siguiente escala, siempre que se haya pagado la prima del seguro gestionado.

La Agencia reembolsará a la Compañía la parte proporcional de las comisiones sobre las primas devueltas a los asegurados por las anulaciones o cancelaciones de las pólizas.

CUARTA.- PLAZO: La duración de este contrato será de un año prorrogable automáticamente por períodos iguales, siempre y cuando las partes no expresen su voluntad en sentido contrario.

QUINTA.- NO EXCLUSIVIDAD: La Agencia, autorizada por este contrato para gestionar y obtener contratos de seguros para la Compañía dentro de la jurisdicción territorial de la República del Ecuador, no adquiere privilegio alguno ni exclusividad.

SEXTA.- RESPONSABILIDAD SOLIDARIA: En los términos de las normas para el ejercicio de actividades de los Asesores de Seguros, la Compañía es solidariamente responsable por los actos ordenados o ejecutados por la Agencia siempre que actúe de conformidad con las facultades emanadas de este contrato y señales de en los Reglamentos.

SÉPTIMA.- FACULTADES DE LA COMPAÑÍA: La Compañía se reserva el derecho de:

- a) Analizar y examinar los riesgos para los seguros que le fueren ofrecidos por la agencia de Seguros y aceptarlos o negarlos a su arbitrio; y ,
- b) Examinar en cualquier tiempo todos los libros de comercio y Archivos de la Agencia respecto de los negocios originados en este contrato y exigir a ésta, en caso necesario, rectificaciones.

OCTAVA.- TERMINACIÓN DEL CONTRATO: Además de lo establecido en la cláusula cuarta, La Compañía tendrá derecho a dar por terminado el contrato en las formas y por las causas determinadas en el Código Civil así como por la improductividad.

Las partes se reservan el derecho de dar por terminado el contrato en cualquier momento.

Este contrato quedará automáticamente cancelado en el evento de que la Superintendencia de Bancos y Seguros revoque la credencial.

NOVENA.- ACTOS NO AUTORIZADOS: Prohíbese a la Agencia:

- a) Aceptar riesgos, ofrecer descuentos en primas, prorrogar plazos de pago, modificar vencimientos, y en general realizar actos de exclusividad de la Compañía.
- b) Recibir a su nombre, importes de primas, retener o distraer dineros de propiedad de la Compañía, La Agencia se obliga a entregar inmediatamente a la Compañía todo valor recibido por concepto de primas, etc.
- c) Aceptar reclamos, negociar, liquidar, tomar decisiones sobre siniestros. Ordenar reparaciones sin previa autorización de la Compañía.

DÉCIMA.- OBLIGACIONES DE LA AGENCIA:

- a) Asesorar al cliente en forma veraz, suficiente, detallada y permanente acerca de las condiciones del contrato.
- b) Mantener bajo estricta reserva toda cotización que le fuera entregada por las Compañías de Seguros, bajo las prevenciones de ley.

- c) Comunicar cualquier modificación del riesgo que demande a su vez variación del monto de la cobertura.
- d) Responder ante la empresa de seguros por el correcto manejo de los documentos que le han sido confiados.
- e) Cuidar que el contrato de seguros se mantenga vigente y gestionar su oportuna renovación.
- f) Firmar las propuestas o cotizaciones que se tramite
- g) Devolver a la empresa de Seguros los documentos que le pertenezcan cuando deje de prestar los servicios.
- h) Cumplir las normas sobre tarifas que le suministre la Compañía.

UNDÉCIMA.- LEGISLACION:

En el ejercicio de las actividades tanto la Agencia como la Compañía actuarán sujetándose a las estipulaciones de este contrato.

DÉCIMO TERCERA.- JURISDICCION: Las partes someten la resolución de todas las controversias que se originen en la interpretación, aplicación y cumplimiento de este contrato al arbitraje administrado por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil. Las partes podrán libremente demandar y reconvenir exclusivamente sobre la misma materia.

En constancia de lo aquí estipulado, los contratantes firman tres ejemplares iguales de este contrato.

COMPAÑÍA DE SEGUROS

AGENCIA ASESORA
PRODUCTORA DE SEGUROS
AGENPEN S.A.

Anexo #4: Ranking de empresas aseguradoras

Tabla 59. Ranking Aseguradoras con base en activos consolidados

	ENTIDADES	ACTIVO	%
1	QBE COLONIAL	113.600.376	8,80%
2	SUCRE	108.299.107	8,40%
3	ACE	101.641.518	7,90%
4	EQUINOCCIAL	99.097.640	7,70%
5	AIG METROPOLITANA	61.103.567	4,80%
6	UNIDOS	59.718.752	4,70%
7	PICHINCHA	48.472.347	3,80%
8	PANAMERICANA DEL ECUADOR	45.837.542	3,60%
9	LATINA SEGUROS	40.498.902	3,20%
10	BOLIVAR	40.400.415	3,10%
11	MAPFRE ATLAS	38.830.537	3,00%
12	ASEGURADORA DEL SUR	38.727.001	3,00%
13	EQUIVIDA	35.333.072	2,80%
14	ECUATORIANO SUIZA	33.671.328	2,60%
15	CONDOR	31.810.615	2,50%
16	CONFIANZA	29.711.661	2,30%
17	ORIENTE	29.188.665	2,30%
18	GENERALI	27.898.985	2,20%
19	ROCAFUERTE	24.952.161	1,90%
20	HISPANA	24.420.538	1,90%
21	INTEROCEANICA	22.657.203	1,80%
22	PRODUSEGUROS	21.695.451	1,70%
23	CERVANTES	19.727.466	1,50%
24	COOPSEGUROS	19.519.165	1,50%
25	LA UNION	19.361.015	1,50%
26	PAN AMERICAN LIFE	19.191.881	1,50%
27	ALIANZA	15.841.729	1,20%
28	VAZ SEGUROS	14.488.624	1,10%
29	CONSTITUCION	13.671.308	1,10%
30	SWEADEN	12.790.954	1,00%
31	COLVIDA	8.798.646	0,70%
32	BMI	7.644.618	0,60%
33	CENSEG	7.456.734	0,60%
34	TOPSEG	7.265.133	0,60%
35	PORVENIR	7.137.739	0,60%
36	CAUCIONES	6.497.428	0,50%
37	COLON	5.638.881	0,40%
38	BALBOA	5.567.539	0,40%
39	COFACE	4.200.406	0,30%
40	BUPA	3.623.314	0,30%
41	PRIMMA	3.474.952	0,30%
42	LATINA VIDA	2.848.167	0,20%
43	LONG LIFE SEGUROS LLS	1.627.382	0,10%
	TOTAL SISTEMA	1.283.940.464	100,00%

Anexo #5

Requisitos para la obtención de credenciales

Para ejercer la actividad los agentes de seguros con relación de dependencia, deben previamente obtener su credencial ante la Superintendencia de Bancos y Seguros, misma que será solicitada por el representante legal de la empresa de seguros, quien adjuntará el correspondiente contrato de trabajo debidamente registrado ante la autoridad competente, debiendo cuidar celosamente que el beneficiario de ella sea una persona capaz e idónea para el ejercicio de su actividad y en los ramos de seguros que se propone ofrecer, gestionar y obtener.

Para ejercer la actividad, los agentes de seguros sin relación de dependencia 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:

- Currículum vitae;
- Certificado de afiliación a la Cámara de Comercio del lugar en donde va a desarrollar su actividad;
- Certificado del Registro Único de Contribuyentes;
- Certificado de haber aprobado un curso de especialización de seguros de por lo menos 258 horas de duración, considerando la hora de sesenta minutos de clase, dictado por un centro de educación superior, o por un organismo legalmente reconocido por autoridad competente y acreditar experiencia equivalente a un tiempo mínimo de dos (2) años en el área técnica o de comercialización de seguros³.

³ Se exceptúa del requisito de aprobación del curso de especialización señalado en el inciso anterior, a las personas que acrediten que han dictado o dictan cátedra por tres (3) años en materia relativa a seguros en centros de educación superior, o en un organismo legalmente

- Copia de la cédula de ciudadanía y copia de la papeleta de votación del último sufragio;
- 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;
- En caso de que el solicitante sea extranjero presentará la pertinente autorización laboral otorgada por autoridad competente;
- Además de los documentos señalados en los numerales precedentes, el interesado debe mantener el registro actualizado de su dirección, número de teléfono, fax, correo electrónico y disponer de un lugar adecuado para su funcionamiento.

Para ejercer la actividad las agencias asesoras productoras de seguros 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 pre-pagada 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:

reconocido por autoridad competente y acrediten experiencia por igual tiempo; o, acrediten experiencia equivalente a un tiempo mínimo de cinco (5) años en las áreas jurídica, técnica o de comercialización de seguros.

- Nombramientos de los administradores y representantes legales debidamente inscritos en el Registro Mercantil;
- Certificado de afiliación a la Cámara de Comercio del lugar donde la compañía tiene su matriz;
- Certificado del Registro Único de Contribuyentes;

Para obtener las credenciales y los certificados de autorización por ramos, los peticionarios 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 el presente capítulo.

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 Superintendencia de Bancos y Seguros.

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 Superintendencia de Bancos y Seguros.

Del inicio de las operaciones de las empresas asesoras de seguros

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 Superintendencia de Bancos y Seguros.

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 este capítulo, deben presentarse a rendir las pruebas de valoración de conocimientos, a través de su representante legal o el que haga sus veces.

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.

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.

De los contratos con las empresas

Los agentes de seguros personas naturales con relación de dependencia, deben celebrar un contrato de trabajo con una empresa de seguros (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2012).

El contrato de trabajo contendrá, además de lo exigido en el Código de Trabajo lo siguiente:

- Los derechos y obligaciones que convengan las partes, de conformidad con lo previsto en este capítulo;
- La solidaridad de las empresas de seguros respecto de los actos ordenados y ejecutados por estos agentes, dentro de las facultades contenidas en el contrato;
- La facultad de la empresa de seguros para controlar las actividades del agente; y,
- Cualquier otra disposición necesaria para el normal desenvolvimiento de las relaciones de las partes y el cumplimiento del objeto contractual.

Los agentes de seguros sin relación de dependencia, las agencias asesoras productoras de seguros y los intermediarios de reaseguros deben suscribir contratos de agenciamiento (ver anexo 3) 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.

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.

Derechos, obligaciones y prohibiciones de las empresas asesoras de seguros

Las comisiones por la gestión y obtención de pólizas de seguros son de libre contratación de las partes, las que deben constar en los contratos de agenciamiento suscritos (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2012).

Los asesores productores de seguros tendrán derecho al cobro de la comisión cuando se haya suscrito y legalizado el contrato de seguro gestionado y pagado la prima, tanto en su contratación inicial como en los casos de renovación o restitución de suma asegurada, o en su defecto en las extensiones de vigencia de la póliza.

Si por cancelación o anulación de la póliza, a solicitud del asegurado, la empresa de seguros devolviera primas sobre las cuales hubiere pagado comisión, tendrá derecho a exigir al asesor productor de seguros el reembolso de la parte proporcional de dicha comisión, por el tiempo no devengado de la prima.

La comisión correspondiente a seguros colocados de común acuerdo por varios asesores productores de seguros, se distribuirá en la proporción que éstos hayan acordado en el respectivo convenio, copia certificada del mismo debe ser presentada a la Superintendencia de Bancos y Seguros, 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.

No hay derecho a comisión, en los casos de rehabilitación de pólizas de vida caducadas, salvo que hubiere sido gestionada por el mismo agente

de seguros sin relación de dependencia o agencia asesora productora de seguros, dentro de los noventa días siguientes a la fecha de caducidad. En caso contrario las empresas de seguros admitirán la gestión de otro agente de seguros sin relación de dependencia o agencia asesora productora de seguros, para la rehabilitación, correspondiendo a éstos últimos la comisión respectiva.

Las comisiones que genere la obtención de un contrato de seguro sólo podrán ser percibidas por el agente de seguros sin relación de dependencia o agencia asesora productora de seguros que hubiere gestionado la colocación de la póliza de seguros, sin perjuicio de que se haya dado por terminado unilateralmente el contrato de agenciamiento con la aseguradora.

Las comisiones en el caso de pólizas de seguros con vigencia anual o menor a ésta, cuyo pago de prima se realice de acuerdo al plazo o condiciones pactadas en la respectiva póliza, serán pagadas al asesor productor de seguros que las haya gestionado inicialmente, aun cuando el asegurado haya designado otro asesor productor de seguros durante la vigencia de los contratos de seguros; correspondiéndole al nuevo asesor productor de seguros percibir las comisiones que se generen a partir de las renovaciones o extensiones de vigencia de los mismos, cuando ha fenecido el plazo de vigencia del contrato inicial.

Las comisiones en el caso de pólizas de seguros plurianuales cuyo pago de prima se realice anualmente, serán abonadas al asesor productor de seguros que las haya gestionado inicialmente, al igual para el caso de modificaciones al contrato de seguro que generen primas extras durante la vigencia inicialmente pactada.

Para el caso de que el asegurado proceda a designar a un nuevo asesor productor de seguros durante la vigencia del contrato original y antes de iniciarse el segundo año de vigencia de las pólizas con vigencia

plurianual, la comisión que se genere le corresponderá al nuevo asesor productor de seguros.

En el caso de que el asegurado proceda a extender o a renovar la vigencia del contrato inicial, la comisión que se genere por tal concepto, le corresponderá al nuevo asesor productor de seguros que fuere designado con antelación a la culminación del plazo de vigencia inicial.

En el caso de que no se nombre a un nuevo asesor productor de seguros, las comisiones que se generen en las extensiones o renovaciones del contrato inicial, le corresponderán al asesor productor de seguros que gestionó y colocó el contrato de seguros inicialmente, siempre que haya ejercitado los actos de gestión para la extensión y/o renovación.

En la colocación de contratos de seguros o en la emisión de las pólizas de seguros en forma directa, extensiones de vigencia e incrementos de sumas aseguradas, en la misma sin la participación de un asesor productor de seguros, la empresa de seguros no debe egresar por concepto de comisión valor alguno; así el asegurado haya nombrado expresamente un asesor productor de seguros, con antelación a la finalización del plazo de vigencia.

Sin embargo, para el caso señalado en el inciso anterior, los asesores productores de seguros que actúen en las renovaciones, tendrán derecho únicamente al cobro de las comisiones por tal concepto, una vez pagada la prima.

En los seguros de vida la forma de pago de las comisiones, se hará constar en el contrato de agenciamiento suscrito (Ver contrato en Anexo 3).

Si un agente de seguros fuere declarado judicialmente en estado de interdicción o falleciere, las comisiones se pagarán a quien legalmente corresponda de acuerdo con los contratos suscritos, siempre que los asegurados hayan pagado las primas respectivas.

Son obligaciones de los asesores productores de seguros:

- Cumplir con los principios de ética profesional y evitar la competencia desleal en la asesoría, gestión y colocación de contratos de seguros;
- Asesorar al cliente en forma veraz, suficiente, detallada y permanente acerca de las condiciones del contrato, haciéndole conocer las mejores opciones según sus necesidades, el alcance de las coberturas, beneficios, exclusiones, primas, forma de pago, requisitos, plazos y procedimientos para reclamar el pago de indemnizaciones;
- Comunicar inmediatamente por escrito a la empresa de seguros cualquier modificación del riesgo, si el asegurado le participó de aquello, o por tener conocimiento directo de este particular;
- Asesorar al asegurado en las diligencias tendientes al cobro de la indemnización y para actuar a nombre del cliente ante la empresa de seguros, siempre que cuente con poder especial para ello o autorización escrita del asegurado;
- Responder ante la empresa de seguros por el correcto manejo de los documentos que le han sido confiados;
- Cuidar que el contrato de seguro se mantenga vigente y gestionar la oportuna renovación, cuando expresamente lo haya solicitado el cliente;
- Devolver a las empresas de seguros los documentos y papelería que les pertenezcan, cuando dejen de prestar sus servicios;
- Suscribir los respectivos contratos de agenciamiento de seguros o de asistencia médica con las empresas de seguros o de medicina pre-pagada, respectivamente;
- Cumplir las normas e instrucciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- Mantener bajo estricta reserva toda cotización que fuere entregada por las empresas de seguros, bajo las prevenciones de ley;
- Remitir anualmente adjunto a los estados financieros la nómina de los socios o accionistas y representantes legales y mantener actualizados los referidos nombramientos;

- Notificar por escrito en forma inmediata a la Superintendencia de Bancos y Seguros, cambios de domicilio, apertura de sucursales y agencias y cierres de las mismas; cambios de administradores y apoderados; cambios en la composición accionaria; la dirección exacta, teléfono, fax y correo electrónico;
- Firmar las propuestas o cotizaciones que tramiten y verificar que ellas cumplan con las exigencias técnicas del riesgo que le sean aplicables;
- Cumplir las normas sobre las tarifas que le suministre la empresa de seguros;
- Remitir hasta el 30 de abril de cada año, los estados financieros, anexos y formularios del ejercicio económico anterior aprobados por la junta general de socios o accionistas de acuerdo al catálogo único emitido por la Superintendencia de Bancos y Seguros, formulario de declaración de impuesto a la renta; y, demás información requerida por la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- Pagar la contribución para el sostenimiento de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- Llevar contabilidad de acuerdo a las normas emitidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros y las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y conservar sus archivos actualizados con todos los registros de ingresos y egresos de sus operaciones sobre el giro de sus negocios a disposición de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- Recibir a los auditores y funcionarios de la Superintendencia de Bancos y Seguros y proporcionarles la información que les sea solicitada por ellos;
- Presentar a la Superintendencia de Bancos y Seguros la información de las obligaciones en documento escrito y en medios magnético o electrónico, máximo hasta el 30 de abril de cada año;
- Revalidar los certificados de autorización por ramos, de acuerdo a los términos que determine el presente capítulo;

- Responder, solidariamente con la aseguradora a las reclamaciones que el asegurado pueda presentar en el ámbito administrativo y judicial.
- Otras obligaciones que se deriven del giro propio de sus negocios de acuerdo a las normas e instrucciones impartidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Las empresas de seguros suministrarán gratuitamente a los asesores productores de seguros, formularios de pólizas y anexos aprobados por la Superintendencia de Bancos y Seguros para información de los interesados.

No podrán actuar como agentes de seguros sin relación de dependencia o como representantes legales, funcionarios o empleados de agencias asesoras productoras de seguros:

- Los funcionarios y empleados públicos;
- Los miembros de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional en servicio activo;
- Los directores, representantes legales, apoderados, asesores, gerentes, comisarios, auditores internos y contralores de: instituciones financieras, empresas de seguros, compañías de reaseguros, intermediarios de reaseguros, peritos de seguros, otras agencias asesoras productoras de seguros y de empresas de medicina prepagada;
- Los peritos de seguros;
- Auditores externos calificados por la Superintendencia de Bancos y Seguros; y,
- Los no residentes en el Ecuador.

A los asesores productores de seguros les queda prohibido:

- Ejercer actividades distintas a las señaladas en la Ley General de Seguros, en el reglamento general, en este capítulo y en el contrato de agenciamiento;
- Firmar, cancelar, anular, dejar sin efecto o modificar en cualquier forma el plazo, la cobertura o beneficio, exclusiones, prima o modalidad de pago de los seguros que intermedian, sin previa autorización escrita de la empresa de seguros;
- Operar en calidad de intermediario de reaseguros o perito de seguros y/o recibir remuneración por tales conceptos;
- Ofrecer seguros cuyos modelos de pólizas no estén aprobados previamente por la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- Ofrecer y/o gestionar y/o colocar pólizas de seguros de aseguradoras no constituidas ni establecidas legalmente en el país;
- Desempeñar las funciones de asesores, gerentes, representantes legales, directores, accionistas o funcionarios y empleados de las empresas de seguros y compañías de reaseguros;
- Descontar valores por cualquier concepto de las primas que les fueren entregadas por el asegurado así hubiere autorización escrita de la empresa de seguros o compañía de reaseguros;
- Recibir y/o retener valores por pago de indemnizaciones de siniestros sin contar con poder o autorización escrita del asegurado;
- Utilizar en su papelería nombres o términos que no sean los autorizados por la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- Egresar valores por concepto de comisiones a favor de otros asesores productores de seguros; se exceptúan los asesores productores de seguros que hubieren suscrito un convenio de asociación y participación, especificando los ramos en que cada uno de los asociados va a participar y la forma y porcentaje del pago de comisiones. Podrán actuar como líderes del convenio de asociación y participación únicamente las agencias asesoras productoras de seguros. Sin embargo, no podrán participar en este tipo de convenios

los asesores productores de seguros que no tengan aprobados los ramos de seguros respectivos y/o estén suspendidos el pago de comisiones; sin embargo, el líder está obligado a tener aprobados los respectivos certificados por ramos y mantener vigentes los contratos de agenciamiento; y,

- Egresar valores por pago de comisiones o reconocimientos económicos a favor de personas naturales o jurídicas ajenas al asesor productor de seguros que de una u otra forma hubieren participado en la colocación de una póliza de seguro.

Los asesores productores de seguros no podrán realizar directa ni indirectamente gestiones de intermediación de reaseguros, de representación de cualquier forma de compañías de reaseguros, de inspectores de riesgos ni de ajustadores de siniestros; tampoco podrán ser miembros del directorio, ni ser gerentes, ni actuar en su representación.

Los asesores productores de seguros no podrán hacer rebajas, ofrecer concesiones ni conceder comisiones a los asegurados o realizar actos de competencia desleal. Los asesores productores de seguros no pueden presentar reclamos administrativos ante la Superintendencia de Bancos y Seguros a nombre del asegurado o beneficiario, por este concepto, a menos que cuenten con mandato o poder especial legalmente conferido.