

**TRABAJO DE CONCLUSIÓN DE CARRERA PREVIO A**

**LA OBTENCION DEL TITULO DE:**

**INGENIERIA COMERCIAL**

**TEMA:**

**CREACIÓN, APLICACIÓN Y EVOLUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS Y  
CREACIÓN DE PROCESOS PARA LA COMPAÑÍA ZIONSEGUROS.**

**AUTORES:**

**JUAN DIEGO PAUTA CORDERO**

**ANDRES RICARDO CORNEJO TORRES**

**DIRECTOR DE TCC:**

**ING. GALO GARCIA**

Plan de trabajo de Conclusión de Carrera (TCC) presentado como requisito parcial para la obtención del grado de ingeniería Comercial de la Facultad de Negocios especialización mayor Finanzas, menor Negocios Internacionales.

**UNIVERSIDAD DEL PACIFICO**

**CUENCA – ECUADOR**

**MARZO DE 2013**

PAUTA, Juan Diego, CORNEJO, Andres., Creación, Aplicación Y Evolución Del Plan De Negocios Y Creación De Procesos Para La Compañía Zionseguros. Cuenca: UPACIFICO, 2013, 152p.

Director (Trabajo de Conclusión de Carrera TCC presentado a La Facultad de Negocios de la Universidad Del Pacifico).

Resumen: La reingeniería dentro de cualquier compañía genera un mejor conocimiento de aspectos que pueden ser explotados para generar una mayor rentabilidad de la misma.

La aplicación de estrategias genera una mejoría y orden dentro de la competencia, perfecciona la toma de decisiones y la manera de comportante dentro y fuera de la compañía. Servicio al cliente y los avances tecnológicos reestructuran y fortalecen de la misma manera.

Palabras claves: Estrategias, Procesos, Reingeniería.

## **DECLARACION DE AUTORÍA**

Nosotros, Juan Diego Pauta Cordero y Andres Ricardo Cornejo, declaramos ser los autores exclusivos del presente trabajo de conclusión de carrera.

Todos los efectos académicos y legales que se dependieren de la misma son nuestra *responsabilidad*

Por medio del presente documento cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad del Pacifico para que pueda hacer uso del texto completo de la tesis a titulo "Creación, Aplicación Y Evolución Del Plan De Negocios Y Creación De Procesos Para La Compañía Zionseguros" con fines académicos y/o de investigación.



Juan Diego Pauta Cordero



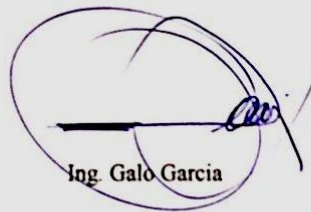
Andres Ricardo Cornejo

**CUENCA – ECUADOR**

**MARZO DE 2013**

## **CERTIFICACIÓN**

Yo, Ing. Galo Garcia docente de la facultad de ingeniería de la Universidad Del Pacifico, como Director de la presente tesis, certifico que los señores Juan Diego Pauta Cordero y Andres Ricardo Cornejo, egresados de esta institución, son autores exclusivos del presente trabajo, el mismo que es autentico, original e inédito



Ing. Galo Garcia

**CUENCA – ECUADOR**

**MARZO DE 2013**

## **DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD**

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniería Comercial de la Universidad Del Pacifico, autorizo a la Biblioteca de la universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad según como lo dictamina la L.O.E.S. 2010 Art. 144.

Cuatro copias digitales, de ésta tesis de grado quedan en custodia de la Universidad Del Pacifico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso, suscribe,

  
Ing. Oswaldo Webster

RECTOR

**CUENCA – ECUADOR**

**MARZO DE 2013**

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Formulación del problema y planteamiento de hipótesis.....</b>	<b>3</b>
<b>Justificación del tema.....</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos Generales.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>5</b>
<b>Marco teórico.....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ESTUDIO DE MERCADO</b>	
<b>1.    Análisis del entorno y estudio de mercado.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1    Análisis del mercado.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1.1    Definición del negocio actual y mercado.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1.2    Problemática del sector.....</b>	<b>20</b>
<b>1.1.3    Evolución de la competencia.....</b>	<b>22</b>
<b>1.2    Análisis del entorno.....</b>	<b>27</b>
<b>1.2.1    Factores políticos.....</b>	<b>27</b>
<b>1.2.2    Factores económicos.....</b>	<b>28</b>
<b>1.2.3    Factores sociales.....</b>	<b>30</b>
<b>1.2.4    Factores tecnológicos.....</b>	<b>31</b>
<b>1.3    Análisis de la demanda.....</b>	<b>32</b>
<b>1.3.1    Definición del perfil del consumidor.....</b>	<b>32</b>
<b>1.3.2    Definición del mercado meta.....</b>	<b>32</b>
<b>1.3.3    Demanda de póliza de seguros y compañías.....</b>	<b>33</b>
<b>1.3.3.1    Demanda de póliza de seguro.....</b>	<b>34</b>
<b>1.3.3.2    Demanda de compañías.....</b>	<b>35</b>
<b>1.4    La oferta.....</b>	<b>37</b>
<b>1.4.1    Análisis de la competencia .....</b>	<b>37</b>
<b>1.4.2    Compañías de seguros en la ciudad de Cuenca.....</b>	<b>37</b>
<b>1.4.3    Asesores productores de seguros en la ciudad de Cuenca.....</b>	<b>38</b>
<b>1.4.4    Participación de mercado.....</b>	<b>40</b>
<b>1.5    Estudio de mercado.....</b>	<b>48</b>
<b>1.5.1    Objetivos de la investigación de mercado.....</b>	<b>49</b>
<b>1.5.2    Tamaño de la muestra.....</b>	<b>50</b>
<b>1.5.3    Recolección de datos.....</b>	<b>51</b>
<b>1.5.4    Análisis de datos.....</b>	<b>51</b>
<b>1.5.5    Tabulación de resultados.....</b>	<b>52</b>
<b>CAPÍTULO II: ANALISIS ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA</b>	
<b>2.    Análisis organizacional de la empresa.....</b>	<b>65</b>
<b>2.1    Misión y visión.....</b>	<b>65</b>
<b>2.1.1    Misión.....</b>	<b>65</b>
<b>2.1.2    Visión.....</b>	<b>66</b>
<b>2.2    FODA DE ““Zionseguros Cía. Ltda.”.....</b>	<b>66</b>
<b>2.2.1    Fortalezas.....</b>	<b>66</b>
<b>2.2.2    Oportunidades.....</b>	<b>67</b>
<b>2.2.3    Debilidades.....</b>	<b>67</b>
<b>2.2.4    Amenazas.....</b>	<b>67</b>
<b>2.3    Organización de la empresa.....</b>	<b>68</b>

2.3.1	Gerente General.....	69
2.3.2	Gerente Comercial.....	69
2.3.3	Siniestros. (Asistente Técnico).....	70
2.3.4	Cobranzas y Ventas. (Asesor Comercial).....	70
2.3.5	Secretaria.....	70
2.4	Organigrama de la empresa.....	71
2.5	Constitución de la empresa.....	71
2.5.1	Requisitos para la constitución de la compañía.....	72

### **CAPITULO III: CREACIÓN Y DEFINICIÓN DE PROCESOS DE LA COMPAÑÍA “ZIONSEGUROS CÍA. LTDA**

3.	Creación y definición de procesos de la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.”.....	73
3.1	Identificación y definición de procesos existentes dentro de la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.”.....	73
3.1.1	Funciones de cada departamento.....	73
3.1.1.1	Gerencia general.....	73
3.1.1.2	Gerencia comercial.....	74
3.1.1.3	Departamento de siniestros.....	74
3.1.1.4	Departamento de cobranzas y ventas.....	75
3.1.1.5	Secretaria.....	75
3.2	Definición, descripción y requisitos técnicos de los cargos tipo de la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.”.....	76
3.2.1	Identificar cargos existentes en “Zionseguros Cía. Ltda.”.....	76
3.2.2	Requisitos técnicos de cada cargo.....	76
3.2.3	Procesos existentes.....	78
3.2.4	Identificar las etapas de cada proceso.....	78
3.3	Definición de funciones de los cargos tipo en cada proceso de la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.”.....	88
3.4	Estructuración del manual de procesos.....	98

### **CAPÍTULO IV: ANALISIS ESTRATEGICO DE MARKETING**

4.	Análisis estratégico de marketing.....	99
4.1	4p’s de marketing.....	99
4.1.1	Producto.....	99
4.1.2	Precio.....	100
4.1.3	Plaza.....	101
4.1.4	Promoción.....	102
4.2	Implementación de la página web.....	103
4.3	Propuesta de la mezcla de mercadeo.....	105
4.3.1	Estrategia de producto.....	105

4.3.1.1	Estrategia de marca.....	105
4.3.1.2	Tipo de presentación.....	105
4.3.1.2.1	Agenda “Zionseguros Cía. Ltda.”.....	106
4.3.1.2.2	Cubos de papel.....	106
4.3.1.2.3	Flyers.....	107
4.3.1.2.4	Sellos.....	107
4.3.1.2.5	Tarjetas de presentación.....	108
4.3.2	Estrategia de precios.....	109
4.3.2.1	estructura de precios.....	109
4.3.2.2	Definición frente a la competencia.....	109
4.3.2.3	Política de crédito y cobro.....	110
4.3.2.4	Políticas de fijación de precios.....	110
4.3.2.5	Estrategia de distribución.....	110
4.3.3	Estrategia de promoción.....	111
4.3.3.1	Publicidad.....	111
4.3.3.2	Objetivos de comunicación.....	111
4.3.3.3	Estrategia de medios.....	111
4.3.4	Promoción de ventas.....	112
4.3.4.1	Mecánica de la promoción.....	112
4.4	Introducción a la estrategia de ventas.....	113
4.4.1	Territorio de ventas y rutas.....	113
4.5	Estrategia de Merchandising.....	113
4.5.1	Merchandising visual.....	113
4.5.1.1	Casacas y camisetas.....	114
4.5.2	Merchandising no visual.....	114

## **CAPÍTULO V: ANALISIS FINANCIERO**

5.	Análisis financiero.....	115
5.1	Presupuesto de gastos administrativos.....	115
5.1.1	Gastos de ventas.....	116
5.1.1.1	Publicidad.....	117
5.1.1.2	Servicios básicos, útiles de oficina, suministros y varios.....	117
5.1.1.3	Depreciación.....	118
5.2	Proyecciones de ventas.....	119
5.3	Estado de resultados proyectados.....	120
5.4	Flujo de efectivo proyectado.....	122
5.5	Evolución financiera.....	125
5.5.1	Implementación del manual de procesos.....	125
5.5.2	Estrategia de marketing.....	126
5.5.3	Estrategia de precio y producto.....	126



<b>Análisis y resultados.....</b>	<b>127</b>
<b>Metodología.....</b>	<b>135</b>
<b>Cronograma de trabajo.....</b>	<b>136</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>137</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>138</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>139</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>141</b>
<b>1) Resolución INCP N° 006-08</b>	
<b>2) Herramienta de levantamiento de datos</b>	
<b>3) Inscripción de vehículos.</b>	
<b>4) Inscripción y reclamos vida.</b>	
<b>5) Seguro Vehículos.</b>	
<b>6) Seguro Hogar.</b>	
<b>7) Seguro Viajes.</b>	

## **I. INTRODUCCION.**

La presente tesis trata de sobre el desarrollo de un plan de negocios y la creación de un manual de procesos para un intermediarios de seguros, ubicado en la provincia del Azuay en la ciudad de Cuenca, dicha empresa tiene el nombre de “Zionseguros Cía. Ltda.”.

La empresa mencionada fue fundada en 1988, y está entre los 10 primeros competidores de acuerdo a las comisiones ganadas por el sector de seguros de la ciudad en el año 2011.

El sector de los seguros está compuesto por las compañías aseguradoras dueñas de los paquetes de seguros y los intermediarios quienes venden estos paquetes al consumidor final, los intermediarios reciben comisiones por cada seguro vendido.

El mercado asegurador en el año 2011 creció un 21% con respecto de 2010, sin embargo la empresa “Zionseguros Cía. Ltda.” no tuvo crecimiento en sus comisiones.

El plan de negocios se realizo a base de un análisis del mercado, un análisis del entorno en el que se desenvuelve la empresa “Zionseguros” y una investigación de mercado, realizado en la ciudad de Cuenca en los dos primeros meses del año 2012. La herramienta utilizada fue una encuesta, aplicada al grupo objetivo de la empresa. Se manejo un margen de erros del 5%.

En base a los resultados de las tres herramientas mencionadas, se desarrollo el plan de negocios que se implemento durante el presente año.

A la vez que se implemento el plan de negocios, junto a los miembros de la empresa, se definió la misión y visión de la compañía, ya que esta carecía de dicha información, y se creo un manual de procesos, el cual recoge los cargos existentes dentro de la empresa, las

funciones de cada miembro de “Zionseguros Cía. Ltda.”, los requisitos que requiere cada puesto de trabajo y las actividades a realizar.

Este trabajo presenta los siguientes capítulos:

En el capítulo I se desarrolla el análisis del mercado de seguros donde “Zionseguros Cía. Ltda.” compete, el análisis del entorno, el análisis de la demanda del sector de seguros de la ciudad de Cuenca y el estudio de mercado y sus resultados, así como la definición del grupo objetivo de la empresa.

En el capítulo II se establece la misión y visión de la empresa, posteriormente se desarrolla un FODA de la compañía, y se procede a establecer la estructura organizacional de la empresa.

En el capítulo III en base a los datos recogidos del capítulo anterior, se desarrolla el manual de procesos, para esto fue necesario definir los procesos existentes, delinear los requisitos deseados para que cada persona se desenvuelva en los distintos puestos de trabajo y definir las funciones que realiza cada miembro del equipo de “Zionseguros Cía. Ltda.”

El Capítulo IV se desarrolla el plan de marketing, el cual contiene la implementación de una página web, la inclusión de redes sociales y el desarrollo de la mezcla de mercado.

En el Capítulo V encontramos la evolución financiera de la empresa durante este trabajo.

## **II. FORMULACION DEL PROBLEMA Y PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS.**

Dentro del mercado de los seguros se han desarrollado e implementado varias pólizas de seguros de acuerdo a las necesidades de los clientes, generando un amplio abanico de productos que cubren las necesidades de cualquier cliente, de igual manera han surgido diferentes tipos de bróker en seguros, como son las agencias asesoras productoras de seguros, los asesores con relación de dependencia y los asesores sin relación de dependencia, todo esto dentro de un mercado donde el acceso de nuevos competidores es fácil, mercado que actualmente ya concentra una alta cantidad de competidores. Debido a estos motivos “Zionseguros Cia. Ltda.” que es una Agencia Asesora Productora de Seguros, se encuentra con la necesidad de desarrollar un plan de negocios a seguir para poder competir dentro del mercado y diferenciarse del resto de competidores.

Con este plan de negocios planteamos la siguiente hipótesis: La utilidad al final del año 2012 incrementara un 5% con la implementación de este plan de negocios.

### **III. JUSTIFICACION DEL TEMA**

La importancia de este plan de negocios y procesos radica en fortalecer el accionar de “Zionseguros Cía. Ltda.” implementando procesos específicos para cada puesto de trabajo, generando: mayor conocimiento de las responsabilidades de cada empleado, valores y misión de la compañía.

De igual manera a través del plan de negocios “Zionseguros Cía. Ltda.” tendrá los medios para informar a sus clientes sobre la importancia de tener un seguro, que beneficios obtiene con la adquisición de un seguro y a que tipos de cobertura puede acceder. La implementación del plan de marketing generará información sobre el cliente, permitiéndole obtener una mayor captación del mercado a través de la mejora de servicios, productos y atención al cliente, a su vez el plan de negocios le permitirá diferenciarse de la competencia.

El plan de negocios para “Zionseguros Cía. Ltda.” es necesario debido a un mercado saturado en el cual en el año 2011 en Azuay se encontraban 58 competidores, entre compañías de seguros e intermediarios; todos ofrecen los mismos productos y servicios, razón por la cual el cliente tiene gran cantidad de opciones a elegir, lo que obliga a todos los competidores mejorar sus estrategias de atención al cliente y captación de nuevos clientes.

## **IV. OBJETIVOS**

### **Objetivo General.**

Incrementar 7% de utilidad durante la implementación de este plan de negocios

### **Objetivos Específicos.**

- Ubicar el posicionamiento de la compañía Zionseguros y la competencia directa e indirecta de la misma dentro de la ciudad de Cuenca.
- Analizar la estructura organizacional de la compañía Zionseguros Cia. Ltda.
- Crear un manual de procesos y funciones.
- Desarrollar un plan de comunicación y promoción mediante canales electrónicos como redes sociales, pagina web y marketing visual.
- Analizar y estructurar el sistema financiero de Zionseguros.

## V. MARCO TEORICO

**SEGURO:** “A nuestro juicio, es más conveniente definir el seguro como el contrato en virtud del cual, una parte se obliga al pago de una prima determinada y la otra parte, el asegurador, se obliga a asumir un riesgo igualmente determinado” Fuente: El Contrato de Seguro. Juan Saucedo Polo.

**SEGURO:** “El seguro es un instrumento económico que tiene como finalidad reducir las necesidades económicas de una persona al producirse un hecho fortuito que afecta su vida o su salud. El contrato de seguro se basa en el concepto de riesgo, que se define como una eventualidad dañosa que al verificarse crea una necesidad de carácter patrimonial”. El contrato de seguro, Porrúa, México, 1978.

**CONTRATO DE SEGURO:** “El contrato de seguro es la relación jurídica en virtud de la cual la empresa aseguradora, contra el pago de una prima, se obliga a relevar al asegurado, en los términos convenidos, de las consecuencias de un evento dañoso e incierto”. Porrúa, México, 1978.

**AGENTE DE SEGUROS:** Persona natural que a nombre de una empresa de seguros se dedica a gestionar y obtener contratos de seguros, se regirán por el contrato de trabajo suscrito entre las partes y no podrán prestar tales servicios en más de una entidad aseguradora por clase de seguros.

Para constituirse y operar como un Agente de Seguros debe poseer el Contrato Mercantil de Agenciamiento, el cual es celebrado entre las partes y, la respectiva aprobación de la Superintendencia de Bancos y Seguros. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**ASEGURADO:** El asegurado es la persona que es titular del interés asegurable, o sea aquella cuyo patrimonio o persona puedan resultar afectados, directa o indirectamente, por la realización de un siniestro. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**ASEGURADO:** Persona natural o jurídica interesada en la traslación de los riesgos. Es el titular del interés asegurable. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**ASEGURADOR:** Son Compañías Anónimas constituidas en el territorio nacional, las cuales están legalmente autorizadas para asumir riesgos , y que, por el pago de una prima se comprometen a indemnizar al asegurado en caso de siniestros de acuerdo con las condiciones acordadas en la póliza. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**ASEGURADOR:** Persona jurídica legalmente autorizada para operar en el Ecuador, que asume los riesgos especificados en el contrato. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**ASESOR DE SEGUROS:** Persona dedicada fundamentalmente a la producción de seguros y al mantenimiento y administración de la cartera conseguida, realizando las gestiones comerciales y administrativas necesarias para obtener dicho objetivo. La Ley General de Seguros regula el control de la mediación en los contratos de seguros, estableciendo la separación de los mediadores de seguros en dos categorías nítidamente diferenciadas:



- **AGENTES:** Los Agentes de seguros, personas naturales que a nombre de una empresa de seguros se dedican a gestionar y obtener contratos de seguros, se regirán por el contrato de trabajo suscrito entre las partes y no podrán prestar tales servicios en más de una entidad aseguradora por clase de seguros; y, los agentes de seguros, personas naturales que a nombre de una o varias empresas de seguros se dedican a obtener contratos de seguros, se regirán por el contrato mercantil de agenciamiento suscrito entre las partes.

- **LAS AGENCIAS ASESORAS PRODUCTORAS DE SEGUROS:** Personas jurídicas con organización propia, cuya única actividad es la de gestionar y obtener contratos de seguros, para una o varias empresas de seguros o de medicina prepagada autorizada a operar en el país. Las empresas de seguros serán solidariamente responsables por los actos ordenados o ejecutados por los agentes de seguros y las agencias asesoras productoras de seguros, dentro de las facultades contenidas en los respectivos contratos. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**AGENTES CON RELACION DE DEPENDENCIA:** Son los que se dedican a gestionar y obtener contratos de seguros para una sola entidad aseguradora por clase de seguro y se rigen por un contrato de trabajo. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**AGENTES SIN RELACION DE DEPENDENCIA:** Son aquellos que se dedican a gestionar y colocar contratos de seguros para una o varias empresas de seguros o de medicina pre pagada. Se rigen por un contrato mercantil de agenciamiento. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**AGENCIAS ASESORAS PRODUCTORAS DE SEGUROS:** Son personas jurídicas, con organización propia, cuya única actividad es obtener y gestionar contratos de seguros para una o varias empresas de seguros o de medicina pre pagada legalmente autorizadas a operar en el país. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**CLÁUSULA:** Son las condiciones que establecen la aseguradora y el asegurado y que se reflejan en el contrato de seguro, denominado también póliza. Existen también las condiciones especiales o particulares, que modifican o aclaran las condiciones generales. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**CLÁUSULA:** Son reglas, estipulaciones o cláusulas predisuestas por el asegurador, siguiendo los lineamientos establecidos en el Código de Comercio respecto del contrato de seguro, con el objeto de disciplinar la relación bilateral con el contratante, dentro de los principios de la técnica del seguro. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**COBERTURA:** Dentro del contrato de seguro son todos y cada uno de los riesgos que el asegurador se compromete a cubrir y los cuales se encuentran señalados en la póliza. Por ejemplo una persona asegura su casa, las coberturas que le ofrece el asegurado a través de la póliza son: contra incendio y robo, en el caso de que ocurra un siniestro el asegurado deberá indemnizarlo de acuerdo con las condiciones de la póliza hasta los montos señalados en éste. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**CONTRATO DE SEGUROS:** En general, es el documento o póliza suscrito con una entidad de seguros en el que se establecen las normas que han de regular la relación

contractual de aseguramiento entre ambas partes (asegurador y asegurado), especificándose sus derechos y obligaciones respectivos. Desde un punto de vista legal, el contrato de seguro es aquel por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura, a indemnizar, dentro de los límites pactados, el daño producido al asegurado, o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas.

Es aquél por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima, y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura a indemnizar, dentro de los límites pactados, el daño producido al (bien) asegurado o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas. Está compuesto por: la solicitud, las condiciones generales, las condiciones especiales y las condiciones particulares. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**CONTRATO DE SEGUROS:** El seguro es un contrato mediante el cual una de las partes, el asegurador, se obliga, a cambio del pago de una prima, a indemnizar a la otra parte, dentro de los límites convenidos, de una pérdida o un daño producido por un acontecimiento incierto; o a pagar un capital o una renta, si ocurre la eventualidad prevista en el contrato. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**COTIZACIÓN:** Tasa o prima que se ofrece de acuerdo al riesgo. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**INTERES ASEGURABLE:** Es el requisito que debe concurrir en quien desea la cobertura de determinado riesgo, reflejado en su deseo sincero de que el siniestro no se produzca, ya que a consecuencia de él se originaría un perjuicio para su patrimonio. El objeto del seguro no es la cosa que se asegura, sino el interés del asegurado en que el siniestro no se produzca. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**DEDUCIBLE:** Cantidad o porcentaje que en toda pérdida asume el asegurado. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**DEDUCIBLE:** Cantidad por la cual el asegurado es su propio asegurador de sus riesgos y en virtud de la cual, en caso de siniestro, debe soportar con su patrimonio la parte de los daños que le corresponda. Si el importe de un siniestro es inferior a la cantidad estipulada como deducible, su costo correrá por cuenta del asegurado; en caso de ser superior a dicho valor, la aseguradora indemnizará el exceso de la misma. Es aquella cantidad pre establecida que se disminuye de la indemnización. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**EXCLUSIÓN:** Son aquellas situaciones que se pactan al momento de la suscripción de la póliza que no serán indemnizadas por diversas razones. Se excluyen de la póliza todos aquellos actos que no estén dentro del concepto de eventualidad. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**EXCLUSIÓN:** Parte de la póliza que menciona claramente los riesgos que no se cubren. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**INDEMNIZACIÓN:** Es el importe que está obligado a pagar contractualmente el asegurador en caso de producirse un siniestro. La indemnización no puede ser superior al capital asegurado, ni tampoco puede exceder del precio del objeto dañado. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**INDEMNIZACIÓN:** Indemnizar significa liquidar, en seguros es idéntico, considerado como un costo que debe satisfacer la compañía aseguradora en caso de que el asegurado haya tenido un siniestro, y, por tanto la contraprestación frente al pago de la prima por parte del asegurado. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**INFRASEGURO:** Situación que se produce cuando el valor que el Asegurado o Tomador atribuye al objeto garantizado en la póliza es inferior al que realmente tiene. Ante una situación de este tipo, la Entidad Aseguradora tiene derecho a aplicar la Regla Proporcional. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**INFRASEGURO:** Si al momento de ocurrir un siniestro, el valor asegurado es menor al real comercial, se aplicará el infra seguro correspondiente, con cargo al asegurado, pues será considerado como su propio asegurador en el porcentaje que no aseguró, por lo que soportará su parte proporcional de perjuicios y daños. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**PÓLIZA:** La póliza es el instrumento privado, que permite probar que el contrato de seguro se ha suscrito y permite así mismo que, en caso de controversia entre las partes, este instrumento sea exhibido ante los tribunales como prueba de la relación existente entre el asegurado y el asegurador. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**PÓLIZA:** Es un contrato mediante el cual el asegurador se compromete a indemnizar al asegurado a cambio del cobro de una suma monetaria llamada prima de seguro, cualquier pérdida patrimonial garantizada en la misma hasta el límite de la suma asegurada. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**PRIMA:** Es el importe que determina la aseguradora, como contraprestación o pago, por la protección que otorga en los términos del contrato de seguros ó póliza. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**PRIMA:** Es el precio o la contraprestación que percibe el asegurador por la asunción del riesgo, el cual se determina según cálculos estadísticos y matemáticos, en función de la mayor o menor peligrosidad siniestral. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**RECLAMO ADMINISTRATIVO:** Se lo plantea ante la superintendencia de bancos cuando la compañía no paga ni objeta un reclamo dentro del plazo señalado por la ley. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**RIESGO:** Es un evento que en caso de producirse obliga al asegurador a pagar la indemnización convenida. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**RIESGO:** Suceso incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del solicitante, asegurado o beneficiario, ni la del asegurador y cuyo acaecimiento hace exigible la obligación del asegurador. Los hechos ciertos, salvo la muerte y los físicamente imposibles, no constituyen riesgos y son, por tanto, extraños al contrato de seguro. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**SINIESTRO:** Es la ocurrencia del suceso o acontecimiento, comenzando las obligaciones a cargo de la compañía de seguro; las mismas que pueden ser el pago de una cantidad de dinero, una prestación de servicios, asistencia jurídica, reparación de un daño. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**SINIESTRO:** Es la manifestación concreta del riesgo asegurado, que produce unos daños garantizados en la póliza hasta el límite determinado. El siniestro, al ser un acontecimiento que causa unos daños, motiva el principio de indemnización, obligando a la aseguradora a satisfacer, total o parcialmente, al asegurado, el capital garantizado en la póliza. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**TASA:** Es el porcentaje que se aplicará sobre la suma asegurada para obtener el precio del seguro. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**TASA:** Es el precio del seguro normalmente representado en forma de porcentaje, para algunos ramos la unidad es por millar, como el seguro de incendio. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.

**VALOR ASEGURABLE:** Valor por el que se suscribe el seguro de un bien después de que éste ha sido evaluado objetivamente. Superintendencia de Bancos y Seguros.

**VALOR ASEGURABLE:** Es el valor de bienes muebles e inmuebles, sobre los cuales tenga interés el asegurado. Es decir, la suma de los valores debe corresponder al valor 100% de los bienes, en definitiva es el valor real del bien al momento del siniestro, es determinado cuando se produce el siniestro. Escuela de Formación Técnica en Seguros. Módulo I – Básico, El Contrato de Seguros, Base técnica.



# CAPITULO I

## 1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ESTUDIO DE MERCADO

### 1.1 ANÁLISIS DEL MERCADO.

#### 1.1.1 Definición del negocio actual y Mercado.

El mercado de seguros está compuesto por los siguientes actores: compañías de seguros y los intermediarios o bróker de seguros, los cuales son: agencias asesoras productoras de seguros, asesores con relación de dependencia y asesores sin relación de dependencia.

A nivel nacional contamos con 43 compañías de seguros, 252 agencia asesoras productoras de seguros, 0 asesores con relación de dependencia y 263 asesores sin relación de dependencia; en Azuay contamos con 22 compañías de seguros, 27 agencias asesoras productoras de seguros, 0 asesores con relación de dependencia y 19 asesores sin relación de dependencia.

Las compañías de seguros establecen los seguros a vender y las tasas que el cliente deberá cancelar por la adquisición de dichas pólizas de seguro, estas a su vez son vendidas por las compañías de seguros y los intermediarios.

Los intermediarios tienen contratos de agenciamiento con las compañías de seguros, cada intermediario tiene condiciones diferentes en sus contratos de agenciamiento, estas condiciones les permiten a los intermediarios ofrecer componentes extras dentro de sus pólizas de seguros. Los componentes son la cantidad de servicios extras o coberturas extras que un intermediario puede ofrecer a sus cliente por la adquisición de una póliza de seguros.

Por ejemplo el intermediario “X” vende una póliza de seguro para hogares a \$600.00 mensuales, mientras la intermediaria “Y” vende la misma póliza al mismo valor, más una cobertura adicional por accidentes de personal domestico por un monto de \$1,000.00 dólares, sin costo alguno.

La manera en que los intermediarios ganan dinero es a través de la comisión que obtienen por cada póliza de seguro que venden, dicha comisión se fija en función del valor que cancela el cliente y el tiempo de duración de la póliza, en caso de que un cliente decida excluir un bien, o dar de baja la póliza de seguro, el intermediario deberá devolver la comisión correspondiente a los meses que faltaban para el vencimiento de la póliza.

En 2011 las compañías de seguros generaron ventas por un total de \$1,336,656,000.00 dólares mientras que en el año 2010 se generó \$1,107,590,000.00. lo que representa un crecimiento en 2011 de \$229,066,000.00 es decir se creció en 2011 un 21% respecto al año anterior, mientras que en Azuay los intermediarios de seguros generaron en el año 2011 ventas de \$5,718,558.07 mientras que en el años 2010 obtuvieron ventas por \$5,118,539.66, lo que representa un crecimiento del 11,7%, de acuerdo a datos de la Superintendencia de Bancos y seguros del Ecuador.

En el siguiente cuadro se puede observar como la sociedad Ecuatoriana desde 2007 hasta 2010 ha priorizado el seguro vehicular, siendo en estos cuatro años la póliza de seguro que mayores ingresos genera en el sector, en 2007 se vendió un monto de \$190,876,074.00 dólares y en 2010 fue \$287,920,221.00 dólares.

<b>Total general</b>	<b>dic-07</b>	<b>dic-08</b>	<b>dic-09</b>	<b>dic-10</b>
<b>Accidentes Personales</b>	41.023.609	53.844.236	61.198.817	86.230.787
<b>Equipo Electronico</b>	10.766.607	12.939.844	21.638.874	19.676.566
<b>Fidelidad</b>	6.108.354	6.090.687	6.363.303	6.647.981
<b>Incendio y aliadas</b>	68.837.347	62.226.389	76.527.551	90.144.451
<b>Responsabilidad civil</b>	26.090.272	26.683.982	27.575.705	30.060.461
<b>Robo</b>	8.637.729	10.177.208	12.939.244	14.438.106
<b>Transporte</b>	43.720.827	53.867.074	53.310.996	57.873.168
<b>Vehiculos</b>	190.876.260	219.277.182	247.624.820	287.920.221
<b>Vida en Grupo</b>	95.786.074	126.046.958	140.126.880	162.973.925
<b>Vida individual</b>	10.794.083	14.766.402	16.802.233	18.412.410
<b>SOAT</b>	0	64.826.999	42.385.358	46.036.893

**(SUPERINTENDENCIA DE BANCOS)**

Se observa en el cuadro que el Seguro Obligatorio de accidentes de transito SOAT, a pesar de su característica de seguro obligatorio, no esta ente los 5 seguros que mayores ingresos generan para el sector y su comisión es muy baja, por lo que incluso algunos intermediarios prefieren no vender este seguro. Entre 2008 y 2009 el SOAT experimento un decrecimiento en el monto de ventas del 34,6% esto se debe a que para el año 2009 el precio del SOAT se redujo.

Los cinco tipos de seguros más adquiridos por el mercado son: Vehículos (\$287,920,221.00), Vida en grupo (\$162,973,925.00), Incendio y aliadas (\$90,144,451.00), Accidentes personales (\$86,230,787.00) y transporte (\$57,873,168.00).

A continuación un cuadro con el crecimiento porcentual de las cinco pólizas de seguros más vendidas en Ecuador

	<b>Diciembre 2007</b>	<b>Diciembre 2008</b>	<b>Crecimiento</b>	<b>Diciembre 2009</b>	<b>Crecimiento</b>	<b>Diciembre 2010</b>	<b>Crecimiento</b>
Vehículos	\$ 190.876.260,00	\$ 219.277.182,00	15%	\$ 247.624.820,00	13%	\$ 287.920.221,00	16%
Vida en grupo	\$ 95.786.260,00	\$ 126.046.958,00	32%	\$ 140.126.880,00	11%	\$ 162.973.925,00	16%
Incendio y aliadas	\$ 68.837.347,00	\$ 62.226.389,00	-10%	\$ 76.527.551,00	23%	\$ 90.144.451,00	18%
Accidentes personales	\$ 41.023.609,00	\$ 53.844.236,00	31%	\$ 61.198.817,00	14%	\$ 86.230.787,00	41%
Transporte	\$ 43.720.827,00	\$ 53.867.074,00	23%	\$ 53.310.996,00	-1%	\$ 57.837.168,00	8%

Se observa que en 2010 todas las pólizas analizadas en el cuadro crecieron respecto a 2009, la póliza con mayor crecimiento es accidentes personales con un 41%, sin embargo esta muy lejos de alcanzar los montos que generan el seguro vehicular, la de menor crecimiento es transporte con un 8% e incluso al final del año 2009 este tipo de seguro decreció el 1% en comparación al año 2008.

### **1.1.2 Problemática del sector.**

El mercado de seguros es un sector esencial para la comunidad, en la medida que ofrece una cobertura para hacer frente a distintos riesgos a los que todos los miembros de una sociedad están expuestos, sin embargo al momento de presentarse un accidente o siniestro los clientes se sienten insatisfechos cuando la compañía de seguros no cubre el siniestro, debido a que las circunstancias del siniestro no aplican a las condiciones de la póliza de seguro, lo que genera que el sector tenga un alto número de reclamos administrativos enviados a la Superintendencia de bancos y seguros.

Los cuales son consecuencia de:

- En el sector de los seguros no hay un fondo de garantía<sup>1</sup>, de forma que si la compañía quiebra, las personas que hayan contratado algún seguro voluntario no tendrán garantizada la cobertura que contrataron.
- Si se produce un siniestro debido a la negligencia, por parte del asegurado, la Compañía aseguradora no cubrirá los daños causados.
- Las Compañías no informan cuales son las causas o las clausulas para que sean validos los reclamos de seguros, el consumidor debe firmar expresamente las condiciones particulares del seguro, en especial aquéllas que limitan sus derechos.
- No se informa debidamente al consumidor que si este, asegura su casa por un valor inferior al real, en caso de siniestro se aplicará la "regla proporcional" o "infraseguro" lo que quiere decir que se indemnizara al cliente, un valor inferior al valor real de mercado de bien inmueble.

---

<sup>1</sup> Fondo de garantía: Fondo destinado a cubrir los siniestros de los clientes en caso de quiebra de la compañía de seguros.

### **1.1.3 Evolución de la Competencia.**

Para definir la evolución de la competencia, de “Zionseguros Cía. Ltda.” se debe mencionar que la competencia directa está compuesta por los intermediarios de seguros en el Azuay, de los cuales en el año 2004 se registraron 30 , en el año 2008 la provincia contaba con 40 intermediarios y en el año 2011, fueron 46 los bróker de seguros, según datos de la superintendencia de bancos y seguros del Ecuador.

A continuación colocamos un cuadro con las comisiones de los intermediarios de seguros desde el año 2004 hasta el año 2011, para apreciar la evolución de la competencia directa de “Zionseguros Cía. Ltda.”

Asesores Productores de Seguros	Año 2004		Año 2005		Año 2006		Año 2007	
	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %
Apocalipsis Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 19,578.00	0.98%	\$ 23,780.72	1.06%	\$ 20,657.93	0.78%
Asobrocue Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Bypsa S. A.	\$ 398,383.46	20.50%	\$ 495,283.33	24.68%	\$ 617,738.83	27.53%	\$ 740,270.24	27.99%
Calatayud Cia. Ltda.	\$ 55,367.62	2.85%	\$ 98,802.30	4.92%	\$ 114,193.89	5.09%	\$ 128,174.32	4.85%
Camacho Abad Cia. Ltda.	\$ 44,399.90	2.28%	\$ 39,842.37	1.99%	\$ 49,375.30	2.20%	\$ 59,008.90	2.23%
Conseriesgos Cia. Ltda.	\$ 20,190.29	1.04%	\$ 20,784.96	1.04%	\$ 22,196.92	0.99%	\$ 25,940.13	0.98%
Correaastro Cia. Ltda.	\$ 22,358.01	1.15%	\$ 39,763.23	1.98%	\$ 54,124.97	2.41%	\$ 63,229.07	2.39%
Corresur Cia. Ltda.	\$ 79,435.49	4.09%	\$ 73,508.56	3.66%	\$ 71,736.57	3.20%	\$ 92,861.82	3.51%
Cubirriesgos Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 37.76	0.00%	\$ 721.48	0.03%	\$ 4,880.63	0.18%
Daifeseq S. A.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Deltabrokers Cia. Ltda.	\$ 27,996.17	1.44%	\$ 74,948.26	3.73%	\$ 91,156.69	4.06%	\$ 101,392.20	3.83%
E&A Brokers Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Empire Cia. Ltda.	\$ 21,339.34	1.10%	\$ 21,071.73	1.05%	\$ 20,490.62	0.91%	\$ 16,313.48	0.62%
Firmeza Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 8,496.60	0.32%
Flamaseq Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 2,515.53	0.11%	\$ 4,306.46	0.16%
Galiseq Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 6,081.39	0.30%	\$ 12,212.83	0.54%	\$ 17,318.22	0.65%
Interacacia Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 77,177.78	3.85%	\$ 76,388.68	3.40%	\$ 169,147.52	6.39%
Johnson & Asociados Cia. Ltda.	\$ 254,017.47	13.07%	\$ 244,033.59	12.16%	\$ 315,618.98	14.07%	\$ 419,007.44	15.84%
Matesis Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Meridional Cia. Ltda.	\$ 64,554.40	3.32%	\$ 93,760.51	4.67%	\$ 68,677.31	3.06%	\$ 35,085.35	1.33%
Mosmaco Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 14,107.26	0.70%	\$ 14,449.44	0.64%	\$ 18,493.85	0.70%
Recoyse Cia. Ltda.	\$ 54,314.13	2.79%	\$ 62,065.27	3.09%	\$ 73,097.10	3.26%	\$ 68,314.52	2.58%
Roviza S. A.	\$ 72,634.92	3.74%	\$ 50,707.47	2.53%	\$ 48,798.08	2.17%	\$ 60,366.53	2.28%
Seguralmeida Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 140.24	0.01%	\$ 86,274.91	3.26%
Segurazuay Cia. Ltda.	\$ 24,726.11	1.27%	\$ 30,193.60	1.50%	\$ 40,895.21	1.82%	\$ 45,967.66	1.74%
Sequidad Cia. Ltda.	\$ 2,947.68	0.15%	\$ 17,291.85	0.86%	\$ 30,217.47	1.35%	\$ 29,998.77	1.13%
Tarragona S. A.	\$ 571,044.47	29.38%	\$ 262,906.84	13.10%	\$ 117,210.10	5.22%	\$ 15,953.38	0.60%
Vegamon S. A.	\$ 91,402.35	4.70%	\$ 94,400.08	4.70%	\$ 110,572.80	4.93%	\$ 133,135.99	5.03%
Z Seguros Astein Cia. Ltda.	\$ 23,084.33	1.19%	\$ 46,404.90	2.31%	\$ 65,577.63	2.92%	\$ 55,868.46	2.11%
Zionseguros Cia. Ltda.	\$ 115,350.30	5.94%	\$ 124,214.80	6.19%	\$ 201,725.63	8.99%	\$ 224,563.06	8.49%



Asesores Productores de Seguros	Año 2008		Año 2009		Año 2010		Año 2011	
	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %
Apocalipsis Cia. Ltda.	\$ 33,646.25	1.04%	\$ 45,927.67	1.30%	\$ 37,492.87	0.87%	\$ 40,714.67	0.88%
Asobrocue Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 7,668.12	0.18%	\$ 25,107.97	0.54%
Bypsa S. A.	\$ 894,849.68	27.74%	\$ 957,667.01	27.21%	\$ 1,249,359.73	29.03%	\$ 1,336,715.11	28.89%
Calatayud Cia. Ltda.	\$ 174,191.52	5.40%	\$ 190,947.21	5.42%	\$ 208,964.96	4.86%	\$ 232,169.10	4.67%
Camacho Abad Cia. Ltda.	\$ 68,180.91	2.11%	\$ 55,363.27	1.57%	\$ 76,602.70	1.78%	\$ 75,561.77	1.63%
Conseriesgos Cia. Ltda.	\$ 52,279.37	1.62%	\$ 33,790.82	0.96%	\$ 30,475.14	0.71%	\$ 34,523.00	0.75%
Correaustro Cia. Ltda.	\$ 95,343.54	2.96%	\$ 149,748.37	4.25%	\$ 250,514.91	5.82%	\$ 262,574.03	5.67%
Corresur Cia. Ltda.	\$ 90,754.85	2.96%	\$ 89,555.59	2.54%	\$ 98,634.73	2.29%	\$ 105,637.89	2.28%
Cubriresgos Cia. Ltda.	\$ 4,880.63	0.18%	\$ 401.39	0.18%	\$ 1,012.04	0.02%	\$ 1,012.04	0.02%
Daifeseq S. A.	\$ 0.00	0.00%	\$ 11,286.34	0.32%	\$ 3,679.90	0.09%	\$ 8,361.40	0.18%
Deltabrokers Cia. Ltda.	\$ 105,739.98	3.28%	\$ 108,941.94	3.10%	\$ 141,829.32	3.30%	\$ 159,507.67	3.45%
E&A Brokers Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 86,412.93	2.46%	\$ 424,386.68	9.86%	\$ 538,104.89	11.63%
Empire Cia. Ltda.	\$ 22,874.80	0.71%	\$ 28,974.11	0.82%	\$ 21,490.78	0.50%	\$ 21,490.78	0.50%
Firmeza Cia. Ltda.	\$ 36,019.70	1.12%	\$ 51,254.62	1.46%	\$ 51,254.62	1.46%	\$ 51,254.62	1.46%
Flamaseq Cia. Ltda.	\$ 3,452.41	0.11%	\$ 18,754.83	0.53%	\$ 15,763.84	0.37%	\$ 28,646.54	0.62%
Galiseq Cia. Ltda.	\$ 30,109.42	0.93%	\$ 52,908.78	1.50%	\$ 54,191.92	1.26%	\$ 44,619.09	0.96%
Interacacia Cia. Ltda.	\$ 120,862.72	3.75%	\$ 221,247.60	6.29%	\$ 215,504.19	5.01%	\$ 215,893.10	4.67%
Johnson & Asociados Cia. Ltda.	\$ 450,615.74	13.97%	\$ 445,324.67	12.65%	\$ 465,006.92	10.80%	\$ 490,719.78	10.61%
Matesis Cia. Ltda.	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 514.48	0.01%	\$ 4,544.22	0.10%
Meridional Cia. Ltda.	\$ 29,613.06	0.92%	\$ 68,169.59	1.94%	\$ 71,242.85	1.66%	\$ 108,473.75	2.34%
Mosmaco Cia. Ltda.	\$ 14,905.55	0.46%	\$ 22,848.61	0.65%	\$ 29,920.02	0.70%	\$ 52,912.45	1.14%
Recoyse Cia. Ltda.	\$ 120,118.75	3.72%	\$ 113,171.80	3.22%	\$ 75,494.96	1.75%	\$ 76,654.02	1.66%
Roviza S. A.	\$ 65,162.43	2.02%	\$ 31,342.79	0.89%	\$ 19,531.45	0.45%	\$ 26,809.13	0.58%
Seguralmeida Cia. Ltda.	\$ 154,474.08	4.79%	\$ 121,907.69	3.46%	\$ 142,707.28	3.32%	\$ 135,911.74	2.94%
Segurazuay Cia. Ltda.	\$ 51,062.73	1.58%	\$ 63,378.74	1.80%	\$ 68,199.90	1.58%	\$ 70,770.68	1.53%
Sequidad Cia. Ltda.	\$ 33,876.52	1.05%	\$ 71,833.54	2.04%	\$ 86,421.25	2.01%	\$ 119,574.33	2.58%
Tarragona S. A.	\$ 113,331.07	3.51%	\$ 26,584.94	0.76%	\$ 115,053.61	2.67%	\$ 45,316.28	0.98%
Vegamon S. A.	\$ 163,233.68	5.06%	\$ 118,446.93	3.37%	\$ 139,875.91	3.25%	\$ 143,545.85	3.10%
Z Seguros Astein Cia. Ltda.	\$ 29,831.79	0.92%	\$ 29,894.69	0.85%	\$ 37,418.79	0.87%	\$ 44,038.38	0.95%
Zionseguros Cia. Ltda.	\$ 271,198.53	8.41%	\$ 303,782.74	8.63%	\$ 215,157.92	5.00%	\$ 199,544.05	4.31%

Asesores sin Relacion de Dependencia	Año 2004		Año 2005		Año 2006		Año 2007	
	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %
Abad Abad Wilson	\$ 0.00	0.00%	\$ 6,073.62	1.58%	\$ 10,640.09	2.27%	\$ 11,065.06	2.06%
Benitez Arias Bibiana	\$ 22,315.94	6.71%	\$ 21,259.68	5.54%	\$ 28,250.07	6.03%	\$ 32,305.90	6.02%
Cardenas Cuesta Edison	\$ 1,996.38	0.60%	\$ 947.91	0.25%	\$ 2,297.80	0.49%	\$ 590.94	0.11%
Cedillo Feijo Ana Lucia	\$ 5,253.30	1.58%	\$ 5,255.98	1.37%	\$ 6,029.06	1.29%	\$ 6,691.85	1.25%
Del Salto Aviles Carlos	\$ 1,757.84	0.53%	\$ 1,188.27	0.31%	\$ 947.76	0.20%	\$ 1,085.12	0.20%
Freire Jaramillo Mauro	\$ 36,943.78	11.11%	\$ 55,448.04	14.44%	\$ 65,514.77	13.97%	\$ 87,963.17	16.39%
Gomez Alvarado Xavier	\$ 7,696.10	2.31%	\$ 29,791.87	7.76%	\$ 32,231.17	6.88%	\$ 41,915.85	7.81%
Iñiguez Jerves Cristian	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Jaramillo Barros Cristian	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Jaramillo Zambrano Holger	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Ortega Cordero Sebastian	\$ 5,960.04	1.79%	\$ 20,247.79	5.27%	\$ 32,920.93	7.02%	\$ 56,816.64	10.59%
Pauta Delgado Santiago	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Quezada Bermeo Nelly	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Quintuña Idrovo Lourdes	\$ 20,094.29	6.04%	\$ 24,905.87	6.49%	\$ 54,523.13	11.63%	\$ 46,583.50	8.68%
Suarez Donoso Alfredo	\$ 38,142.85	11.47%	\$ 35,064.15	9.13%	\$ 35,630.65	7.60%	\$ 44,605.09	8.31%
Talbot Carrion Wilson	\$ 107,295.21	32.26%	\$ 100,067.32	26.06%	\$ 95,027.43	20.27%	\$ 108,368.23	20.20%
Tenorio Torres Rita	\$ 81,301.74	24.45%	\$ 75,620.64	19.69%	\$ 100,134.04	21.36%	\$ 94,768.16	17.66%
Toledo Defaz Edison	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Toral Avila Julio	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%
Vintimilla Moscoso Eduardo	\$ 3,809.47	1.15%	\$ 8,132.42	2.12%	\$ 4,664.00	0.99%	\$ 3,784.04	0.71%

Asesores sin Relacion de Dependencia	Año 2008		Año 2009		Año 2010		Año 2011	
	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %	Valor US\$	Porcentaje %
Abad Abad Wilson	\$ 5,121.10	0.82%	\$ 9,301.31	1.37%	\$ 3,558.67	0.44%	\$ 4,814.20	0.44%
Benitez Arias Bibiana	\$ 41,812.49	6.69%	\$ 35,564.64	5.24%	\$ 64,653.03	7.94%	\$ 62,918.39	5.76%
Cardenas Cuesta Edison	\$ 12,755.21	2.04%	\$ 12,987.52	1.91%	\$ 598.02	0.07%	\$ 159,507.67	3.45%
Cedillo Feijo Ana Lucia	\$ 4,235.47	0.68%	\$ 9,286.64	1.37%	\$ 6,143.74	0.75%	\$ 8,267.49	0.76%
Del Salto Aviles Carlos	\$ 863.51	0.14%	\$ 1,077.22	0.16%	\$ 752.30	0.09%	\$ 759.89	0.07%
Freire Jaramillo Mauro	\$ 123,581.49	19.78%	\$ 100,738.84	14.84%	\$ 83,685.37	10.28%	\$ 103,235.59	9.46%
Gomez Alvarado Xavier	\$ 30,813.29	4.93%	\$ 24,480.51	3.61%	\$ 20,620.87	2.53%	\$ 44,933.75	4.12%
Iñiguez Jerves Cristian	\$ 0.00	0.00%	\$ 40,205.34	5.92%	\$ 68,806.82	8.45%	\$ 152,047.79	13.93%
Jaramillo Barros Cristian	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 20,954.70	2.57%	\$ 48,676.99	4.46%
Jaramillo Zambrano Holger	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 5,085.30	0.47%
Ortega Cordero Sebastian	\$ 71,353.14	11.42%	\$ 43,970.96	6.48%	\$ 42,390.93	5.21%	\$ 44,146.36	4.04%
Pauta Delgado Santiago	\$ 31,812.06	5.09%	\$ 30,836.86	4.54%	\$ 42,581.27	5.23%	\$ 49,300.59	4.52%
Quezada Bermeo Nelly	\$ 0.00	0.00%	\$ 0.00	0.00%	\$ 5,920.56	0.73%	\$ 25,565.07	2.34%
Quintuña Idrovo Lourdes	\$ 68,082.89	10.90%	\$ 71,244.21	10.50%	\$ 69,469.96	8.53%	\$ 85,944.80	7.87%
Suarez Donoso Alfredo	\$ 23,120.26	3.70%	\$ 37,050.99	5.46%	\$ 29,664.24	3.64%	\$ 37,218.69	3.41%
Talbot Carrion Wilson	\$ 103,733.08	16.60%	\$ 108,619.04	16.00%	\$ 129,052.22	15.85%	\$ 138,984.80	12.73%
Tenorio Torres Rita	\$ 95,364.41	15.26%	\$ 93,327.69	13.75%	\$ 157,648.30	19.36%	\$ 102,557.51	9.40%
Toledo Defaz Edison	\$ 0.00	0.00%	\$ 38,379.04	5.65%	\$ 24,931.82	3.06%	\$ 24,061.04	2.20%
Toral Avila Julio	\$ 10,112.51	1.62%	\$ 15,783.54	2.33%	\$ 34,210.45	4.20%	\$ 144,905.36	13.27%
Vintimilla Moscoso Eduardo	\$ 2,027.95	0.32%	\$ 5,828.88	0.86%	\$ 8,779.22	1.08%	\$ 8,183.57	0.75%

## **1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO.**

Para el análisis de nuestro entorno utilizaremos el modelo de PEST, con lo cual podremos analizar los diferentes factores que puede ser provechoso o amenaza para el desarrollo del proyecto.

### **1.2.1 Factores Políticos.**

El factor político con mayor incidencia fue la decisión del estado a través del “Sistema nacional de Compras Publicas” de contratar todas sus pólizas de seguros con “Seguros Sucre”, compañía que es de propiedad del “Banco del Pacífico” que a su vez es propiedad del Banco central del Ecuador.

#### **ANEXO 1**

En las contrataciones públicas con cualquier entidad del estado, en caso de que la empresa contratada requiera de un adelanto a esta se le exige que contrate una póliza de seguro por buen uso del dinero que ha recibido como adelanto.

## **1.2.2 Factores Económicos.**

Las aseguradoras al final del año 2011 crecieron un 21% en sus ventas con respecto del año anterior, generando un total de ventas de \$1,336,656,000.00 dólares, correspondientes a 43 compañías de seguros.

Según [Americaeconomia.com](http://Americaeconomia.com) Ecuador rompió su record en ventas de vehículos en el año 2010. Las ventas alcanzaron 130.350 unidades que reflejan un aumento del 40,51% en comparación a 92.764 autos comercializados en el 2009. Las marcas mas preferidas por los ecuatorianos son Chevrolet, Hyundai, Kia, Mazda y Toyota.

Dentro del sector de los seguros la cobertura para autos y salud son dos de los seguros que más captan los clientes, el seguro a pesar de la falta de información y de interés de las personas, se ha vuelto muy necesario hoy en día.

De Acuerdo a “MarketWatch” en el año 2011 Ecuador matriculo 1,8 millones de vehículos hasta el final del año. De estos 27% son de Quito, 23% de Guayaquil, 5.6% de cuenca y el 3.7% de Ambato.

“MarketWatch” establece que las ventas de carros nuevos en Ecuador desde 2007 hasta 2011 son las siguientes:

ENERO - DICIEMBRE	UNIDADES
2007	92,910
2008	113,546
2009	91,165
2010	125,701
2011	136,838

Se puede observar que en el año 2011 respecto al año anterior el parque automotriz vendió 11137 unidades más, es decir creció un 8,85%

Según datos del Expreso en 2011 los propietarios de vehículos pagaron 14% más en comparación al año anterior, esto sucede ya que las empresas dedicadas a la venta de vehículos obligan a que todo vehículo adquirido a crédito cuente con una póliza de seguros. Incluso varios de estas empresas tienen sus propias compañías de seguros o intermediarios.

De acuerdo al censo económico de 2010 realizado por el INEC, los seguros relacionados con la salud específicamente de aquellas de medicina pre pagada, registraron ingresos anuales de 55,2 millones de dólares.

En el año 2008 se elimino el impuesto al valor agregado en las pólizas de vida grupal e individual, accidentes personales y salud.

### **1.2.3 Factores Sociales.**

En Ecuador gran cantidad de la población considera que los seguros son innecesarios, adquirir un seguro es un gasto más; incluso al mirar la tendencia de ventas de seguros se puede concluir que en Ecuador se prefiere contratar seguros para sus pertenencias y no para vidas.

En Ecuador el 9,4% de su población, es decir 1,3 millones de personas cuentan con seguro de salud privado.

De Acuerdo a datos del Instituto nacional de Estadísticas y Censos, en la ciudad de Cuenca viven 505.585 personas, de los cuales 266.088 son mujeres es decir el 52,63% de habitantes mientras que los hombres son 239.497 que representan el 47,37%; 331 888 habitantes se encuentran viven en la zona urbana de la ciudad mientras que 173,697 habitantes se encuentran en sectores rurales de la ciudad.

### **1.2.4 Factores tecnológicos.**

Con los constantes avances de la tecnología muchos sectores se han hecho más productivos, este es el caso de los seguros en el cual la tecnología es un factor muy importante especialmente para cruzar información entre aseguradora-bróker, bróker-cliente, etc.; ahorrando tiempo y costos. El método más utilizado para intercambiar información es vía Email, sin embargo intermediarios y compañías de seguros, ya están implementando cotizaciones vía internet, tal es el caso del portal web: Aseguratuauto.com empresa que cotiza pólizas de seguros para autos y camiones Mexicanos que viajan hacia Estados Unidos o Canadá, en esa pagina web usted ingresa datos básicos como el tiempo de cobertura, edad del conductor, y obtendrá 4 cotizaciones de distintas compañías para que usted elija.

Otro factor a mencionar son las redes sociales que permiten interactuar con clientes y posibles clientes en tiempo real, a la vez que son un medio de comunicación mucho más económico que los tradicionales. Latinoamérica es la región del mundo con mayor uso de redes sociales de acuerdo a datos de “comScore, Inc.” (NASDAQ: SCOR) organización dedicada a la medición de audiencias de internet, 1 de cada 4 minutos online consumidos en Latinoamérica, En Ecuador según datos del portal web “SocialBakers” en mayo de 2011 existían 2 933 540 cuentas de Facebook. Se espera que la cifra supere los 4 millones en el año 2012.



## **1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

### **1.3.1 Definición del perfil del consumidor.**

- Los clientes potenciales de “Zionseguros Cía. Ltda.” están conformados por hombres y mujeres de 25 años en adelante, con nivel económico medio; viven en la ciudad de Cuenca.
- El cliente será propietario de un Vehículo o casa.
- El cliente es o puede ser propietarios de una empresa.
- A partir de esta definición de características del perfil del cliente, a continuación estableceremos el mercado meta que atenderá “Zionseguros Cía. Ltda”.

### **1.3.2 Definición del mercado meta.**

“Zionseguros Cía. Ltda” contara con dos mercados meta o target el primero: Hombres y mujeres habitantes de la ciudad de Cuenca, con ingresos de clase media; el segundo: Empresas de la ciudad de Cuenca.

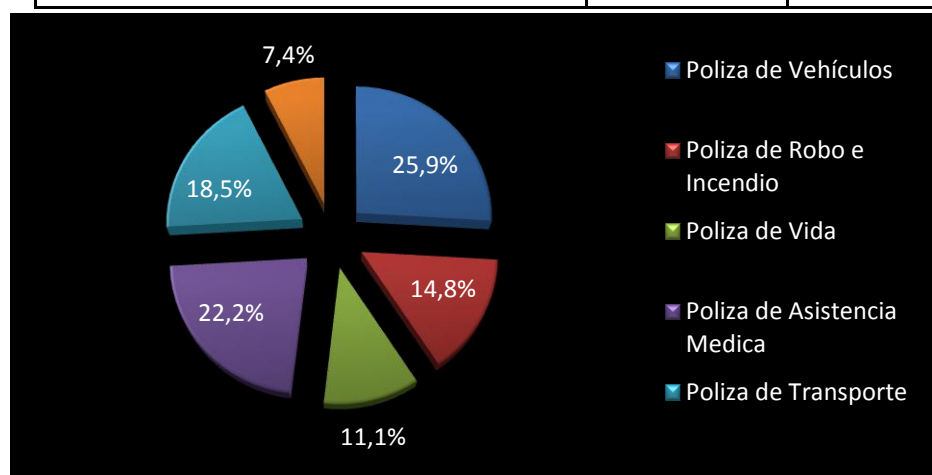
### **1.3.3 Demanda de póliza de seguros y compañías**

Para realizar el análisis de la demanda hemos utilizado los datos globales de 2006 a 2011 de “Zionseguros Cía. Ltda”, se decidió usar estos datos, ya que es la información recolectada de los clientes de la compañía, por lo tanto consideramos que esta es la información más idónea para nuestro análisis.

### 1.3.3.1 Demanda de póliza de seguros.

Grafico 1.

Demanda de Póliza de Seguros	%	N
<b>Póliza de Vehículos</b>	<b>25,9%</b>	<b>35</b>
<b>Póliza de Robo e Incendio</b>	<b>14,8%</b>	<b>20</b>
<b>Póliza de Vida</b>	<b>11,1%</b>	<b>15</b>
<b>Póliza de Asistencia Medica</b>	<b>22,2%</b>	<b>30</b>
<b>Póliza de Transporte</b>	<b>18,5%</b>	<b>25</b>
<b>Póliza de accidentes personales</b>	<b>7,4%</b>	<b>10</b>



Fuente: “Zionseguros Cía. Ltda.”

Autor: Juan Diego Pauta y Andrés Cornejo

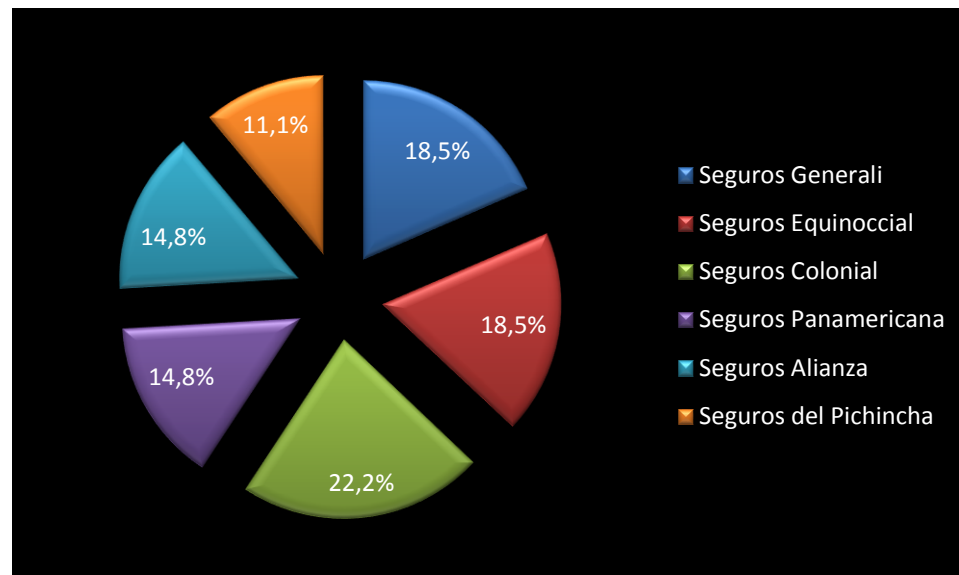
Datos obtenidos en el periodo de 2006-2011, clientela global de “Zionseguros Cía. Ltda.”.

Según los datos de “Zionseguros Cía. Ltda.” nos podemos dar cuenta que la mayoría de los clientes tienden asegurar o adquirir pólizas de vehículos con un 25,9%, seguido de Asistencia médica, transporte, robo e incendio. Lo que permite prever la tendencia de ventas durante el año 2012.

### 1.3.3.2 Demanda de Compañías.

Grafico 2.

<b>Demanda de Compañía</b>	<b>%</b>	<b>N</b>
<b>Seguros Generali</b>	<b>18,5%</b>	<b>25</b>
<b>Seguros Equinoccial</b>	<b>18,5%</b>	<b>25</b>
<b>Seguros Colonial</b>	<b>22,2%</b>	<b>30</b>
<b>Seguros Panamericana</b>	<b>14,8%</b>	<b>20</b>
<b>Seguros Alianza</b>	<b>14,8%</b>	<b>20</b>
<b>Seguros del Pichincha</b>	<b>11,1%</b>	<b>15</b>



**Fuente: “Zionseguros Cía. Ltda.” Cía. Ltda.**

**Autor: Juan Diego Pauta y Andrés Cornejo.**

Datos obtenidos en el periodo de 2006-2011, clientela global de “Zionseguros Cía. Ltda.”.

Como podemos ver en la representación son seis las compañías más conocidas por las personas y las que más solicitan los clientes de “Zionseguros Cía. Ltda.” por las diferentes condiciones y facilidades de pago que cada una de las compañías ofrecen.

Colonial, Generali, Equinoccial son las más compañías de seguros más conocidas por nuestros clientes, los cuales en el 59,2% de los casos escogen a una de esas 3 empresas.

## **1.4 LA OFERTA.**

### **1.4.1 Análisis de la competencia.**

La competencia directa de “Zionseguros Cía. Ltda.” son los Bróker o los asesores productores mencionados anteriormente, sin embargo también nos enfrentamos a la competencia indirecta que son las grandes compañías aseguradoras que son quienes poseen las pólizas de seguros que se venden en el mercado; al ser ellos los productores de estas pólizas pueden captar cualquier tipo de cliente.

Los costos y precios de cada póliza de seguro depende mucho de las tasas de las compañías y con relación de cada bróker, no se podría dar unos datos exactos de cuanto costaría adquirir un seguro ya que cada relación Bróker-Aseguradora tiene su tasa establecida y según su cliente se puede generar un nuevo precio.

### **1.4.2 Compañías de seguros en la ciudad de Cuenca.**

A continuación tenemos las compañías que se encuentran en la ciudad de Cuenca según la Superintendencia de Bancos y Seguros.

ACE SEGUROS S.A.	GENERALI ECUADOR
AIG METROPOLITANA S.A.	HISPANA DE SEGUROS
ALIANZA S.A.	LATINA
ASEGURADORA DEL SUR C.A.	PANAMERICANA S.A.
ATLAS S.A.	SEGUROS COLONIAL
BOLIVAR S.A.	SEGUROS ROCAFUERTE
CONFIANZA S.A.	SEGUROS DEL PICHINCHA
CONSTITUCION S.A.	SEGUROS EQUINOCCIAL
EQUIVIDA S.A.	VAZSEGUROS S.A.

### **1.4.3 Asesores Productores de Seguros en la ciudad de Cuenca.**

En la ciudad de Cuenca se encuentran registrados 46 asesores productores de seguros, estos bróker son la competencia directa de “Zionseguros Cía. Ltda.”, según la Superintendencia de Bancos y Seguros, estos son los brokers registrados en la ciudad de Cuenca.

BYPSA S,A,	SEQUIDAD CIA, LTDA,
EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA	MERIDIONAL CIA, LTDA,
JOHNSON & ASOCIADOS CIA, LTDA,	CORRESUR CIA, LTDA,
CORREAUSTRO CIA, LTDA,	REPRESENTACIONES DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA, LTDA,
CALATAYUD CIA, LTDA,	CAMACHO ABAD CIA, LTDA,
INTERACACIA CIA, LTDA,	SEGURAZUAY CIA, LTDA,
ZIONSEGUROS CIA, LTDA,	MOSMACO CIA, LTDA,
DELTABROKERS CIA, LTDA,	TARRAGONA S,A,
VEGAMON S,A,	GALISEG CIA, LTDA, AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS
SEGURALMEIDA CIA LTDA AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	Z SEGUROS ASTEIN CIA, LTDA,
APOCALIPSIS CIA, LTDA,	QUINTUÑA IDROVO MARIA DE LOURDES
CONSERIESGOS CIA, LTDA,	INIGUEZ JERVES CRISTIAN JAVIER
FLAMASEG CIA, LTDA, AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO	BENITEZ ARIAS BIBIANA AMPARITO
ROVIZA S,A,	PAUTA DELGADO SANTIAGO



	ESTEBAN
ASOBROCUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CIA, LT,	ORTEGA CORDERO JUAN SEBASTIAN
DAIFESEG S,A,	TORAL AVILA JULIO ENRIQUE
MATESIS CIA, LTDA, AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE
TENORIO TORRES RITA ELIZABETH	TOLEDO DEFAZ EDISSON FABRICIO
TALBOT CARRION WILSON	JARAMILLO BARROS CRISTIAN PAUL
FREIRE JARAMILLO MAURO	GOMEZ ALVARADO XAVIER GUSTAVO
VINTIMILLA MOSCOSO LUIS EDUARDO	ABAD ABAD WILSON DANIEL
CEDILLO FEIJOO ANA LUCIA	DEL SALTO AVILES CARLOS
QUEZADA BERMEO NELLY SILVANA	CARDENAS CUESTA EDISON GIOVANNY

### 1.4.4 Participación de mercado.

A continuación colocamos un cuadro con la participación de mercado en el año 2011 de todos los intermediarios en la ciudad de Cuenca:

<b>COMISIONES DE INTERMEDIARIOS DE LA PROVINCIA DEL AZUAY</b>				
<b>FECHA DE CORTE:</b> <b>31/12/2011</b>				
<b>No</b>	<b>RAZON SOCIAL.</b>	<b>TIPO</b>	<b>Valor US\$</b>	<b>Participación</b>
1	BYPSA S,A,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 1.336.715,11	24,57%
2	EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 538.104,89	9,89%
3	JOHNSON & ASOCIADOS CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 490.719,78	9,02%
4	CORREAUSTRO CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 262.574,03	4,83%

5	CALATAYUD CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 232.169,10	4,27%
6	INTERACACIA CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 215.893,10	3,97%
7	ZIONSEGUROS CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 199.544,05	3,67%
8	DELTABROKERS CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 159.507,67	2,93%
9	TENORIO TORRES RITA ELIZABETH	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 157.648,30	2,90%
10	VEGAMON S,A,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 143.545,85	2,64%
11	SEGURALMEIDA CIA LTDA AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 135.911,74	2,50%

12	TALBOT CARRION WILSON	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 129.052,22	2,37%
13	SEQUIDAD CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 119.574,33	2,20%
14	MERIDIONAL CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 108.473,75	1,99%
15	CORRESUR CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 105.637,89	1,94%
16	FREIRE JARAMILLO MAURO	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 83.685,37	1,54%
17	REPRESENTACIONE S DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 76.654,02	1,41%
18	CAMACHO ABAD CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 75.561,77	1,39%
19	SEGURAZUAY CIA,	Agencia Asesora	\$	1,30%

	LTDA,	productora de seguros	70.770,68	
20	QUINTU?A IDROVO MARIA DE LOURDES	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 69.469,96	1,28%
21	INIGUEZ JERVES CRISTIAN JAVIER	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 68.806,82	1,26%
22	BENITEZ ARIAS BIBIANA AMPARITO	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 64.653,03	1,19%
23	MOSMACO CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 52.912,45	0,97%
24	TARRAGONA S,A,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 45.316,28	0,83%
25	GALISEG CIA, LTDA, AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 44.619,09	0,82%
26	Z SEGUROS ASTEIN CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de	\$ 44.038,38	0,81%

		seguros		
27	PAUTA DELGADO SANTIAGO ESTEBAN	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 42.581,27	0,78%
28	ORTEGA CORDERO JUAN SEBASTIAN	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 42.390,93	0,78%
29	APOCALIPSIS CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 40.714,67	0,75%
30	CONSERIESGOS CIA, LTDA,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 34.523,00	0,63%
31	TORAL AVILA JULIO ENRIQUE	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 34.210,45	0,63%
32	SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 29.664,24	0,55%
33	FLAMASEG CIA, LTDA, AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 28.646,54	0,53%

	SEGURO			
34	ROVIZA S,A,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 26.809,13	0,49%
35	ASOBROCUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CIA, LT,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 25.107,97	0,46%
36	TOLEDO DEFAZ EDISSON FABRICIO	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 24.931,82	0,46%
37	JARAMILLO BARROS CRISTIAN PAUL	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 20.954,70	0,39%
38	GOMEZ ALVARADO XAVIER GUSTAVO	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 20.620,87	0,38%
39	VINTIMILLA MOSCOLO LUIS EDUARDO	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 8.779,22	0,16%
40	DAIFESEG S,A,	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 8.361,40	0,15%

41	CEDILLO FEIJOO ANA LUCIA	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 6.143,74	0,11%
42	QUEZADA BERMEO NELLY SILVANA	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 5.920,56	0,11%
43	MATESIS CIA, LTDA, AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	Agencia Asesora productora de seguros	\$ 4.544,22	0,08%
44	ABAD ABAD WILSON DANIEL	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 3.558,67	0,07%
45	DEL SALTO AVILES CARLOS	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 752,30	0,01%
46	CARDENAS CUESTA EDISON GIOVANNY	Agente de seguros sin relación de dependencia	\$ 598,02	0,01%
TOTAL			\$ 5.441.373,38	100,00%

**Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros**

**Elaborado por: Juan Diego Pauta y Andrés Cornejo**



Del cuadro podemos conocer que el 85,03% de mercado de intermediarios esta en manos de las asesoras productoras de seguros de la ciudad, mientras que el 14,97% restante esta en manos de los agentes asesores sin relación de dependencia. Así mismo podemos observar que entre los 10 primeros competidores se concentra el 68,67% del mercado.

El intermediario con mayor participación es BYPSA S.A., con 24,57% de participación. El cuadro también nos permite observar que en el año 2011 “Zionseguros” fue el séptimo competidor del mercado.

## **1.5 ESTUDIO DE MERCADO.**

Las necesidades de información de “Zionseguros Cía. Ltda.” Son:

- La percepción del cliente sobre los bróker de seguros
- Gustos y preferencias de los cliente sobre las pólizas de seguro
- Los medios de publicidad idóneas para comunicarnos con el cliente.
- Implementación de nuevas estrategias.

El mercado meta de Zionseguros Cía. Ltda. Se encuentra ubicado en la ciudad de Cuenca, el estudio de mercado se realizo en diferentes sectores dentro de la ciudad, Según datos del INEC la población 505,585 y un PEA (Población Económicamente Activa) de 161.943 personas que seria nuestro mercado meta.

Se realizo el cálculo de la muestra según la población y PEA de la ciudad de Cuenca.

Para el análisis tomamos un 95% de nivel de confianza y un 5% de margen de error estándar, los datos obtenidos se han tabulado para poder determinar los objetivos del análisis. Mediante los resultados obtenidos se podrá determinar las principales estrategias de ventas y publicidad que deberán ser aplicados para cumplir los logros establecidos.

Al realizar este estudio de mercado, “Zionseguros Cía. Ltda.” podrá darse cuenta de los medios que no han sido explotados para llegar a clientes potenciales y a la vez volverse más competitivo.

### **1.5.1 Objetivos de la investigación de mercado.**

- Determinar el conocimiento de la empresa Zionseguros Cía. Ltda.
- Identificar preferencias del consumidor en cuanto a servicio, precio.
- Determinar qué clase de pólizas son las que más se adquieren.
- Determinar cuáles son los medios de comunicación más adecuados para dar a conocer nuestro servicio.

### 1.5.2 Tamaño de la muestra.

Tamaño de la muestra		
<b>n</b>	Tamaño de la muestra	?
<b>Z</b>	Nivel de confianza	95%
<b>P</b>	Probabilidad	50%
<b>Q</b>	Probabilidad en contra	50%
<b>N</b>	Población	161.943
<b>e</b>	Error	5%

**Grafico 2.**

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

$$n = \frac{(1,96^2)(0,5)(1 - 0,5)(161.943)}{0,05^2(161.943 - 1) + 1,96^2(0,5)(1 - 0,5)} = 383$$

**Fuente: Juan Diego Pauta y Andrés Cornejo.**

El tamaño de la muestra según la población, nivel de confianza y margen de error será de 383 encuestas que serán realizadas en la ciudad de Cuenca.

### **1.5.3 Recolección de Datos.**

Las encuestas realizadas fueron trescientas ochenta y tres dentro de la ciudad de Cuenca, se realizaron las encuestas a personas naturales en sus domicilios y locales comerciales.

El tiempo de recolección de datos fue de un aproximado de 2 meses realizados los fines de semana con ayuda del personal de la compañía, durante Noviembre y Diciembre de 2011.

La herramienta de levantamiento de datos que se uso en el proceso investigativo se encontrará en los anexos; Anexo 2.

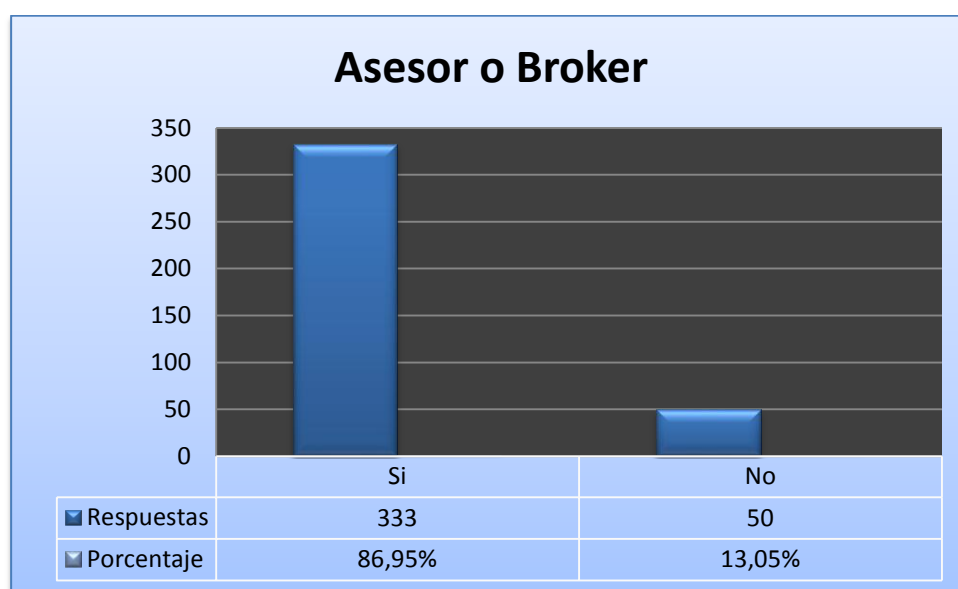
### **1.5.4 Análisis de Datos.**

Luego de haber realizado el proceso de levantamiento de datos, se procedió con la tabulación de los mismos, se realizo los análisis e interpretaciones correspondientes, los cuales detallamos a continuación:

### 1.5.5 Tabulación de resultados.

¿Conoce usted que es un Asesor Productor de Seguros o Bróker?

**GRAFICO N° 1**



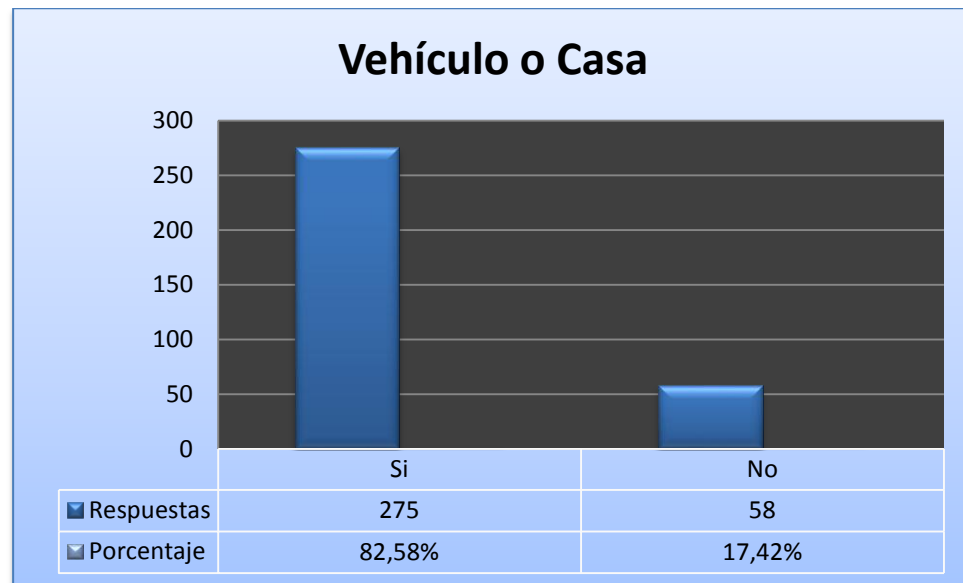
**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Para comenzar el análisis realizamos un sondeo del conocimiento que tienen las personas acerca de los Asesores de Seguro o Brokers, como nos podemos dar cuenta en el grafico vemos que el 86,95% es decir 333 personas tienen conocimiento acerca del servicio que brindan los Brokers, por otra parte tenemos 50 personas representando el 13,05%, que no conocen de estos intermediarios por lo tanto con este pequeño grupo podemos aplicar estrategias de comunicación e información.

¿Posee algún Vehículo y/o Casa Propia?

**GRAFICO N° 2**



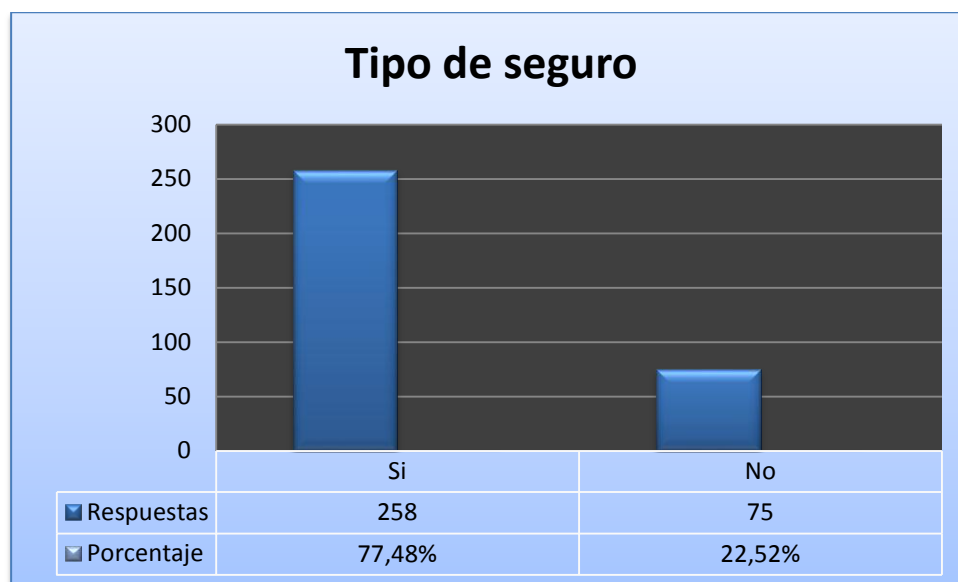
**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

De personas que si conocen que es un asesor productor de seguro o broker, el 82.58% de las mismas afirman poseer un bien, el cual para nosotros es muy importante por lo que al obtener esta información nos podemos dar cuenta que hay mercado para ser explotado y de igual manera saber cual seguro es el ideal para cada uno de ellos, y para el 17,42% se puede ofertarles seguros de vida o asistencia.

¿Posee algún tipo de seguro?

**GRAFICO N° 3**



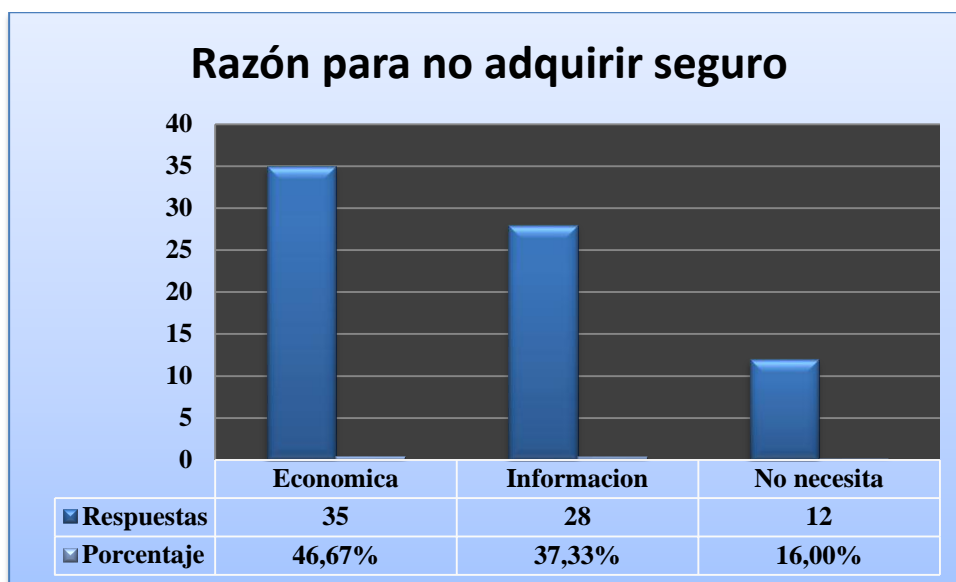
**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

El 77,48% de las personas encuestadas afirmaron poseer un tipo de seguro, en cambio un 22,52% no lo tiene; por lo tanto en ambos casos debemos implementar estrategias de venta diferentes para captar clientes de cada grupo.

¿Cuál es el motivo por el cual no ha obtenido un seguro?

GRAFICO N° 4



**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

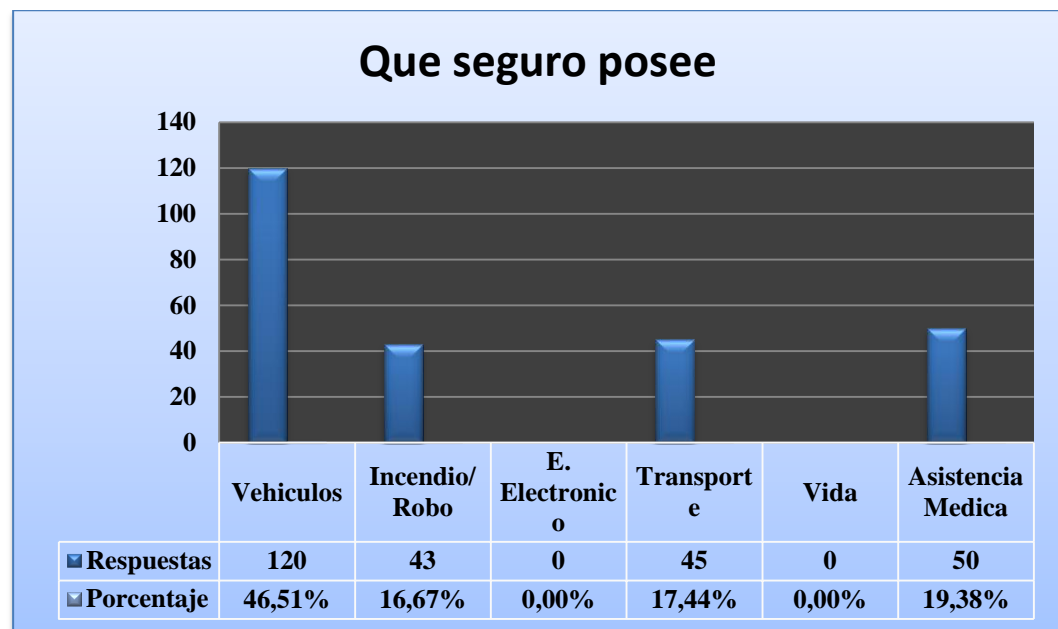
Como podemos darnos cuenta dentro de la muestra seleccionada, los encuestados concentraron sus motivos en razones, económicas, de información y no lo consideran un servicio necesario.

Entre los encuestados que manifestaron no contar con un seguro, se encontraron los siguiente datos, 35 personas es decir el 46,67% % no los adquieren por el valor económico que representa, 28 personas que representan el 37,33% no lo adquiere por falta de información y el otro 16% es decir 12 personas, piensa que solo es un gasto innecesario.



¿Qué tipo de seguro posee usted?

**GRAFICO N° 5**



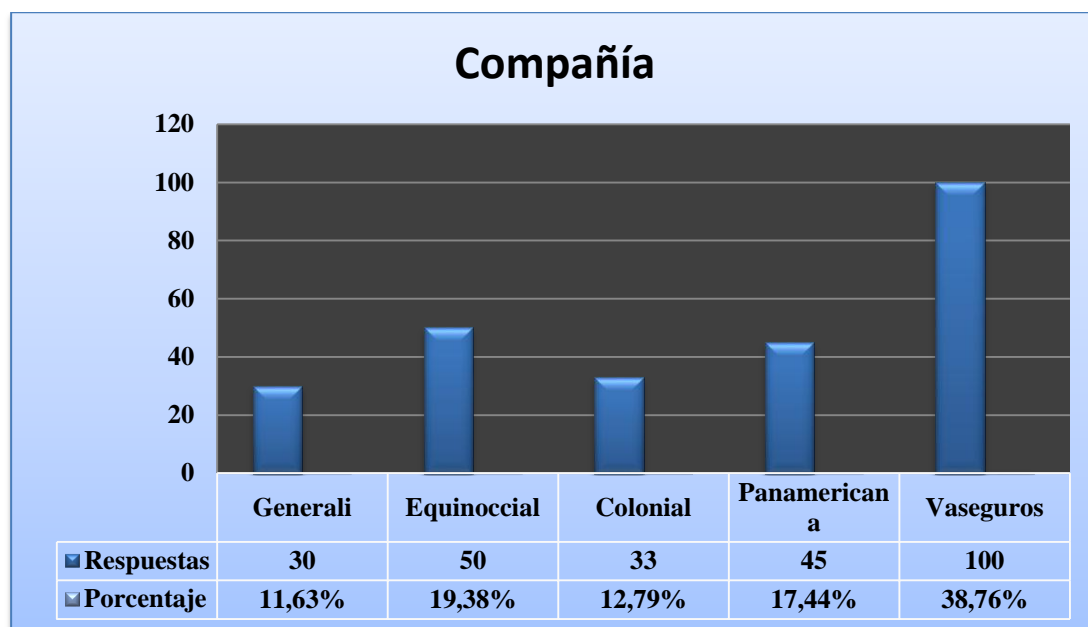
**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Dentro del mercado asegurador nos podemos dar cuenta que hay pólizas de seguros que son mas adquiridas por los clientes, como podemos ver un 46,51% tiene seguro para su vehículo, un 16,67% incendio y robo que son para hogares y oficinas, un 17,44% transporte, 19,38% asistencia médica y para Equipo electrónico y Pólizas de vida tenemos un 0%.

¿Con que compañía o bróker tiene usted su seguro?

**GRAFICO N° 6**

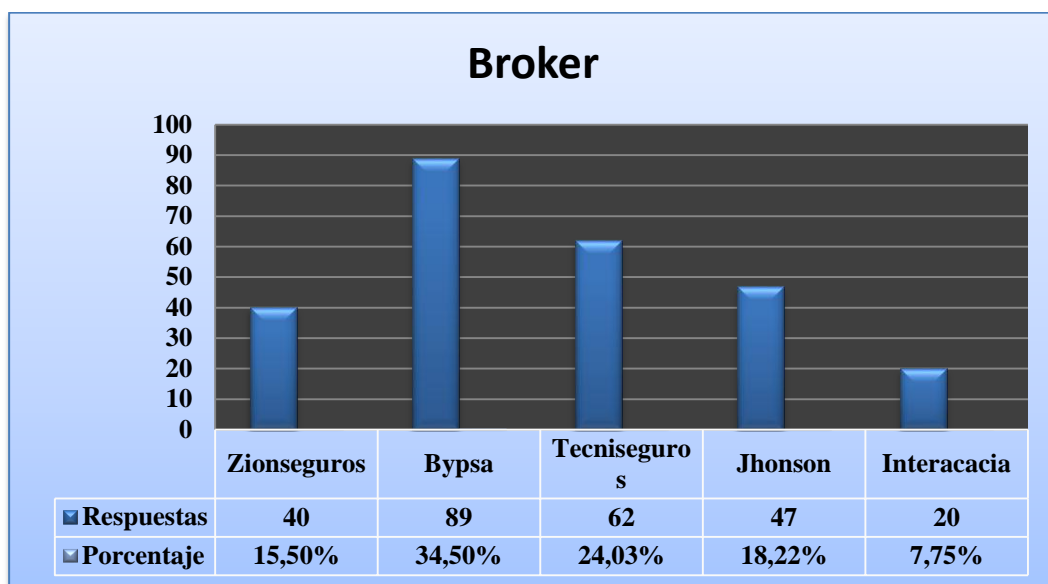


**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Según los datos aportados por los encuestados las compañías con las que poseen sus seguros son Vasegueros 38,76%, Equinoccial 19,38%, Generali 11,63%, Colonial 12,79% y Panamericana 17,44%.

**GRAFICO N° 7**



**FUENTE: ENCUESTA**

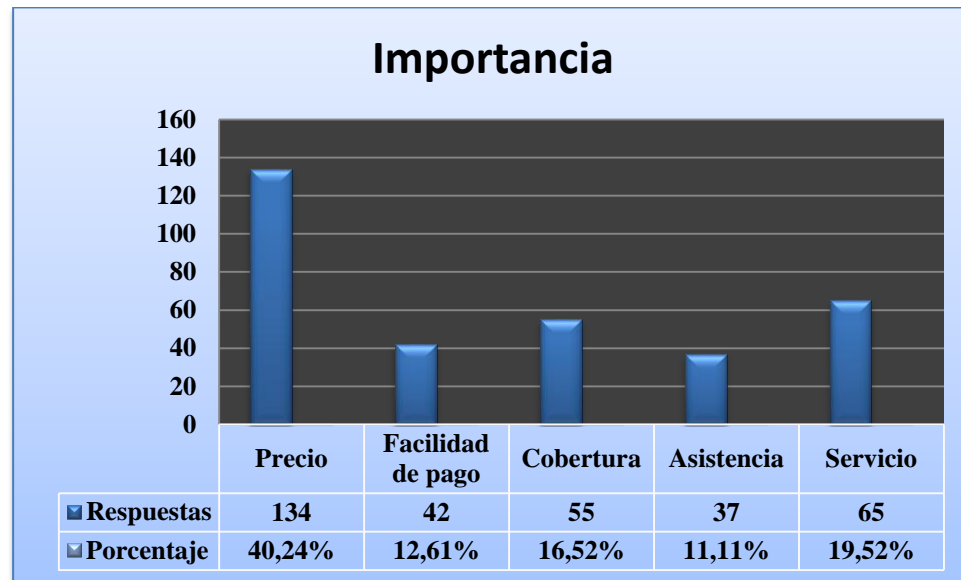
**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

En la pregunta anterior conocimos cual es la compañía con la que contrataron su póliza de seguro sin embargo en esta pregunta buscamos determinar cual es el intermediario con el que el cliente decidió contratar la póliza de seguro.

Los resultados nos muestran que los encuestados tratan con los siguientes intermediarios: 34,50% Bypsa, 24,03% Tecniseguros, 18,22% Jhonson, 15,50% “Zionseguros Cía. Ltda.” y 7,75% Interacacia. Vemos que dentro del sector no tenemos un porcentaje muy alto con respecto a los demás Brokers así mismo hay que mencionar que Bypsa como Tecniseguros son Brokers de Vazseguros y Equinoccial respectivamente.

Señale del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia y 1 el de menor, que es lo que busca al momento de adquirir un seguro.

**GRAFICO N° 8**



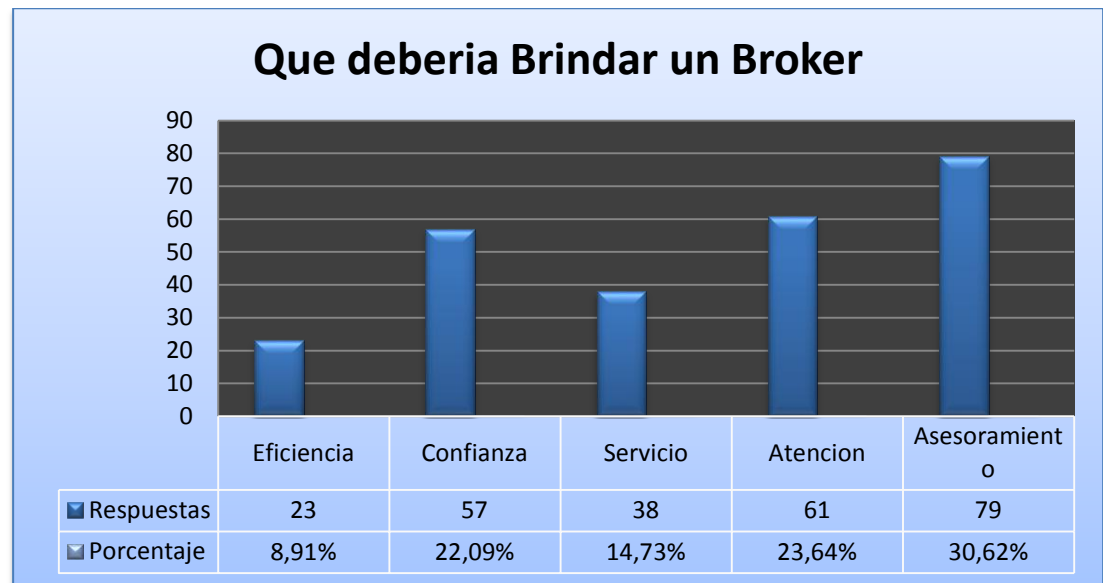
**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

El siguiente grafico se observa la cantidad de veces en que los encuestados determinaron cual era el factor predominante al momento de adquirir un seguro, y los resultados muestran que el precio es el principal factor con un 40,24%, Servicio con un 19,52%, Cobertura con un 16,52%, Asistencia con un 11,11% y un 12,61% Facilidad de pago; ninguno de los aspectos deben ser dejados a un lado por lo tanto debemos buscar la mejor manera para cubrir los mismos para poder generar una mejor satisfacción para el cliente y así poder diferenciarnos de la competencia.

¿Qué debería brindar un bróker para poder cuidar de sus seguros?

**GRAFICO N° 9**



**FUENTE: ENCUESTA**

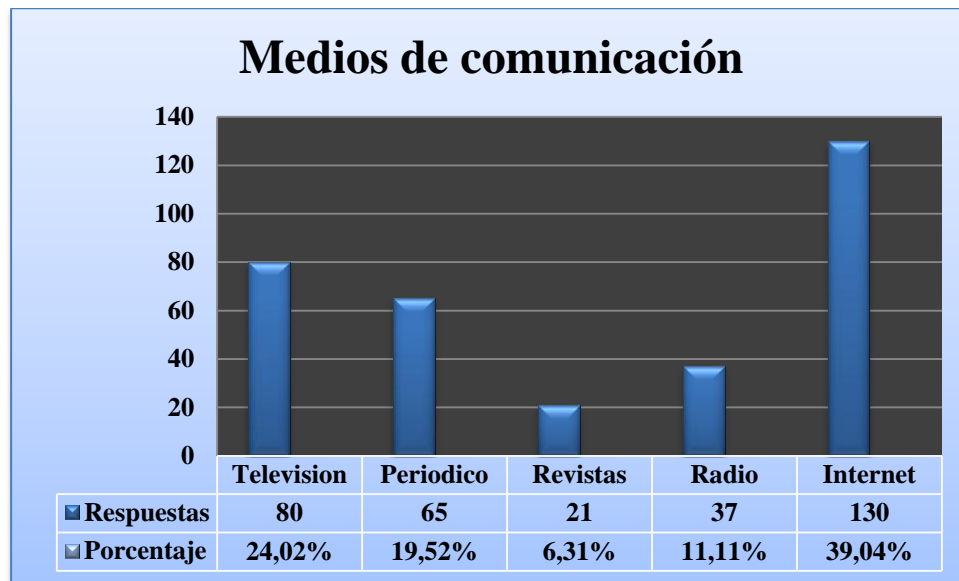
**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

En cuanto a la satisfacción de los clientes, nos dieron a conocer cuáles son los más representativos para ellos, como podemos apreciar en el cuadro adjunto vemos que un 30,62% prefiere Asesoramiento, un 14,73% Servicio, un 22,09% Confianza, y un 23,64% atención y un 8,91% eficiencia; sin embargo todos los puntos son indispensables para brindar un mejor servicio por lo tanto debemos tomar en cuenta cada uno de ellos y no descuidarlos.

Estas cinco formas de brindar servicio son la base fundamental de la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.” y deben ser respetadas y estudiadas por parte de los empleados para ponerlos en marcha y generar una mayor agrado para los clientes.

¿Cuál es su medio de comunicación preferido?

**GRAFICO N° 10**



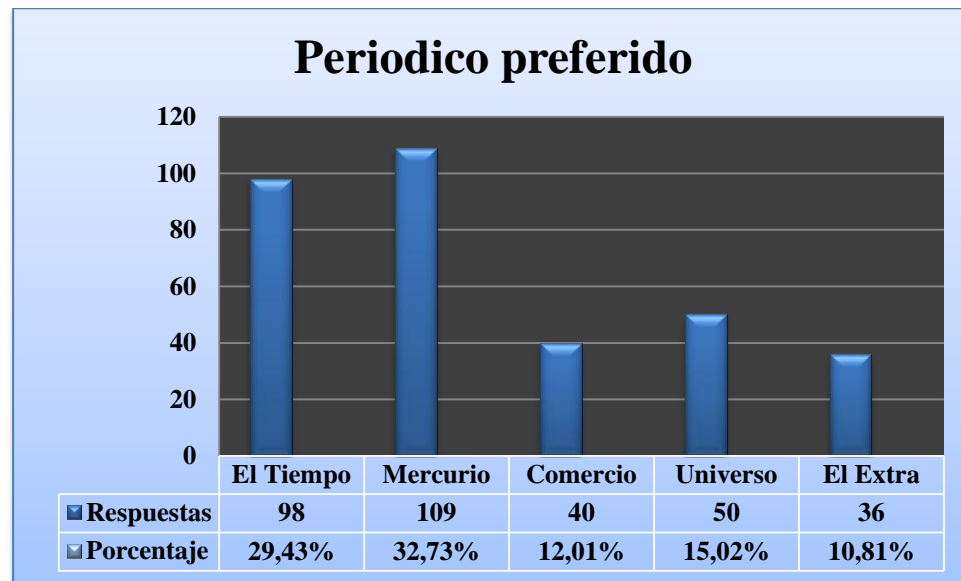
**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Para la elaboración de nuestro proyecto necesitamos saber cuáles son los medios de comunicación más utilizados por las personas en los cuales se informan diariamente; con el fin de saber el medio por el cual podemos enviar publicidad y captar una mayor parte de mercado. Como podemos apreciar el 39,04% de las personas prefiere el Internet, 24,02% televisión, un 19,52% los periódicos locales, un 11,11% radio y un 6,31% revistas, con los datos estipulados en el cuadro los dos medios que podemos explotar son periódico y el internet con la creación de la pagina web y las redes sociales.

¿Qué tipo de periódico lee usted normalmente?

**GRAFICO N° 11**



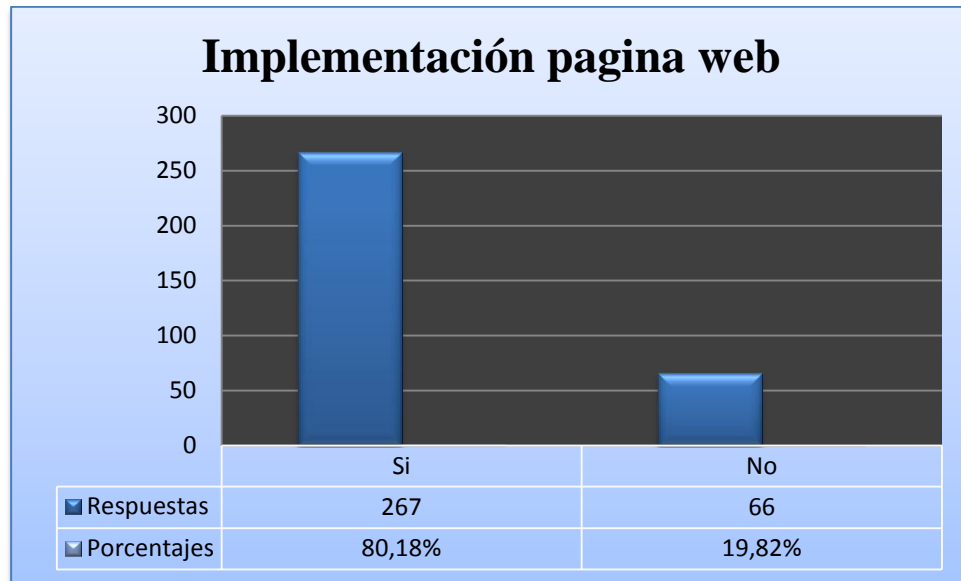
**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

En cuanto al estudio de los medios preferidos tomamos de igual manera el periódico que más leen, los encuestados informan que sus periódicos preferidos son: 32,73% Diario el Mercurio, un 15,02% El Universo, un 29,43% El Tiempo y un 12,01% y 10,81% para El Comercio y El Extra, podemos apreciar que hay dos diarios de la ciudad de Cuenca (El mercurio y El tiempo) de la ciudad de los cuales “Zionseguros Cía. Ltda.” podrá valerse para comunicarse con el cliente.

¿Sería importante implementar una página web que le brinde todos los servicios requeridos?

**GRAFICO N° 12**



**FUENTE: ENCUESTA**

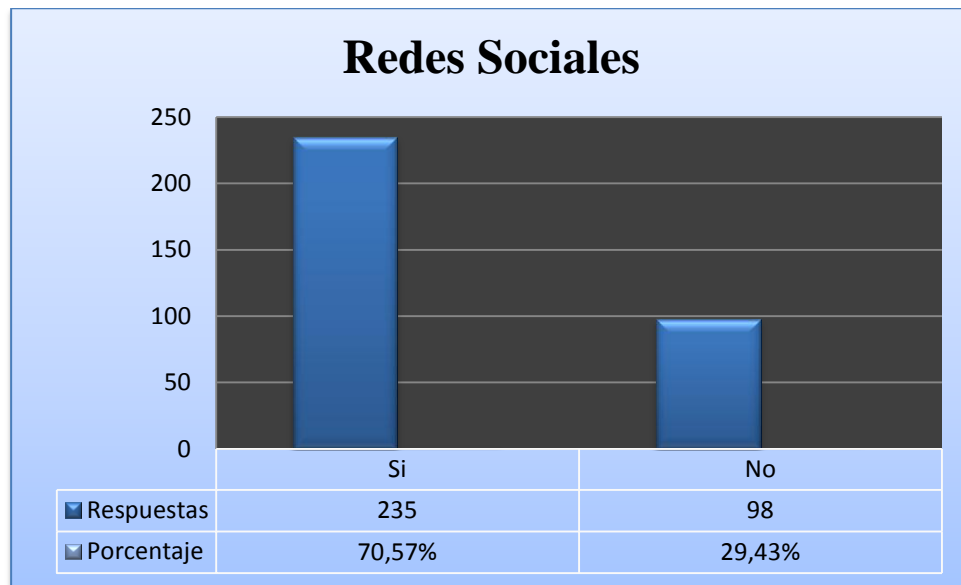
**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

La mayoría de las personas encuestadas nos dieron a conocer que la implementación de una página web es una buena herramienta de trabajo por que disminuye el tiempo de espera y facilita a los usuarios de internet en informarse y responder cualquier inquietud en un menor tiempo, por lo que un 80,18% cree que sería muy útil, y un 19,82% no estaba de acuerdo.



¿Estaría interesado en recibir publicidad por medio de redes sociales, email?

**GRAFICO N° 13**



**FUENTE: ENCUESTA**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Según el siguiente cuadro podemos darnos cuenta que un 70,57% les gustaría una publicidad masiva por redes sociales, y un 29,43% no le parece conveniente; Hoy en día la tecnología avanza y “Zionseguros Cía. Ltda.” Podrá valerse del internet para llegar a su mercado meta en tiempo real desde sus Smartphones y realizar cualquier tipo de consulta y reclamo en un menor tiempo, con eso se podrá satisfacer a todas las personas que quieran que les brindemos un buen servicio y trabajen con nosotros.

## **CAPÍTULO II**

### **5. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

Al inicio de este proceso pudimos observar que “Zionseguros Cía. Ltda.” No contaba con una misión y visión, por lo tanto junto con los funcionarios de la empresa se formulo lo siguiente:

#### **5.1 MISIÓN Y VISIÓN.**

##### **5.1.1 Misión.**

Conocer amplia y profundamente los riesgos de nuestros clientes para entregarles las mejores alternativas de seguros, la más amplia cobertura, a costos muy competitivos y con el respaldo de aseguradoras solventes que se caractericen por la excelencia en el servicio. Contar con un personal altamente capacitado y comprometido con las necesidades del cliente.

### **5.1.2 Visión.**

Ser el mejor asesor, productor de seguros con presencia en las principales ciudades del país, representando a corredores de seguros internacionales, líderes; manteniendo una relación de confianza entre “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.” los clientes y compañías de seguros.

## **5.2 FODA DE ““Zionseguros Cía. Ltda.”**

### **5.2.1 Fortalezas.**

- Se cuenta con una mayor cantidad de proveedores que la competencia.
- Se tienen varios convenios con compañías de seguros que permite ofrecer una gran variedad de servicios los clientes.
- Alta fidelidad de los clientes, lo que les permite beneficiarse de la publicidad boca a boca.
- Cuenta con 24 años de experiencia.

### **5.2.2 Oportunidades.**

- Captar a los habitantes de la ciudad de Cuenca usando nuevas estrategias de ventas. Acceder a un contacto directo con el posible cliente, a través de las ventas puerta a puerta.
- Interactuar con el cliente a través de la implementación de redes sociales.

### **5.2.3 Debilidades.**

- No existe un plan de comunicación-
- El personal de “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.”, nunca ha recibido una capacitación formal de servicio al cliente.
- No se cuenta con un manual de procesos.
- No se tiene un vendedor, las ventas las realiza el gerente general.

### **5.2.4 Amenazas.**

- Incursión de nuevos competidores.
- La percepción negativa de las personas sobre la utilidad de poseer un seguro. Muchas personas no adquieren seguros por que nunca han tenido un siniestro.
- Los monopolios de la ciudad puede generar incertidumbre para “Zionseguros Cía. Ltda.”.

### **5.3 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.**

Por el momento “Zionseguros Cía. Ltda.” está formada por el Gerente general de la compañía, Gerente comercial, una persona encargada de los Siniestros, otra de cobranzas y ventas y una secretaria.

Una de las maneras para que la compañía genere más ingresos, se logrará con la contratación de un vendedor adicional para lograr mayor conocimiento y captación del mercado asegurador.

Dentro de la empresa siempre se tienen las reuniones de comité en donde el Gerente General analiza como esta el movimiento del negocio y cuales son las estrategias que debemos implementar para cumplir las metas establecidas cada año.

A continuación detallaremos los puestos que ocupa cada una de las personas dentro de la compañía:

### **5.3.1 Gerente General.**

Es el encargado de los recursos humanos de la compañía, realiza todo con respecto a los gastos, se encuentra a cargo de las negociaciones con las compañías, deberá controlar los contratos de agenciamiento con cada una de las compañías.

Verificara las emisiones de pólizas, siniestros y controla toda la compañía, es el encargado de capacitar a su personal para que estén a la vanguardia para brindar un mejor servicio a los clientes.

### **5.3.2 Gerente Comercial.**

Es el encargado de revisar las cuentas de la compañía, realiza la contabilidad de la compañía, controla los siniestros, ventas y cobranzas, secretaria, realiza los informes hacia el Gerente General para la aprobación final, emite las pólizas y está encargada de emitir los vencimientos hacia los clientes.

### **5.3.3 Siniestros. (Asistente Técnico).**

Está encargado de ayudar a los clientes en caso de algún siniestro, es la persona que acude a los accidentes y realiza todo el papeleo junto con un asesor de la compañía involucrada. Facilita las inspecciones y todos los procesos de siniestralidad a los clientes, es el enlace directo entre cliente-compañía.

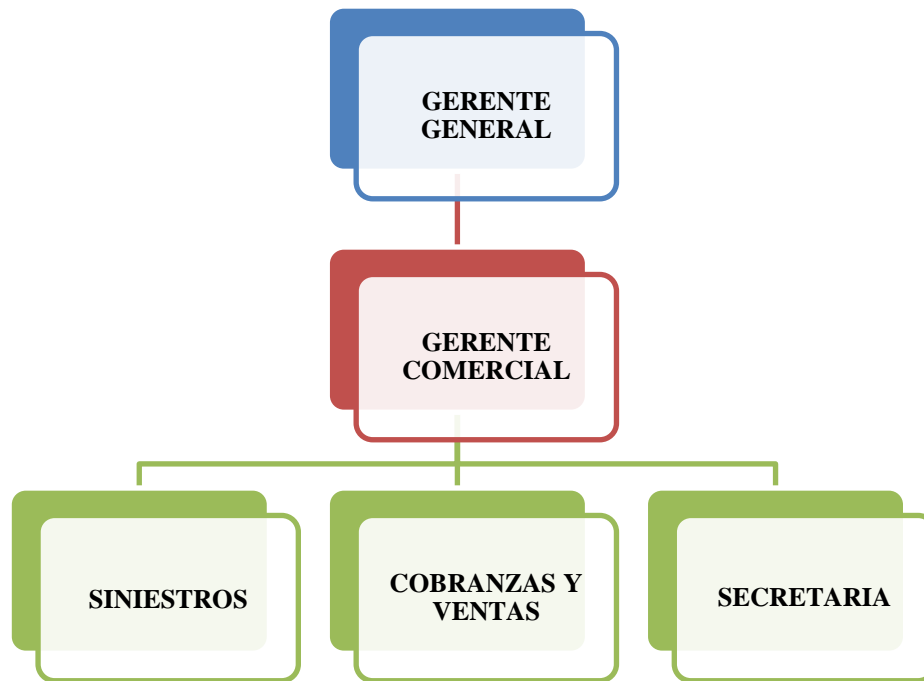
### **5.3.4 Cobranzas y Ventas. (Asesor Comercial).**

Es el encargado de las ventas de la compañía visita puerta a puerta, ofrece los servicios que la compañía le puede ofrecer, se encarga en adecuar los gustos y preferencias de los clientes a la póliza, a la vez realiza los cobros sin necesidad de que el cliente tenga que ir a la compañía y realiza los cobros de comisiones de las diferentes compañías de igual manera.

### **5.3.5 Secretaria.**

Esta encargada de la recolección de cartas, memos, enviadas ya sea por las compañías como los clientes, realiza el reparto de la correspondencia a cada uno de los departamentos y de igual manera archivar los mismos.

## 5.4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.



## 5.5 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

“Zionseguros Cía. Ltda.” Es una empresa creada bajo la figura de “Compañía limitada” En el año 1988, por el Ing. Diego Pauta. Su visión fue crear una compañía la cual ayude a más personas a sentirse seguros y poder cuidar sus bienes.

A continuación detallamos los requisitos para la constitución de la empresa



### **5.5.1 Requisitos para la constitución de la compañía.**

Para su creación “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.” debió cumplir con los siguientes requisitos:

#### **AGENCIAS ASESORES PRODUCTORES DE SEGUROS**

Son personas jurídicas, con organización propia, cuya única actividad es obtener y gestionar contratos de seguros para una o varias empresas de seguros o de medicina pre pagada legalmente autorizadas a operar en el país.

#### **REQUISITOS**

Los requisitos sobre los cuales “Zionseguros Cía. Ltda.” fue constituida son:

- Deben constituirse ante la Superintendencia de Bancos como compañías de comercio, para lo cual requerirán de la Superintendencia de Compañías, la cual emitía una aprobación de la razón social, a través de un certificado que exprese que no existían nombres similares.
- Copia certificada de la escritura pública de constitución.
- Nombramientos de los representantes legales inscritos en el Registro Mercantil.
- Certificado de Afiliación a la Cámara de Comercio y RUC.
- Deben disponer de un lugar adecuado para su funcionamiento y mantener el registro actualizado de dirección, teléfono y fax.

## **CAPITULO III**

### **6. CREACIÓN Y DEFINICIÓN DE PROCESOS DE LA COMPAÑÍA “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.”.**

#### **6.1 IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE PROCESOS EXISTENTES DENTRO DE LA COMPAÑÍA “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.”.**

##### **6.1.1 Funciones de cada departamento**

###### **6.1.1.1 GERENCIA GENERAL**

###### **Controles y Responsabilidades.**

- Verifica las Ventas.
- Cartera de clientes.
- Emisiones de Pólizas.
- Utilidades de la compañía.
- Estado de activos de la compañía.
- Administración total de la compañía.
- Negociaciones con las compañías.

### **6.1.1.2 GERENCIA COMERCIAL**

#### **Controles y Responsabilidades.**

- Contabilidad de la compañía.
- Receipta los cobros.
- Siniestros.
- Vencimiento de pólizas.
- Emisión de pólizas.
- Emisión de Facturas.
- Mensajería.

### **6.1.1.3 DEPARTAMENTO DE SINIESTROS**

#### **Controles y Responsabilidades.**

- Inspecciones.
- Papeleo asesor-compañía.
- Contacto directo con el cliente.

#### **6.1.1.4 DEPARTAMENTO DE COBRANZAS Y VENTAS**

##### **Controles y Responsabilidades**

- Cobros.
- Ventas.

#### **6.1.1.5 SECRETARIA**

##### **Controles y Responsabilidades.**

- Recolección.
- Distribución.
- Archivar.

## **6.2 DEFINICIÓN, DESCRIPCIÓN Y REQUISITOS TÉCNICOS DE LOS CARGOS TIPO DE LA COMPAÑÍA “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.”.**

### **6.2.1 Identificar cargos existentes en “Zionseguros Cía. Ltda.”**

Los cargos existentes dentro de “Zionseguros Cía. Ltda.” son los siguientes:

(Ordenados Por departamento y cargo)

- Gerencia General: Gerente General
- Gerencia Comercial: Gerente Comercial
- Siniestros: Asistente Técnico
- Asistente Comercial
- Secretaría: Secretaria

### **6.2.2 Requisitos técnicos de cada cargo**

Denominamos los requisitos técnicos de cada cargo como los conocimientos profesionales adquiridos por el individuo en su preparación profesional, los requisitos técnicos planteados para cada cargo son los siguientes.

<b>Requisitos técnicos de cada cargo</b>		
<b>CARGO</b>	<b>TIPO DE FORMACION</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>Gerente General</b>	Formación Básica	Título Superior en Ing. Comercial. Economista o áreas afines
	Formación Complementaria	Ninguna
<b>Gerente Comercial</b>	Formación Básica	Título Superior en Ing. Comercial, Economista, Comercio Exterior o áreas afines
	Formación Complementaria	Ninguna
<b>Asistente Técnico</b>	Formación Básica	Título Superior en Ing. Comercial. Economista, Finanzas o áreas afines
	Formación Complementaria	Ninguna
<b>Asistente Comercial</b>	Formación Básica	Título Superior en Ing. Comercial, Economista, Contabilidad
	Formación Complementaria	Ninguna
<b>Secretaria General</b>	Formación Básica	Título Bachiller en comercio o áreas afines
	Formación Complementaria	Especialización en Ventas

### **6.2.3 Procesos existentes**

El listado de los procesos existentes en la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.”

Definido junto al personal de la misma, es el siguiente:

- Mensajería
- Cotización
- Cobranzas
- Emisiones y Vencimientos
- Siniestros
- Ventas

### **6.2.4 Identificar las etapas de cada proceso**

Para una mejor comprensión es necesario realizar un glosario del siguiente

Cuadro:

- N°: Se refiere al número de actividad.
- Actividad Tipo: se refiere al tipo de actividad que se lleva a cabo en cada paso del proceso descrito
- Descripción: es la explicación de la “Actividad tipo”, la descripción a más del detalle de tareas debe especificar cual es la siguiente tarea a realizar.

A continuación describiremos las etapas por el que cada uno de los procesos ya mencionados debe atravesar.

- **Proceso: Mensajería**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción
A1	Envío de información	Receptar Documentos Se debe esperar a la entrega de documentos.
A2	Elaboración de documento	Elaboración y Firma de Acta recepción
A3	Decisión	¿Se entrego el acta de recepción al cliente? SI: A4 NO A3
A4	Envío de información	Enviar documentos a Gerencia Comercial, para revisión
A5	Control	¿Es el documento requerido? Si: A6 NO:A7
A6	Control	¿El Documento ha sido correctamente elaborado? SI:A8 NO: A7
A7	Envío de Documentos	Retornar el Documento a Emisor, solicitando Corrección



A8	Control	<p>Identificar a que departamento pertenece el documento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia Comercial: Aplicaciones</li> <li>• Cobranzas: Facturas, Retenciones, Cheques, Comprobante depósitos etc.</li> <li>• Siniestros: solicitud de cobertura</li> <li>• Ventas: Cotizaciones y pólizas</li> <li>• Archivo: Otros</li> </ul>
A9	Decisión	<p>Se identifico a que departamento pertenecen cada documento</p> <p>SI:A10</p> <p>NO: A8</p>
A10	Envío de Documentos	Entregar a cada departamento.
A11	Almacenamiento	Enviar a Archivo

- **Proceso: Cotización.**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción
A1	Espera	Cliente Solicita Cotización
A2	Proceso	Identificar el bien o tipo de seguro deseado. Aquí se detectara el seguro deseado
A3	Control / Decisión	Es un Vehículos. Sí: A4 No:A7
A4	Solicitud de información	Solicitar el año del vehículo.
A5	Control	¿El vehículo tiene más de 10 años? Sí: A6 No: A7
A6	Proceso	Negar seguro
A7	Solicitud de información	Solicitar la información necesaria. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de seguro deseado</li> <li>• Valor comercial</li> <li>• Cobertura</li> <li>• Datos personales.</li> <li>• Mail cliente</li> </ul>
A8	Control	Se tiene la información necesaria. Sí: A9 No: A7
A9	Solicitud de información	Solicitar cotización a compañías de seguros disponibles. Se realiza revisión

<b>A9.1</b>	Control	<p>¿Aprobó revisión?</p> <p>Sí: A10</p> <p>No:A2</p> <p>En este paso, se debe garantizar que las características requeridas por el cliente en el seguro deseado, durante este proceso sean aprobadas por las compañías de seguros, caso contrario deberá realizarse nuevamente la construcción del seguro deseado (A2)</p>
<b>A10</b>	Control	<p>¿Llegaron las cotizaciones desde la compañía de seguros?</p> <p>Sí:A11</p> <p>No:A9</p>
<b>A11</b>	Decisión	<p>¿El cliente se encuentra en la oficina?</p> <p>Sí: A12</p> <p>No:A13</p>
<b>A12</b>	Proceso	Imprimir cotización y entregar al cliente
<b>A13</b>	Proceso	Enviar al mail del cliente
<b>A14</b>	Control	<p>¿El cliente recibió el mail?</p> <p>Sí:A16</p> <p>No:A15</p>
<b>A15</b>	Proceso	Re enviar mail

- **Proceso: Cobranzas.**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción
A1	Control	Revisar lista de cuentas por cobrar
A2	Control	¿Se identifico las cuentas por cobrar? Sí:A3 No:A1
A3	Control	¿Cómo se receipta el pago? Visitar domicilio o Compañía del cliente: A4 Cliente entrega pago en Zionseguros: A5
A4	Proceso	Visitar cliente
A5	Proceso	Se ingresa en el sistema el pago realizado
A6	Control	¿El cliente tiene pagos pendientes? Sí:A8 No:A7
A7	Proceso	Entrega de Pagaré o letra de cambio.
A8	Proceso	Impresión de pago pendientes Siguiente A9
A9	Proceso	Entregar Notificación de pagos pendientes a cliente. Vía Mail o entrega personal en domicilio / compañía del cliente.

- **Proceso: Emisiones y vencimientos.**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción
A1	Control	¿Es renovación o póliza nueva? Renovación:A2 Póliza Nueva:A9
A2	Proceso	Contactar al cliente Se realizara contacto telefónico, en caso de que el cliente lo solicite se hará visita física.
A3	Decisión	¿El cliente desea realizar cambios a su póliza? Sí:A4 No:A18
A4	Decisión	¿Desea aumentar o disminuir el valor comercial? Sí:A5 No:A6
A5	Proceso	Definir el monto que desea aumentar/disminuir el cliente. Siguiente A6
A6	Decisión	¿Desea incluir o excluir un bien dentro de la póliza? Sí:A7 No:A8
A7	Proceso	Definir la cantidad de bienes a ser incluidos o excluidos Siguiente A8
A8	Proceso	Renovar póliza Siguiente A13
A9	Proceso	Se define las condiciones de la póliza, y Se solicita los documentos necesarios. (Revisar proceso de cotización)

A10	Control	¿Se tiene los documentos necesarios? Sí:A11 No:A9
A11	Decisión	Seleccionar método y condiciones de pago.
A12	Control	¿Se selección el método de pago? Sí:A13 No:A11
A13	Envío de información	Enviar Documentación a compañía de seguros
A14	Control	¿Compañía de seguros aprueba la póliza? Sí:A15 No:A9
A15	Control	¿Llego la póliza emitida por la compañía de seguros a Zionseguros? Sí:A16 No:A14
A16	Proceso	Solicitar al cliente que retire la póliza de seguros

- **Procesos: Siniestros**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción
A1		Cliente informa sobre siniestro
A2	Proceso	Identificar el bien el cual has sido sujeto del siniestro
A3	Control	Realizar inspección del siniestro
A4	Documentos	Se envía documentación e informe a compañía de seguros
A5	Decisión	¿Se aprueba la cobertura del siniestro? Sí:A6 No:A9
A6	Proceso	Se informa de la cobertura el cliente.
A7	Proceso	Se autoriza reparación
A8	Proceso	Enviar factura a compañía de seguros
A9	Proceso	Se entrega informe de no cobertura a cliente

- **Proceso: Ventas.**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción
A1	Proceso	Identificar prospectos. Consiste en elaborar lista semanal de cliente que consideramos potenciales
A2	Proceso	Obtener citas. Consiste en obtener citas con lo miembros de la lista de clientes potenciales
A3	Proceso	Se realiza visitas puerta a puerta. Estas visitas derivan del paso anterior. En caso de no tener cita, se deberá solicitar el nombre de la persona con quien se desea hablar.
A4	Proceso	Se entrega brief de servicios disponibles.
A5	Proceso	Se entrega cotización.



### **6.3 DEFINICIÓN DE FUNCIONES DE LOS CARGOS TIPO EN CADA PROCESO DE LA COMPAÑÍA “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.”.**

A las tareas especificadas en el punto de este capítulo se le deben agregar el encargado de cada tarea:

Para una mejor comprensión es necesario realizar un glosario del siguiente Cuadro:

- N°: Se refiere al número de actividad.
- Actividad Tipo: se refiere al tipo de actividad que se lleva a cabo en cada paso del proceso descrito
- Descripción: es la explicación de la “Actividad tipo”, la descripción a más del detalle de tareas debe especificar cual es la siguiente tarea a realizar.
- Ejecutor: Se refiere a la persona encargada de llevar a cabo la tarea. Esta persona puede corresponder a un cargo dentro de la Compañía o a un ente externo a la compañía en este caso se lo denominara como “externo” por lo tanto la responsabilidad de esa tarea no recae sobre “Zionseguros Cía. Ltda.”

- **Proceso: Mensajería.**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción	Ejecutor
A1	Envío de información	Receptar Documentos Se debe esperar a la entrega de documentos.	Externo
A2	Elaboración de documento	Elaboración y Firma de Acta recepción	Externo y Secretaria
A3	Decisión	¿Se entrego el acta de recepción al cliente? SI: A4 NO A3	Secretaria
A4	Envío de información	Enviar documentos a Gerencia Comercial, para revisión	Secretaria
A5	Control	¿Es el documento requerido? Si: A6 NO:A7	Gerencia Comercial
A6	Control	¿El Documento ha sido correctamente elaborado? SI:A8 NO: A7	Gerencial Comercial

<b>A7</b>	Envío de Documentos	Retornar el Documento a Emisor, solicitando Corrección	Gerencia Comercial
<b>A8</b>	Control	<p>Identificar a que departamento pertenece el documento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia Comercial: Aplicaciones</li> <li>• Cobranzas: Facturas, Retenciones, Cheques, Comprobante depósitos etc.</li> <li>• Siniestros: solicitud de cobertura</li> <li>• Ventas: Cotizaciones y pólizas</li> <li>• Archivo: Otros</li> </ul>	Gerencia Comercial
<b>A9</b>	Decisión	<p>Se identifico a que departamento pertenecen cada documento</p> <p>SI: A10</p> <p>NO: A8</p>	Gerencia Comercial
<b>A10</b>	Envío de Documentos	Entregar a cada departamento.	Secretaria
<b>A11</b>	Almacenamiento	Enviar a Archivo	Secretaria

- **Proceso: Cotización.**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción	Ejecutor
A1	Espera	Cliente Solicita Cotización	Externo
A2	Proceso	Identificar el bien o tipo de seguro deseado. Aquí se detectara el seguro deseado	Ventas
A3	Control / Decisión	Es un Vehículos. Sí: A4 No:A7	Ventas
A4	Solicitud de información	Solicitar el año del vehículo.	Ventas
A5	Control	¿El vehículo tiene más de 10 años? Sí: A6 No: A7	Ventas
A6	Proceso	Negar seguro	Ventas
A7	Solicitud de información	Solicitar la información necesaria. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de seguro deseado</li> <li>• Valor comercial</li> <li>• Cobertura</li> <li>• Datos personales.</li> <li>• Mail cliente</li> </ul>	Ventas
A8	Control	Se tiene la información necesaria. Sí: A9 No: A7	Ventas

<b>A9</b>	Solicitud de información	Solicitar cotización a compañías de seguros disponibles. Se realiza revisión	Ventas
<b>A9.1</b>	Control	<p>¿Aprobó revisión?</p> <p>Sí: A10</p> <p>No: A2</p> <p>En este paso, se debe garantizar que las características requeridas por el cliente en el seguro deseado, durante este proceso sean aprobadas por las compañías de seguros, caso contrario deberá realizarse nuevamente la construcción del seguro deseado (A2)</p>	Ventas
<b>A10</b>	Control	<p>¿Llegaron las cotizaciones desde la compañía de seguros?</p> <p>Sí: A11</p> <p>No: A9</p>	Externo
<b>A11</b>	Decisión	<p>¿El cliente se encuentra en la oficina?</p> <p>Sí: A12</p> <p>No: A13</p>	Ventas
<b>A12</b>	Proceso	Imprimir cotización y entregar al cliente	Ventas

A13	Proceso	Enviar al mail del cliente	Ventas
A14	Control	¿El cliente recibió el mail? Sí:A16 No:A15	Ventas
A15	Proceso	Re enviar mail	Ventas

- **Proceso: Cobranzas.**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción	Ejecutor
A1	Control	Revisar lista de cuentas por cobrar	Gerencia Comercial
A2	Control	¿Se identifico las cuentas por cobrar? Sí:A3 No:A1	Cobranzas
A3	Control	¿Cómo se receipta el pago? Visitar domicilio o Compañía del cliente: A4 Cliente entrega pago en Zionseguros: A5	Cobranzas
A4	Proceso	Visitar cliente	Cobranzas
A5	Proceso	Se ingresa en el sistema el pago realizado	Cobranzas
A6	Control	¿El cliente tiene pagos pendientes? Sí:A8 No:A7	Cobranzas
A7	Proceso	Entrega de Pagaré o letra de cambio.	Cobranzas
A8	Proceso	Impresión de pago pendientes Siguiete A9	Cobranzas
A9	Proceso	Entregar Notificación de pagos pendientes a cliente. Vía Mail o entrega personal en domicilio / compañía del cliente.	Cobranzas

- **Proceso: Emisiones y vencimientos**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción	Ejecutor
A1	Control	¿Es renovación o póliza nueva? Renovación:A2 Póliza Nueva:A9	Gerencia Comercial
A2	Proceso	Contactar al cliente Se realizara contacto telefónico, en caso de que el cliente lo solicite se hará visita física.	Gerencia Comercial
A3	Decisión	¿El cliente desea realizar cambios a su póliza? Sí:A4 No:A18	Gerencia Comercial
A4	Decisión	¿Desea aumentar o disminuir el valor comercial? Sí:A5 No:A6	Gerencia Comercial
A5	Proceso	Definir el monto que desea aumentar/disminuir el cliente. Siguiete A6	Gerencia Comercial
A6	Decisión	¿Desea incluir o excluir un bien dentro de la póliza? Sí:A7 No:A8	Gerencia Comercial
A7	Proceso	Definir la cantidad de bienes a ser incluidos o excluidos Siguiete A8	Gerencia Comercial
A8	Proceso	Renovar póliza Siguiete A13	Gerencia Comercial

A9	Proceso	Se define las condiciones de la póliza, y Se solicita los documentos necesarios.  (Revisar proceso de cotización)	Gerencia Comercial
A10	Control	¿Se tiene los documentos necesarios?  Sí:A11  No:A9	Gerencia Comercial
A11	Decisión	Seleccionar método y condiciones de pago.	Gerencia comercial
A12	Control	¿Se selección el método de pago?  Sí:A13  No:A11	Gerencia Comercial
A13	Envío de información	Enviar Documentación a compañía de seguros	Gerencia Comercial
A14	Control	¿Compañía de seguros aprueba la póliza?  Sí:A15  No:A9	Externo
A15	Control	¿Llego la póliza emitida por la compañía de seguros a Zionseguros?  Sí:A16  No:A14	Gerencia Comercial
A16	Proceso	Solicitar al cliente que retire la póliza de seguros	Gerencia Comercial



- **Proceso: Siniestros**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción	Ejecutor
A1		Cliente informa sobre siniestro	Externo Cliente
A2	Proceso	Identificar el bien el cual has sido sujeto del siniestro	Externo Inspector Compañía de seguros
A3	Control	Realizar inspección del siniestro	Externo Inspector Compañía de seguros
A4	Documentos	Se envía documentación e informe a compañía de seguros	Externo Inspector Compañía de seguros
A5	Decisión	¿Se aprueba la cobertura del siniestro? Sí:A6 No:A9	Externo, compañía de seguros
A6	Proceso	Se informa de la cobertura el cliente.	Asistente técnico
A7	Proceso	Se autoriza reparación	Asistente técnico
A8	Proceso	Enviar factura a compañía de seguros	Asistente técnico
A9	Proceso	Se entrega informe de no cobertura a cliente	Asistente técnico

- **Proceso: Ventas**

N°	Actividad tipo	Actividad y descripción	Ejecutor
A1	Proceso	Identificar prospectos. Consiste en elaborar lista semanal de cliente que consideramos potenciales	Gerente general
A2	Proceso	Obtener citas. Consiste en obtener citas con lo miembros de la lista de clientes potenciales	Gerente general
A3	Proceso	Se realiza visitas puerta a puerta. Estas visitas derivan del paso anterior. En caso de no tener cita, se deberá solicitar el nombre de la persona con quien se desea hablar.	Gerente General
A4	Proceso	Se entrega brief de servicios disponibles.	Gerente General
A5	Proceso	Se entrega cotización.	Gerente General

## **6.4 ESTRUCTURACIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS**

Habiendo obtenido todas las actividades dentro de cada proceso establecido por “Zionseguros Cía. Ltda.” se formuló por completo el manual de procesos de la empresa, dicho manual será encontrado en los anexos de este trabajo. ANEXO 3

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE MARKETING**

#### **4.2 4P'S DE MARKETING.**

##### **4.1.1 Producto.**

El producto que “Zionseguros Cía. Ltda.” Provee al mercado son seguros, de vida, siniestros, salud, vehículos, vivienda, tanto para personas naturales o jurídicas.

El servicio que la empresa provee es la asesoría al momento que un cliente busca obtener un seguro, dicha asesoría, consiste en proveer al cliente el tipo de seguro que se adapte a sus necesidades, y encargarse de asistirlo al momento de hacer uso del seguro, así como recordarle las fechas en las que debe renovar o decidir cancelar sus pólizas de seguros.

El beneficio generado por estos productos y servicios, desde el punto de vista del consumidor es tranquilidad, la empresa comercializa seguros, sin embargo lo que se vende es tranquilidad,

Las pólizas de seguro son un respaldo para las personas, les brinda cobertura frente a cualquier eventualidad, es decir en caso de accidentes el seguro cubre la mayoría de gastos.

#### **4.1.2 Precio.**

“Zionseguros Cía. Ltda.” Agencia Asesora Productora de Seguros obtiene las diferentes pólizas de las Compañías de Seguros; por lo tanto los precios para el público están regidos por las diferentes compañías, cada póliza se calcula de diferente manera y para cada asesor se tienen contratos de agenciamiento los cuales generan diferentes beneficios para que puedan ofrecer el producto y se obtienen diferentes precios dependiendo el contrato que se genere con la compañía de seguros.

Dentro del mercado de seguros las coberturas que las compañías asumen son las que determinaran el precio para su venta al público, y de igual manera la capacidad de movimiento de las agencias asesores generan que las compañías les brinden incentivos por una cantidad específica de ventas. Los descuentos se pueden generar dependiendo del asegurador, ya que dentro de este mercado las compañías están regidas por las tasas y por las coberturas; por lo tanto las agencias asesoras son las que se encargan de ofrecer los descuentos respectivos a sus clientes, la mayoría asume un costo mínimo para poder ofrecer el descuento.

En cuanto al precio de las pólizas son muy accesibles al momento de pago ya que las compañías dan opciones de pago que se adapten a las necesidades de los clientes, se pueden generar los pagos mediante tarjetas de crédito de cualquier institución, dependiendo de la compañía no se cobrara los intereses, y por otro lado se realizan los pagos mediante letras las cuales puede ir de tres hasta doce letras según políticas establecidas dentro de las compañías.

#### **4.1.3 Plaza.**

En cuanto a los canales de distribución, “Zionseguros Cía. Ltda.” posee diferentes alternativas, las mismas que ayudaren alcanzar el mercado cuencano.

El primer canal es la oficina principal que se encuentra en Gran Colombia y Unidad Nacional donde se brindara la asesoría y se brindara el servicio que cada cliente necesita y donde comienza la distribución de las diferentes pólizas.

Consideramos otro canal la página web por la cual se podrá cotizar los distintos seguros y a través de la cual posteriormente se visitara los domicilios de los interesados.

De igual manera se realizara visita a colegios y escuelas brindado pólizas con coberturas para sus estudiantes a costos mínimos pero con coberturas amplias.

#### **4.1.4 Promoción.**

El objetivo principal de “Zionseguros Cía. Ltda.” Es promocionar la marca en el mercado, a través del uso de redes sociales, pagina web e imagen corporativa.

“Zionseguros Cía. Ltda.” se encuentra en Facebook: “Zionseguros Cía. Ltda.”, Twitter: @”Zionseguros Cía. Ltda.”, y Email: [Zionseguros@gmail.com](mailto:Zionseguros@gmail.com), brindando así el servicio que las personas necesitan desde la comodidad de sus hogares.

“Zionseguros Cia. Ltda.” quiere llegar a las personas y facilitar los tramites de sus clientes por lo que se esta trabajando en la implementación de una pagina web donde el cliente pueda realizar y verificar todo lo que el seguro le pueda brindar ofreciendo de igual manera un servicio seguro para cada cliente.

“Zionseguros Cía. Ltda.” comenzará la realización de folletos informativos que expongan los diferentes productos que ofrece y la información necesaria para adquirir una póliza de seguros. Con la producción de los folletos se comercializara de mejor manera las pólizas o productos que las personas necesiten; dentro de las mismas se pondrá el tipo de póliza, costo, y la compañía que ampara esa póliza; de igual manera se realizara cotizaciones se enviaría información mediante email, pero todo ira con el log de Zion y de la compañía que respalda la póliza, ya que no se puede tomar el crédito por coberturas que nos son entregadas y no creadas por Zion.

## **4.2 IMPLEMENTACIÓN DE LA PÁGINA WEB.**

Para “Zionseguros Cía. Ltda.” la creación de página web es eficiente y económica ya que puede impulsar una relación comercial entre las empresas y el mercado consumidor. Por su facilidad de alcance, el internet es un medio excelente para realizar relaciones comerciales exitosas.

“Zionseguros Cía. Ltda.” debe tomar ventaja de las nuevas tecnologías ya que obtendrá mayores beneficios al acercarse más a sus clientes y nuevos clientes y brindarles un mejor servicio. Para “Zionseguros Cía. Ltda.” la creación de la página web es primordial, ya que al promover la oferta del servicio optimiza el tiempo y los procesos de negocios.

La implementación de la pagina web le permite a “Zionseguros Cia. Ltda.” ofrecer un mejor servicio a los clientes, ofertar su servicio de una manera mas amplia, optimizar los procesos comerciales al estar abierto 7 días por 24 horas, reducirá costos de operación aumentar su competitividad y puede a la vez vender las pólizas en línea para facilidad de los clientes.

“Zionseguros Cía. Ltda.” esta entrando en una reingeniería por lo tanto hay que poner el negocio al servicio de los clientes de la manera más fácil y rápida mediante el internet, al momento que la compañía comienza a innovar prevalecerá ante la competencia; la pagina web va a permitir a los clientes realizar procesos, descargar archivos, manejar sus cuentas, estar en contacto con la compañía en todo momento, realizar pagos y consultas.



Subir la información necesaria para que los clientes tengan los documentos necesarios para poder reportar, informar siniestros, los folletos informativos facilitan todas las inquietudes de los clientes, de igual manera con la ayuda del programa de video llamadas “Skype”, “Zionseguros Cía. Ltda.” puede realizar video chats con los clientes y estar más cerca de ellos, con la pagina web se podrá segmentar la cantidad de visitantes y las preferencias que cada uno de ellos tienen, de esta manera se sabrá hacia donde se debe enfocar con cada tipo de persona; la inversión no tiene precio ya que con la pagina web uno esta brindando un mejor servicio y de la misma manera esta promocionando su empresa y darse a conocer en este medio es mucho mas barato que realizarlo por los medios de comunicación; y con esto se lograra tener una mayor cantidad de publicidad y se abarcara mayor cantidad de mercado.

## **4.3 PROPUESTA DE LA MEZCLA DE MERCADEO**

### **4.3.1 Estrategia de Producto.**

#### **4.3.1.1 Estrategia de Marca.**

Para “Zionseguros Cía. Ltda.” el reconocimiento de la marca es esencial, los productos no solo se venden dentro de la oficina, las visitas puerta a puerta genera una mejor comercialización.

Por ello, como estrategia de marca se creó diversas actividades de publicidad que den a conocer a la compañía dentro del mercado. Los cambios que se generaron fueron el cambio de imagen que va desde la papelería de la compañía hasta agendas, tarjetas de presentación y flyers, Como eslogan se colocó: “Una Decisión Inteligente”.

#### **4.3.1.2 Tipo de presentación.**

La imagen corporativa de “Zionseguros Cía. Ltda.” es importante, por lo que se han elaborado cambios exclusivos para la presentación de la misma:

#### 4.3.1.2.1 AGENDA “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.”.



#### 4.3.1.2.2 CUBOS DE PAPEL.



4.3.1.2.3 FLYERS.

**22 AÑOS SIENDO SU MEJOR COMPAÑIA!**

**ZION SEGUROS**

**EVENTOS CATASTROFICOS**  
**INCENDIO**  
**ROBO**  
**ROTURA DE VIDRIOS**  
**DAÑOS POR AGUA**  
**Y MUCHO MAS !!!**

**¡UNA DECISION INTELIGENTE!**

GRAN COLOMBIA Y UNIDAD NACIONAL EDIF. MIRADOR DEL RIO PLANTA BAJA.  
 TEL: 2840501/2835825/2836601  
 EMAIL: dpauta@zionseguros.com/jdpauta@zionseguros.com

twitter @Zionseguros  
 facebook https://www.facebook.com/zionseguros

**22 AÑOS SIENDO SU MEJOR COMPAÑIA!**

**ZION SEGUROS**

**¡UNA DECISION INTELIGENTE!**

**SEGURO IDEAL PARA TU VEHICULO.**  
**FACILIDAD DE PAGO.**  
**COBERTURA TODO RIESGO.**  
**RAPIDEZ, EFICACIA Y CONFIANZA!**

**ES MEJOR TENER UN SEGURO Y NO NECESITARLO, QUE NECESITARLO Y NO TENERLO.**

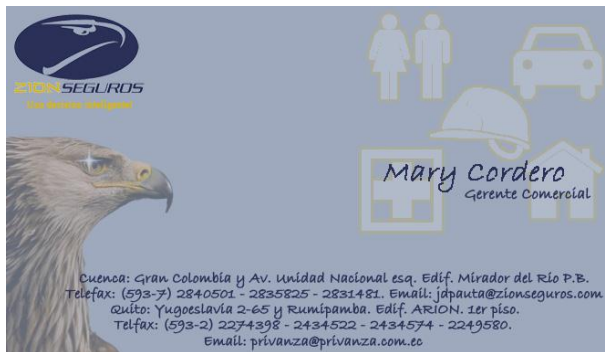
GRAN COLOMBIA Y UNIDAD NACIONAL EDIF. MIRADOR DEL RIO PLANTA BAJA.  
 TEL: 2840501/2835825/2836601  
 EMAIL: dpauta@zionseguros.com/jdpauta@zionseguros.com

twitter @Zionseguros  
 facebook https://www.facebook.com/zionseguros

4.3.1.2.4 SELLOS.



### 4.3.1.2.5 TARJETAS DE PRESENTACION.



## **4.3.2 Estrategia de Precios.**

### **4.3.2.1 Estructura de Precios.**

Con respecto a la estructura de precios, “Zionseguros Cía. Ltda.” al ser una Asesora Productora de Seguros, está a sujeta a los precios delineados por las diferentes compañías de seguros.

A diferencia de las demás Asesoras, “Zionseguros Cía. Ltda.” Tiene una gran cantidad de contratos con las compañías de seguros, por ende tiene una gran cantidad de pólizas de seguros por ofrecer a sus clientes y posibles clientes. Debido a esto a la limitación de fijar precios, la estrategia se enfocará en generar pólizas de seguros que se adapten a las necesidades del cliente y no que el cliente se acoja a la póliza de seguro disponible.

### **4.3.2.2 Definición Frente a la Competencia.**

A pesar de contar con un servicio personalizado para los clientes, los precios de la competencia son muy similares a los de “Zionseguros” ya que las tasas de las compañías de seguros varían entre un 3,7% a un 4,5% en el caso de vehículos. Y en el resto de pólizas la diferencia no va más allá del 1% entre un intermediario y otro.

#### **4.3.2.3 Política de Crédito y Cobro.**

Las ventas de los seguros se realizan en su mayoría mediante letras de cambio, débitos bancarios, tarjetas de crédito. Dependiendo la compañía con la que el cliente quiera asegurar su bien se le cobra los intereses respectivos de cada institución bancaria.

#### **4.3.2.4 Políticas de Fijación de Precios.**

Como lo mencionamos anteriormente, los precios son fijados por las diferentes compañías que funcionan dentro del territorio Ecuatoriano.

#### **4.3.2.5 Estrategia de Distribución.**

En cuanto a la distribución se realiza por medio del local principal, y luego mediante visitas a instituciones educativas, lugares de trabajo, hogares; cada visita esta equipada con todo el material necesario para facilidad de entendimiento del paquete de seguros, de igual manera se lo podrá realizar mediante la pagina web, redes sociales y vía e-mail.

### **4.3.3 Estrategia de Promoción.**

#### **4.3.3.1 Publicidad.**

Para “Zionseguros Cía. Ltda.” es indispensable realizar publicidad, para promocionar su marca.

#### **4.3.3.2 Objetivos de Comunicación.**

Nuestro objetivo principal es difundir el servicio que “Zionseguros Cía. Ltda.” Proporciona, ya que el servicio brindado es lo que los diferencia de la competencia.

#### **4.3.3.3 Estrategia de Medios.**

Los medios de comunicación que se ha escogido para difundir la marca y los servicios de “Zionseguros Cía. Ltda.” fue el internet y las redes sociales; ya que son de fácil acceso para las personas y no generan altos costos. Dentro de la página Web, e-mail, Facebook, Twitter; se realiza la comunicación para promocionar costos y servicios. De igual manera contamos con publicidad radial en 96.9 RADIO FAMILIA.



#### **4.3.4 Promoción de Ventas.**

##### **4.3.4.1 Mecánica de la Promoción.**

Con la reingeniería de “Zionseguros Cía. Ltda.” se han generado grandes cambios, por lo cual es necesario establecer un mecanismo de promoción que permita difundir nuestros servicios y los cambios que tiene la compañía.

La promoción se generara negociando con las compañías para obtener menores tasas, más coberturas, comisiones, que son aspectos que influyen dentro del mercado asegurador. Al generar buenos contratos de agenciamiento con las compañías, se podrá generar una mayor promoción del servicio y de esta manera ser diferentes a la competencia, sin embargo todos tiene la opción de realizarlo pero al ser los primeros en hacerlo captaremos mayor mercado en un menor tiempo.

## **4.4 Introducción a la Estrategia de Ventas.**

### **4.4.1 Territorio de Ventas y Rutas.**

El territorio de ventas de “Zionseguros Cía. Ltda.” lo constituye el local principal ubicado en las calles Gran Colombia y Unidad Nacional Edif. Mirador del Rio P.B. y se extiende conforme donde se vayan generando las ventas por visitas, no es un territorio específico pero se trata de abarcar la mayor cantidad de mercado.

De igual manera se esta implementando una nueva pagina Web [www.”Zionseguros Cía. Ltda.”.com](http://www.ZionsegurosCía.Ltda.com) dentro de la cual se podrá realizar consultas de pagos, cotizaciones, reclamos de siniestros; todos los servicios que necesiten los clientes para facilitarles el proceso.

## **4.5 Estrategia de Merchandising.**

### **4.5.1 Merchandising Visual.**

La reingeniería de “Zionseguros Cía. Ltda.” es un pilar fundamental para la compañía, por los nuevos diseños, papelería, servicio, son herramientas para nuestro merchandising visual. La generación de una mayor publicidad para la compañía captara mayor porción del mercado y será mas conocido de igual manera.

#### 4.5.1.1 CASACAS Y CAMISETAS.



#### 4.5.2 Merchandasing no Visual.

Como merchandasing no visual tenemos, la atención a nuestros clientes, recomendaciones, consejos y sugerencias por parte de “Zionseguros Cía. Ltda.” al momento de ofrecer los servicios y los productos.

## **CAPÍTULO V**

### **6. ANÁLISIS FINANCIERO**

En este capítulo presentaremos el análisis numérico de la rentabilidad de la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.”

Se han realizado los presupuestos y los análisis correspondientes con el fin de proyectarlo y poder identificar de una mejor manera la rentabilidad de la compañía.

#### **6.1 PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Detallaremos los salarios del personal que trabaja para la compañía “Zionseguros Cía. Ltda.”, de igual manera las obligaciones de ley que corresponden a cada trabajador.

A continuación detallaremos los sueldos de empleados del “Zionseguros Cía. Ltda.” del año 2011, con todos los beneficios de Ley, para realizar la proyección de los 5 años próximos, estableceremos un incremento del 6.5%; ya que para noviembre del 2011 según datos del Banco Central del Ecuador la inflación se encuentra 5,53% por lo que sumaremos un 1% con lo cual realizaremos las proyecciones correspondientes en los cuadros a continuación.

**Cuadro N° 1 (SUELDOS Y SALARIOS).**

Presupuesto Gastos Administrativos								
Empleado	Salario Mensual	Datos Anuales						
		Salario Anual	11.15% IESS.	Décimo 3	Décimo 4	Vacaciones	F. de Reserva	Total Anual
<b>Sueldos y Salarios</b>								
Gerente General	\$ 2,600.00	\$ 31,200.00	\$ 3,478.80	\$ 2,600.00	\$ 264.00	\$ 1,300.00	\$ 2,600.00	\$ 44,042.80
Gerente Comercial	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00	\$ 2,007.00	\$ 1,500.00	\$ 264.00	\$ 750.00	\$ 1,500.00	\$ 25,521.00
Asesor Comercial	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,338.00	\$ 1,000.00	\$ 264.00	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 17,102.00
Asistente Tecnico	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,338.00	\$ 1,000.00	\$ 264.00	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 17,102.00
Secretaria	\$ 315.00	\$ 3,780.00	\$ 421.47	\$ 315.00	\$ 264.00	\$ 157.50	\$ 315.00	\$ 5,567.97
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6,415.00</b>	<b>\$ 76,980.00</b>	<b>\$ 8,583.27</b>	<b>\$ 6,415.00</b>	<b>\$ 1,320.00</b>	<b>\$ 3,207.50</b>	<b>\$ 6,415.00</b>	<b>\$ 109,335.77</b>

**Cuadro N° 2 (PROYECCIONES).**

AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
\$ 44,042.80	\$ 46,905.58	\$ 49,954.44	\$ 53,201.48	\$ 56,659.58	\$ 60,342.45
\$ 25,521.00	\$ 27,179.87	\$ 28,946.56	\$ 30,828.08	\$ 32,831.91	\$ 34,965.98
\$ 17,102.00	\$ 18,213.63	\$ 19,397.52	\$ 20,658.35	\$ 22,001.15	\$ 23,431.22
\$ 17,102.00	\$ 18,213.63	\$ 19,397.52	\$ 20,658.35	\$ 22,001.15	\$ 23,431.22
\$ 5,567.97	\$ 5,929.89	\$ 6,315.33	\$ 6,725.83	\$ 7,163.01	\$ 7,628.60
\$ 109,335.77	\$ 116,442.60	\$ 124,011.36	\$ 132,072.10	\$ 140,656.79	\$ 149,799.48

**6.1.1 Gastos de ventas.**

En el cuadro a continuación detallaremos los gastos de ventas de la compañía

“Zionseguros Cía. Ltda.”, los cuales están proyectados hasta el año 2016.

### **6.1.1.1 Publicidad.**

En cuanto a la publicidad de “Zionseguros Cía. Ltda.” generaremos un gasto publicitario con respecto al año 2011 debido a que la compañía no ha mejorado su marketing y no ha podido abarcar mayor parte de mercado. Hasta el año 2011 “Zionseguros Cía. Ltda.” contaba solo con publicidad radial sin embargo con el nuevo cambio de imagen y la implementación del plan de negocios se debe incrementar este rubro, se implementara la publicidad mediante redes sociales, flyers, agendas, tarjetas de presentación, y la implementación de la pagina web; por lo tanto para los siguientes años incrementaremos un 9.5% con el fin de crear un mayor conocimiento de la compañía, y brindar un servicio especializado de la misma manera.

### **6.1.1.2 Servicios básicos, útiles de oficina, suministros y varios.**

Para realizar las proyecciones en los siguientes rubros consideraremos un 6.5% mencionado anteriormente que se encuentra acorde con la inflación según el Banco Central del Ecuador para el mes de noviembre con un 5.53%.

### 6.1.1.3 Depreciación.

Las depreciaciones se mantienen de acuerdo a las proyecciones de la compañía realizadas anteriormente hasta el año 2016.

**Cuadro N° 5 (GASTOS DE “ZIONSEGUROS CIA. LTDA.”).**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
<b>DESCRIPCION/AÑO</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>ARRIENDO</b>	\$ 4,680.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	\$ 3,600.00	\$ 3,834.00	\$ 4,083.21	\$ 4,348.62	\$ 4,631.28
<b>UTILES DE OFICINA</b>	\$ 720.00	\$ 766.80	\$ 816.64	\$ 869.72	\$ 926.26
<b>PUBLICIDAD</b>	\$ 6,264.00	\$ 6,859.08	\$ 7,510.69	\$ 8,224.21	\$ 9,005.51
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	\$ 300.00	\$ 319.50	\$ 340.27	\$ 362.38	\$ 385.94
<b>DEPRECIACION</b>	\$ 1,600.00	\$ 1,704.00	\$ 1,814.76	\$ 1,932.72	\$ 2,058.35
<b>VARIOS</b>	\$ 1,500.00	\$ 1,597.50	\$ 1,701.34	\$ 1,811.92	\$ 1,929.70
<b>TOTAL GASTOS</b>	\$ 18,664.00	\$ 15,080.88	\$ 16,266.91	\$ 17,549.58	\$ 18,937.03

## **6.2 PROYECCIONES DE VENTAS.**

Para las proyecciones de “Zionseguros Cía. Ltda.” tomaremos como referencia el año 2010 y el año 2011 para realizar nuestras proyecciones; estos históricos facilitaran la realización de las proyecciones requeridas, para esto tomaremos los ingresos de estos dos años.

Consideraremos un incremento del 7% anual, este porcentaje esta calculado en base a los históricos de años anteriores ya que la compañía ha tenido un incremento promedio alrededor de ese porcentaje por lo tanto se tomo como referencia ese crecimiento para realizar las proyecciones en ventas.

Con estas proyecciones mediremos los ingresos que “Zionseguros Cia. Ltda.” debería generar con la implementación del plan de negocios y manual de procesos, un mayor ingreso de ventas para la compañía.

“Zionseguros Cia. Ltda.” deberá estar capacitado para cualquier tipo de caída en ventas en años próximos, para poder trabajarlo y que no interfiera en el servicio que brinda al publico; de igual manera deberá hacer un seguimiento constante para que se pueda arreglarlo lo antes posible, y cambiarlo si es necesario.



**Cuadro N° 3 (INCREMENTO).**

AÑO 2010	AÑO 2011
\$ 215157.92	\$ 199544.05

**Cuadro N° 4 (PROYECCIONES).**

AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
\$ 199,544.05	\$ 213,512.13	\$ 228,457.98	\$ 244,450.04	\$ 261,561.54	\$ 279,870.85

### **6.3 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS.**

El siguiente cuadro de Estados de Resultados fue proyectado bajo los siguientes incrementos promedios anuales:

El año 2011 es el año base de la compañía y nos indica la situación real de la misma, por lo tanto en cuanto a las ventas utilizamos un crecimiento anual del 7% que proviene de un promedio de crecimiento de años anteriores, con los cuales nos ayudara a sacar una proyección acorde al giro de la compañía.

En cuanto a los costos directos, indirectos, y gastos de administración hemos optado por un porcentaje del 6.5% anual, el cual se ve relacionado a la inflación.

En cuanto a los costos directos tienen una cantidad más alta debido a que la publicidad se incrementa para el reconocimiento de la compañía en el nuevo local.

Para poder cumplir las proyecciones realizadas por “Zionseguros Cia. Ltda.” no solo se debe concentrar en el servicio cliente y en las ventas sino que de igual manera se debe tomar en cuenta que los empleados necesitan estar motivados, para que de esa manera se sientan a gusto en el lugar de trabajo y así brindar un mejor servicio.

**Cuadro N° 6 (ESTADO DE RESULTADOS).**

		% Incremento Anual		7.00%			
Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Ventas	\$ 199,544.05	\$ 213,512.13	\$ 228,457.98	\$ 244,450.04	\$ 261,561.54	\$ 279,870.85	\$ 1,427,396.61
(Costos Directos)	\$ 109,335.77	\$ 116,442.60	\$ 124,011.36	\$ 132,072.10	\$ 140,656.79	\$ 149,799.48	\$ 772,318.10
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 90,208.28</b>	<b>\$ 97,069.53</b>	<b>\$ 104,446.62</b>	<b>\$ 112,377.94</b>	<b>\$ 120,904.75</b>	<b>\$ 130,071.37</b>	<b>\$ 655,078.51</b>
(Costos Indirectos)	\$ 8,280.00	\$ 8,818.20	\$ 4,711.38	\$ 5,017.62	\$ 5,343.77	\$ 5,691.11	\$ 37,862.09
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 81,928.28</b>	<b>\$ 88,251.33</b>	<b>\$ 99,735.24</b>	<b>\$ 107,360.32</b>	<b>\$ 115,560.99</b>	<b>\$ 124,380.26</b>	<b>\$ 617,216.42</b>
Gastos de Administración y Ventas	\$ 4,020.00	\$ 4,281.30	\$ 4,559.58	\$ 4,855.96	\$ 5,171.59	\$ 5,507.75	\$ 28,396.19
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 1,600.00	\$ 1,704.00	\$ 1,814.76	\$ 1,932.72	\$ 2,058.35	\$ 2,192.14	\$ 11,301.96
<b>Utilidad antes de Beneficios</b>	<b>\$ 76,308.28</b>	<b>\$ 82,266.03</b>	<b>\$ 93,360.90</b>	<b>\$ 100,571.64</b>	<b>\$ 108,331.05</b>	<b>\$ 116,680.37</b>	<b>\$ 577,518.27</b>
15% Utilidades trabajadores	\$ 11,446.24	\$ 12,339.91	\$ 14,004.13	\$ 15,085.75	\$ 16,249.66	\$ 17,502.06	\$ 86,627.74
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 64,862.04</b>	<b>\$ 69,926.13</b>	<b>\$ 79,356.76</b>	<b>\$ 85,485.90</b>	<b>\$ 92,081.39</b>	<b>\$ 99,178.32</b>	<b>\$ 490,890.53</b>
25 % impuesto a la renta	\$ 16,215.51	\$ 17,481.53	\$ 19,839.19	\$ 21,371.47	\$ 23,020.35	\$ 24,794.58	\$ 122,722.63
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 48,646.53</b>	<b>\$ 52,444.60</b>	<b>\$ 59,517.57</b>	<b>\$ 64,114.42</b>	<b>\$ 69,061.04</b>	<b>\$ 74,383.74</b>	<b>\$ 368,167.90</b>

## **6.4 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.**

Ya realizado el calculo y proyecciones de los ingresos, costos y gastos administrativos de “Zionseguros Cia. Ltda.” continuamos con el flujo de efectivo para darnos cuenta si el proyecto es rentable.

**Cuadro N° 7 (FLUJO DE EFECTIVO).**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
Descripción	Año 0	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Total
<b>Ventas</b>		\$ 199,544.05	\$ 213,512.13	\$ 228,457.98	\$ 244,450.04	\$ 261,561.54	\$ 279,870.85	\$ 1,427,396.61
(Costos Directos)		\$ 109,335.77	\$ 116,442.60	\$ 124,011.36	\$ 132,072.10	\$ 140,656.79	\$ 149,799.48	\$ 772,318.10
(Costos Indirectos)		\$ 8,280.00	\$ 8,818.20	\$ 4,711.38	\$ 5,017.62	\$ 5,343.77	\$ 5,691.11	\$ 37,862.09
Gastos de Administración y Ventas		\$ 4,020.00	\$ 4,281.30	\$ 4,559.58	\$ 4,855.96	\$ 5,171.59	\$ 5,507.75	\$ 28,396.19
<b>Flujo Operativo</b>		\$ 77,908.28	\$ 83,970.03	\$ 95,175.66	\$ 102,504.36	\$ 110,389.39	\$ 118,872.51	\$ 2,265,972.98
<b>Ingresos no operativos</b>	\$ 101,537.19	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Crédito		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Propio	\$ 101,537.19	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Egresos no operativos</b>		\$ 27,661.75	\$ 29,821.44	\$ 33,843.32	\$ 36,457.22	\$ 39,270.00	\$ 42,296.63	\$ 167,053.74
<b>Inversiones</b>	\$ 101,537.19	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Fijos	\$ 11,537.19	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ 90,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de dividendos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Financieros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos		\$ 27,661.75	\$ 29,821.44	\$ 33,843.32	\$ 36,457.22	\$ 39,270.00	\$ 42,296.63	\$ 209,350.37
Flujo No Operativo		\$ (27,661.75)	\$ (29,821.44)	\$ (33,843.32)	\$ (36,457.22)	\$ (39,270.00)	\$ (42,296.63)	\$ (209,350.37)
<b>FLUJO NETO</b>		\$ 50,246.53	\$ 54,148.60	\$ 61,332.33	\$ 66,047.14	\$ 71,119.39	\$ 76,575.88	\$ 379,469.86
Flujo Acumulado		\$ 50,246.53	\$ 104,395.12	\$ 165,727.46	\$ 231,774.60	\$ 302,893.98	\$ 379,469.86	
<b>Flujo para VAN</b>		\$ 50,246.53	\$ 54,148.60	\$ 61,332.33	\$ 66,047.14	\$ 71,119.39	\$ 76,575.88	

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos Proyecto	\$ (101,537.19)	\$ 54,148.60	\$ 61,332.33	\$ 66,047.14	\$ 71,119.39	\$ 76,575.88
Flujo Acumulado		\$ 54,148.60	\$ 115,480.93	\$ 181,528.07	\$ 252,647.46	\$ 329,223.33
<b>Tasa de Descuento</b>	<b>10%</b>					
<b>INDICES DEL PROYECTO</b>						
<b>INDICES NOMINALES</b>						
VAN		\$ 144,122				
TIR		53%				

## **6.5 EVOLUCION FINANCIERA.**

El objetivo a alcanzar de “Zionseguros Cia. Ltda.” con la implementación del plan de negocios y manual de procesos es poder lograr una evolución financiera que se vean reflejados con la implementación de todas las estrategias expuestas anteriormente. Debemos tomar en cuenta que muchas de las estrategias implementadas no darán resultados muy rápidos, de otra manera al ser bien manejados se podrá alcanzar una mayor parte del mercado asegurador y de igual manera darse a conocer y brindar el servicio que se diferencia del resto de la competencia.

### **6.5.1 Implementación del manual de procesos.**

En cuanto a la implementación del manual de procesos, ayudara a “Zionseguros Cia. Ltda.” ha tener una compañía mas organizada y mejor estructurada; el manual ayudara a que cada empleado de la misma conozca sus responsabilidades y como debe realizarlas para brindar un servicio de excelencia. La creación del manual no es solo para beneficio de la compañía sino de igual manera va ser útil para la satisfacción del cliente ya que al tener una mejor organización el cliente esperara un menor tiempo y será atendido como se lo es merecido; y un empleado que sabe lo que tiene que hacer y como debe realizarlo va a brindar un mejor servicio.

### **6.5.2 Estrategia de marketing.**

Esta es una de las estrategias que mas fuerte va a representar a la compañía ya que por mucho tiempo la empresa se ha dado a conocer con una publicidad mínima y no ha podido alcanzar una mayor parte del mercado, como podemos darnos cuenta hoy en día la publicidad es uno de los medios que la gente se concentra mas por que es una publicidad visual y al explotar esta estrategia va a generar mayores resultados para lo compañía a pesar de los gastos que se generen. Debemos darnos cuenta que el internet es un medio gratuito el cual se puede usar fácilmente y llegar a mas personas por lo tanto los gastos serian mínimos a comparación de la captación que va a generar la estrategia de marketing.

### **6.5.3 Estrategia de precio y producto.**

Como bien sabemos dentro del mercado se seguros las asesoras productoras de seguros dependen de las compañías con las que trabajan establecer un precio y un producto único no puede ser posible, de esta manera la agilidad y perseverancia que la compañía tenga para obtener las mejores tasas y coberturas va a ser una de las estrategias que mayor captación de mercado generar ya que al tener un menor precio o una mayor cobertura se ver más apetecible para los clientes o futuros clientes de la misma.

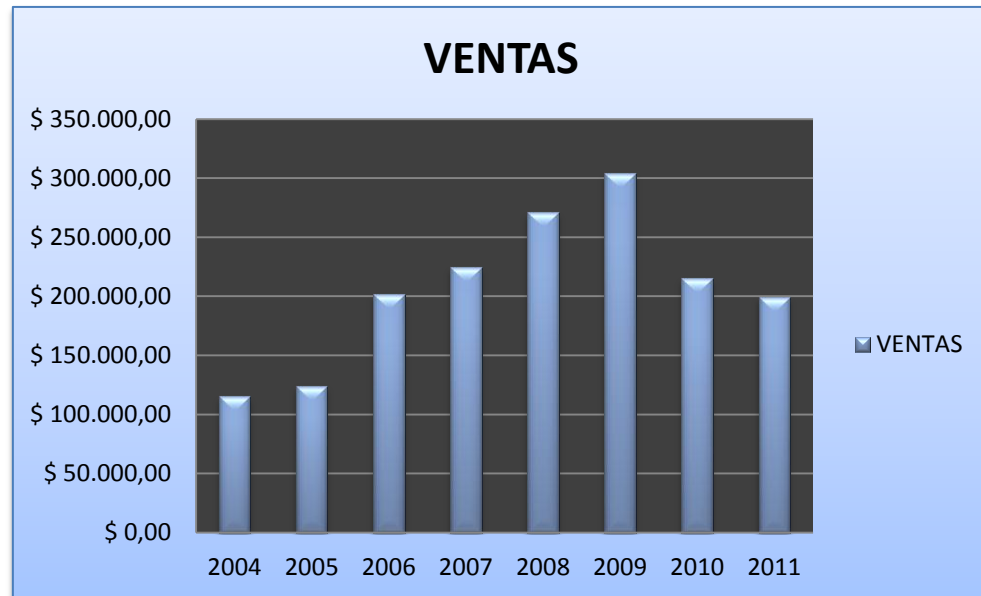
## **VI. ANALISIS Y RESULTADOS.**

La implementación del plan de negocios y manual de procesos ha generado mejoras visible en la compañía Zionseguros, ya que en un inicio se podía decir que la compañía tenía una estructuración sencilla, hoy en día podemos dar cuenta de los grandes cambios que se ha generado con la implementación de nuevas estrategias y reestructuración de la misma.

El plan de negocios y manual de procesos surgió de la necesidad de incrementar las ventas de la compañía y una mejor estructuración de la misma como podemos darnos cuenta en el siguiente cuadro Zionseguros tenía la necesidad de conocer que es lo que le estaba faltando para poder funcionar de una mejor manera y de igual manera poder seguir delante de la competencia.



## GRAFICO N° 14



**FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS.**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Como podemos darnos cuenta Zionseguros ha generado un crecimiento desde el año 2004 -2009, dentro de esos años la competencia no era tan extensa como lo es hoy en día, vemos que en el año 2010 se genero ya un decrecimiento en las ventas de las compañías, sin embargo en el año 2011 es en el que la misma decide implementar el plan de negocios y generar así las estrategias necesarias para poder analizar cual era la situación por el cual estaban perdiendo parte de mercado y cuales serian los métodos a implementar para revertir la caída de sus ventas.

Al momento de analizar todo el proyecto nos dimos cuenta que la compañía tuvo desfases por pérdidas de clientes generados por cambios de gobierno, por la incrementación de nuevos competidores al mercado y por un sistema pasivo de publicidad y ventas.

A continuación detallaremos los avances que ha ido generando la compañía con el plan de negocio y manual de procesos.

## GRAFICO N° 15 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Presupuesto Gastos Administrativos											
Empleado	Salario Mensual	Datos Anuales							Total Anual		
		Salario Anual	11.15% IESS.	Décimo 3	Décimo 4	Vacaciones	F. de Reserva				
Sueldos y Salarios											
										AÑO 2011	AÑO 2012
Gerente General	\$ 2,600.00	\$ 31,200.00	\$ 3,478.80	\$ 2,600.00	\$ 264.00	\$ 1,300.00	\$ 2,600.00	\$ 44,042.80	\$	44,042.80	46,905.58
Gerente Comercial	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00	\$ 2,007.00	\$ 1,500.00	\$ 264.00	\$ 750.00	\$ 1,500.00	\$ 25,521.00	\$	25,521.00	27,179.87
Asesor Comercial	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,338.00	\$ 1,000.00	\$ 264.00	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 17,102.00	\$	17,102.00	18,213.63
Asistente Tecnico	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,338.00	\$ 1,000.00	\$ 264.00	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 17,102.00	\$	17,102.00	18,213.63
Vendedor	\$ 650.00	\$ 7,800.00	\$ 869.70	\$ 650.00	\$ 265.00	\$ 325.00	\$ 650.00	\$ 11,209.70	\$	-	11,209.70
Secretaria	\$ 315.00	\$ 3,780.00	\$ 421.47	\$ 315.00	\$ 264.00	\$ 157.50	\$ 315.00	\$ 5,567.97	\$	5,567.97	5,929.89
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7,065.00</b>	<b>\$ 84,780.00</b>	<b>\$ 9,452.97</b>	<b>\$ 7,065.00</b>	<b>\$ 1,585.00</b>	<b>\$ 3,532.50</b>	<b>\$ 7,065.00</b>	<b>\$ 120,545.47</b>	<b>\$</b>	<b>109,335.77</b>	<b>127,652.30</b>

**FUENTE: ZIONSEGUROS CIA. LTDA.**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Vemos que para el presente año Zionseguros ha incrementado una persona mas a su personal con el fin de incrementar las ventas de la compañía, de igual manera al vendedor se le paga su sueldo más todos los beneficios de ley. A diferencia del año 2011 los Gastos administrativos se incrementaron de \$109,335.77 a \$127,652.30. Por lo tanto no afectara el crecimiento de la compañía ya que con la nueva contratación captara una mayor parte de mercado.

## GRAFICO N° 16

### GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCION/AÑO	2011	2012
ARRIENDO	\$ 4,680.00	\$ 4,680.00
SERVICIOS BASICOS	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
UTILES DE OFICINA	\$ 720.00	\$ 720.00
PUBLICIDAD	\$ 1,500.00	\$ 6,264.00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 300.00	\$ 300.00
DEPRECIACION	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00
VARIOS	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
TOTAL GASTOS	\$ 13,900.00	\$ 18,664.00

**FUENTE: ZIONSEGUROS CIA. LTDA.**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Gastos de ventas nos podemos dar cuenta que se incremento un rubro que es la publicidad en el plan de negocios se planteo como estrategia implementar una mayor publicidad para la reingeniería de la compañía, en cuanto a los demás rubros no se ha generado variación alguna.

## GRAFICO N° 17

### VENTAS.

AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012
\$ 215,157.92	\$ 199,544.05	\$ 232,530.25



**FUENTE: ZIONSEGUROS CIA. LTDA.**

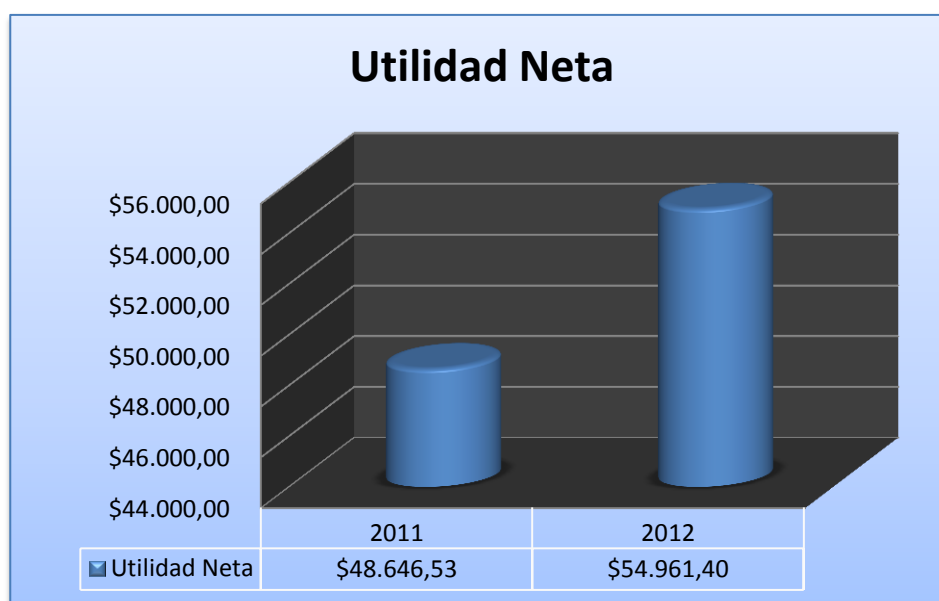
**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Según el cuadro ilustrado anteriormente, podemos darnos cuenta que la implementación del plan de negocios y la reingeniería de la compañía obtuvo los resultados deseados. Como vemos en el año 2010 para el año 2011 Zionseguros Cía. Ltda. Tuvo un decrecimiento significativo en sus ventas; sin embargo por el año 2012 se muestran ventas mayores que los años anteriores. Por lo tanto comprendemos que la implementación de nuevas estrategias del plan de negocios y el manual de procesos generó una mejoría dentro de la compañía.

## GRAFICO N° 18

### ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

Descripción	2011	2012
<b>Ventas</b>	<b>\$ 199,544.05</b>	<b>\$ 232,530.25</b>
(Costos Directos)	<b>\$ 109,335.77</b>	<b>\$ 127,652.30</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 90,208.28</b>	<b>\$ 104,877.95</b>
(Costos Indirectos)	\$ 8,280.00	\$ 8,280.00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 81,928.28</b>	<b>\$ 96,597.95</b>
Gastos de Administración y Ventas	\$ 4,020.00	\$ 8,784.00
Gastos Financieros	\$ -	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00
<b>Utilidad antes de Beneficios</b>	<b>\$ 76,308.28</b>	<b>\$ 86,213.95</b>
15% Utilidades trabajadores	\$ 11,446.24	\$ 12,932.09
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 64,862.04</b>	<b>\$ 73,281.86</b>
25 % impuesto a la renta	\$ 16,215.51	\$ 18,320.47
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 48,646.53</b>	<b>\$ 54,961.40</b>



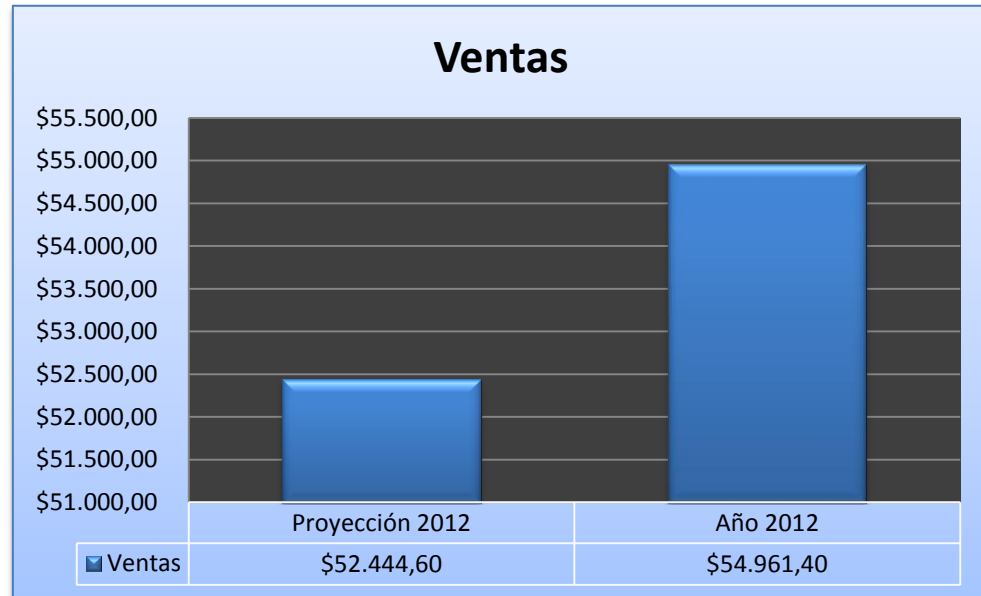
**FUENTE: ZIONSEGUROS CIA. LTDA.**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Para el año 2012 nos muestra una Utilidad neta de \$54,961.40 a diferencia del año 2011 \$48,646.53, según las proyecciones que se realizaron para la implementación

del plan de negocios y manual de procesos en el año 2012 con un crecimiento del 7% Zionseguros Cía. Ltda. Debía obtener una utilidad de \$52,444.60.

### GRAFICO N° 19



**FUENTE: ZIONSEGUROS CIA. LTDA.**

**ELABORADO: JUAN DIEGO PAUTA – ANDRES CORNEJO**

Como podemos ver en el grafico, Zionseguros Cía. Ltda. ha incrementado sus ventas en relación a lo proyectado previo a la implementación del plan de negocios y manual de procesos; \$2,516.80 es la diferencia que se incremento en el año 2012 entre lo proyectado y el estado real de la compañía.

## **VII. METODOLOGIA.**

El método utilizado para la recolección de información fue una encuesta que nos permitió obtener información cuantitativa y cualitativa a través de la inclusión de preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas. Las encuestas se realizaron en domicilios y por vía telefónica.

Utilizamos las encuestas personales por el elevado índice de respuestas y la facilidad de cooperación. Mientras que se realizó encuestas vía telefónica ya que nos permitía abarcar una mayor cantidad de personas de la muestra en menor tiempo.



## VIII. CRONOGRAMA DE TRABAJO.

	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
CRONOGRAMA	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012
Capítulo I: Análisis del entorno y estudio de mercado	■	■	■									
Capítulo II: Análisis Organizacional de la empresa			■									
Capítulo III: Creación y definición de procesos de la compañía "Zionseguros Cía. Ltda."			■	■								
Capítulo IV: Análisis estratégico de Marketing					■	■	■					
Capítulo V: Análisis Financiero							■	■	■			
Análisis y Resultados							■	■	■	■	■	■

## IX. CONCLUSIONES

- La implementación del plan de negocios y manual de procesos mejoro la restructuración de la compañía Zionseguros Cía. Ltda. incrementando las ventas como lo tenían previsto.
- La contratación de un nuevo vendedor mejoro el movimiento de las ventas y una mayor captación de mercado.
- El incremento de publicidad mejoro mucho la imagen de Zionseguros ya que mayor parte del mercado asegurador pudo conocer de la compañía y del servicio que brinda.
- La distribución de responsabilidades dentro de la compañía mejoro con la implementación del manual de procesos, todo el personal tiene distribuido de una mejor manera todas las tareas que debe desempeñar dentro de la misma.
- La implementación de las redes sociales, página web contribuyo a la captación de mercado, ya que se pudo mejorar aun más el servicio de manera on-line y estar cerca de los clientes al momento de algún suceso inesperado.
- Las ventas de acuerdo a las proyecciones antes de la implementación reflejaron resultados similares a los que se encontraban previstos.
- La restructuración de la compañía creó un mejor manejo dentro y fuera de la compañía, con el fin de satisfacer el mercado de los seguros y generar un mejor movimiento de las ventas y formación del personal dentro de la compañía.

## **X. RECOMENDACIONES**

- Recomendamos desarrollar un esquema de ventas basado en técnicas de comunicación verbal y no verbal, derivadas del desarrollo de procesos de Programación neurolingüística.
- Capacitación del personal en servicio al cliente constantemente.
- Buscar nuevos canales de distribución para volverse más competitivos dentro del mercado asegurador.
- Mantenerse actualizado y aprovechar los medios tecnológicos para captar un mayor mercado.

## **XI. BIBLIOGRAFIA**

Diario El Hoy

Diario el Comercio

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-mercado-de-seguros-va-en-aumento-482580.html>

[www.compraspublicas.gov.ec](http://www.compraspublicas.gov.ec)

<http://www.mercadoasegurador.com.ar/adetail.asp?id=2913>

<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ecuador-mercado-automotriz-registra-record-de-ventas-el-2010>

[www.aseguratuauto.net](http://www.aseguratuauto.net)

<http://cuencasegura.org/2011/03/23/estadisticas-delincuencia-cuenca/>

<http://www.copaprose.org/new/>

[http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=44&vp\\_tip=2&vp\\_busr=57](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=44&vp_tip=2&vp_busr=57)

<http://www.panamericana.com.ec/>

<http://www.qbe.com.ec/>

<http://www.segurosalianza.com/>

<http://www.aig.com.ec/index.html>

<http://www.general.com.ec/>

<http://www.segurosequinoccial.info/web/cms/home.php?c=574>

<http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448146859.pdf>

E. Jerome McCarthy, William D. Perreault, Jr. 2000. Marketing un Enfoque Global, Treceava Edición.

Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield, Jeffrey F. Jaffe. 2009 Finanzas Corporativas, Octava Edición.

David, Fred R, Conceptos de Administracion estratégica, PEARSON EDUCATION, Mexico, 2003

David, Fred, La gerencia estratégica, Editorial Legis. Santafé de Bogotá. 1990.

Sallenave, Jean-Paul. Gerencia y planeación estratégica, Bogotá: Grupo Editorial Norma, 1993.

Hernandez, C. (2000). El Plan de Marketing Estratégico. 2ª Edición.

LEY GENERAL DE SEGUROS (2009), “Del ámbito de la Ley”.

## XII. ANEXOS

### 8) Resolución INCP N° 006-08

#### RESOLUCIÓN INCP No. 006-08

#### EL DIRECTOR EJECUTIVO DEL INSTITUTO NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

#### CONSIDERANDO:

**Que** el numeral 9 del Art. 10 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública faculta al Instituto Nacional de Contratación Pública –INCP- dictar normas administrativas, manuales e instructivos relacionados con la Ley;

**Que** el literal d) del Art. 7 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública atribuye al Director Ejecutivo emitir la normativa que se requiera para el funcionamiento del SNCP y del Instituto, que no sea competencia del Directorio;

**Que** la Disposición General Segunda del propio Reglamento establece que las normas complementarias serán aprobadas por el Director Ejecutivo del INCP mediante resoluciones;

**Que** la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, en su artículo 2, establece regímenes precontractuales especiales para ciertas contrataciones, entre ellas, las que celebren el Estado con empresas cuyo capital suscrito pertenezca por lo menos en 50% a entidades de derecho público o sus subsidiarias y los que celebran las instituciones del sistema financiero y de seguros en las que el estado o sus instituciones son accionistas únicos o mayoritarios;

**Que** la Disposición Transitoria Sexta de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública faculta al Instituto Nacional de Contratación Pública para que, durante el primer año de vigencia de la ley, establezca exoneraciones o disposiciones especiales para la aplicación progresiva de sus normas. En ningún caso se permitirá la no publicación de información sobre los procesos sujetos a la ley en el portal COMPRASPUBLICAS;

En uso de sus facultades legales,

#### RESUELVE:

**Expedir las siguientes disposiciones especiales para la contratación de seguros.**

**Artículo Único.-** Las entidades contratantes previstas en el Art.1 de la Ley Orgánica del

## 9) Herramienta de levantamiento de datos

### Diseño de la Encuesta.

Ciudad: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_

Número de Encuesta: \_\_\_\_\_

1. ¿Conoce usted que es un Asesor Productor de Seguros o Bróker?

Si  No (Termina Encuesta)

2. ¿Posee algún Vehículo y/o Casa Propia?

Si  No

3. ¿Posee algún tipo de seguro?

Si (Pasar #5)  No (Pasar#4)

4. ¿Cuál es el motivo por el cual no ha obtenido un seguro? (Pasar # 7 y # 9, # 10, #11, #12)

\_\_\_\_\_

5. ¿Qué tipo de seguro posee usted?

Vehículos.  Incendio/Robo (casas, Locales)

Equipo Electrónico.  Transporte.

Vida.  Asistencia Médica.

6. ¿Con que compañía o bróker tiene usted su seguro?

\_\_\_\_\_

7. Señale del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia y 1 el de menor, que es lo que busca al momento de adquirir un seguro.

Precio \_\_\_\_\_ Facilidad de pago \_\_\_\_\_

Cobertura \_\_\_\_\_ Asistencia \_\_\_\_\_

Servicio \_\_\_\_\_

8. ¿Qué debería brindar un bróker para poder cuidar de sus seguros?

\_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es su medio de comunicación preferido?

Televisión  Periódicos  Radio

Revistas  Internet

10. ¿Qué periódico lee usted normalmente?

El Tiempo.  Mercurio.

Comercio.  Universo.  Otros: \_\_\_\_\_

11. ¿Sería importante implementar una página web que le brinde todos los servicios requeridos?

Si.  No.  ¿P qué?



---

12. ¿Estaría interesado en recibir publicidad por medio de redes sociales,  
email?

Si.                      No.                       ¿Por qué?

---

**Gracias por su tiempo.**

10) [Manual de procesos.](#)





**INFORME DE INSPECCION DE VEHICULOS**

Nombre del asegurado : \_\_\_\_\_  
 Cédula de Identidad : \_\_\_\_\_  
 Fecha de la Inspección : \_\_\_\_\_  
 Lugar de la Inspección : \_\_\_\_\_  
 Agente : \_\_\_\_\_  
 Motivo de Inspección : Póliza ( ) Renovación ( ) Endoso ( )

Características del vehículo:

MARCA : \_\_\_\_\_ TIPO : \_\_\_\_\_  
 MOTOR : \_\_\_\_\_ AÑO : \_\_\_\_\_  
 SERIE : \_\_\_\_\_ PLACA : \_\_\_\_\_  
 COLOR : \_\_\_\_\_ KILOM. : \_\_\_\_\_  
 PUERTAS : 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) CABINA : Simple ( ) Doble ( ) 1½ ( )  
 TRANSMISIÓN : Mecánica ( ) Automática ( ) 4x2 ( ) 4x4 ( )

Accesorios del Vehículo:

Llantas :

Cant.	Marca	Modelo

Aros :

Cant.	Marca	Modelo

Tapacubos : Si ( ) No ( ) Cantidad: \_\_\_\_\_

Copas : Si ( ) No ( ) Cantidad: \_\_\_\_\_


Tuercas de Seg. : Si ( ) No ( ) Cantidad: \_\_\_\_\_

Radio : Marca: \_\_\_\_\_ Modelo: \_\_\_\_\_

AM/FM ( ) CD ( ) MP3/WMA ( ) USB ( ) IPOD ( )

Otras Características: \_\_\_\_\_

12) **Inscripción y reclamos vida.**



**DEPARTAMENTO DE SEGUROS EN GRUPO**  
**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN**

Nº de Póliza \_\_\_\_\_  
 Nº de Certificado \_\_\_\_\_

Contratante: \_\_\_\_\_ Plan Escogido: \_\_\_\_\_

Nombre Titular: \_\_\_\_\_  
Primer Apellido Segundo Apellido Primer Nombre Segundo Nombre

C.I. \_\_\_\_\_ Estado Civil \_\_\_\_\_ Sexo: Masculino  Femenino

Lugar de Nacimiento \_\_\_\_\_ Fecha de Nacimiento \_\_\_\_\_  
Ciudad País día/mes/año

Ocupación \_\_\_\_\_ Sueldo \$ \_\_\_\_\_ Fecha de Empleo \_\_\_\_\_  
día/mes/año

Dependientes Elegibles: Cónyuge Si  No  No. de Hijos \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

**COMPLETAR LOS ESPACIOS QUE SIGUEN SI SE TRATA DEL SEGURO DE VIDA**

**BENEFICIARIO EN CASO DE MUERTE:**

Nombres	Parentesco	Edad	Nº de Cédula de identidad	%

TUTOR LEGAL ( en caso de menores de edad) \_\_\_\_\_

**PARA USO DE LA COMPAÑIA**

Clase	Fecha	Vida	M. A Y D.	A.M.	M.M.	Capital Asegurado

**COMPLETAR LOS ESPACIOS QUE SIGUEN SI SE TRATA DE ASISTENCIA MEDICA**

REGISTRO PARA DEPENDIENTES QUE UD. ASEGURA UNICAMENTE, CÓNYUGE O COMPAÑERA(O) PERMANENTE  
 E HIJOS SOLTEROS MENORES DE 19 AÑOS DE EDAD ECONOMICAMENTE DEPENDIENTES  
 LOS HIJOS ESTUDIANTES A TIEMPO COMPLETO HASTA 23 AÑOS DE EDAD.

NOMBRE COMPLETO DE LOS DEPENDIENTES	FECHA DE NACIMIENTO <small>día/mes/año</small>
CONYUGUE	
HIJOS	

Fecha: \_\_\_\_\_ Firma del Contratante: \_\_\_\_\_ Firma del Asegurado Titular: \_\_\_\_\_  
día/mes/año





DEPARTAMENTO DE SEGUROS EN GRUPO  
**RECLAMO DE GASTOS MÉDICOS**

N° de Póliza \_\_\_\_\_

N° de Certificado \_\_\_\_\_

ESTE FORMULARIO DEBE SER LLENADO POR EL ASEGURADO, EL CONTRATANTE Y EL MEDICO TRATANTE

**COMO PRESENTAR SU RECLAMO**

1. Complete la Sección A.
2. Presentar este Formulario a su contratante.
3. Solicitar a su médico que complete la sección C.
4. Adjuntar todas las facturas originales de la clínica y el médico.

**SECCIÓN "A" PARA SER LLENADO POR EL ASEGURADO**

Asegurado Titular \_\_\_\_\_  
Primer Apellido Segundo Apellido Primer Nombre Segundo Nombre

Paciente: \_\_\_\_\_ El Mismo  Cónyuge  Hijo

Indique síntomas de la dolencia: \_\_\_\_\_

En caso de accidente : Cuando ocurrió: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_  
Fecha Hora

Cómo Ocurrió: \_\_\_\_\_

En caso de enfermedad indicar: Fecha que inicio el tratamiento: \_\_\_\_\_  
Fecha Hora

Nombre del médico consultado: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

¿Estuvo anteriormente internado por la misma dolencia? Si  No  Si es afirmativo indique: Fecha: \_\_\_\_\_  
Fecha Hora

Duración: \_\_\_\_\_ Médico: \_\_\_\_\_ Hospital o Clínica: \_\_\_\_\_

Certifico que las declaraciones que se consignan, así como las facturas que se adjuntan son verídicas y ajustadas a la realidad. Autorizo al hospital o clínica, así como a los médicos tratantes, para que suministren a PANAMERICANA DEL ECUADOR S. A. cualquier información, datos de mi historia clínica, exámenes de laboratorio, etc. dispensándoles del secreto profesional. La entrega de este formulario y la investigación que se adelante no podrá interpretarse como aceptación de responsabilidad por parte de PANAMERICANA DEL ECUADOR S. A. Cualquier error, simulación o fraude por parte del reclamante privará a éste y a sus dependientes de todo derecho a los beneficios bajo la póliza. Es indispensable que se acompañen todos los comprobantes originales de las cuentas pagadas.

Lugar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Firma del Asegurado Titular: \_\_\_\_\_  
Fecha Hora

**SECCIÓN "B" PARA SER COMPLETADA POR EL CONTRATANTE**

Nombre del Contratante: \_\_\_\_\_

Nombre del Asegurado: \_\_\_\_\_  
Primer Apellido Segundo Apellido Primer Nombre Segundo Nombre

Fecha de ingreso a la Empresa Contratante: \_\_\_\_\_ Vigencia de su Seguro: \_\_\_\_\_  
Fecha Hora

Lugar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Firma y sello: \_\_\_\_\_  
Fecha Hora

IND - 01 F2

QUITO: Portugal E12-72 y Eloy Alfaro Telf: (02)246 88 40 • GUAYAQUIL: Av. Miguel H. Aroca y Francisco de Orellana, Mt. 5 Villa K2 Telf: (04) 268 15 25 Fax: (04) 268 15 30  
MANTA: Malecón Jaime Chávez entre Av. 18A y Calle 19, Ed. El Navío, Of. 501 Telf: (05) 262 33 07 • CUENCA: Av. 12 de Abril 225 Telf: (07) 268 25 25

13) Seguro Vehículos.



**COBERTURA POR:**

- CHOQUE - VOLCADURA - INCENDIO
- ROBO TOTAL
- ROBO PARCIAL
- EXPLOSION
- CHOQUE DURANTE EL ROBO
- ROTURA DE VIDRIOS
- MOTIN - HUELGA - DAÑOS MALICIOSOS
- AIRBAGS

• POLIZA DE ACCIDENTES PARA OCUPANTES: MUERTE E INVALIDEZ GASTOS MEDICOS

• RESPONSABILIDAD CIVIL CUBIERTA AL 100%

• ASISTENCIA VEHICULAR GE A LOS 365 DIAS DEL AÑO EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS.

• FORMAS DE PAGO A CONVENIR, CREDITO DIRECTO



VEHICULOS

**AUTO EXTREMO**



No importa donde, siempre estamos con usted



**PANAMERICANA**  
COMPAÑIA DE SEGUROS

El seguro que le cubre **TODO RIESGO**

**AMPAROS:**

- ▣ Responsabilidad Civil \$15.000 (Limite Unico Combinado)
- ▣ Muerte Accidental \$5.000 (por ocupante)
- ▣ Gastos Medicos por Accidente \$3.000 por ocupante

**SERVICIOS:**

- ▣ Servicio exequial en accidente de tránsito (conductor + 4 ocupantes y 2 para R.C.)
- ▣ Marcación sin costo en Tecnimark
- ▣ Vehículo de reemplazo en caso de accidente\*
- ▣ Remolque o transporte del vehículo en caso de avería o accidente
- ▣ Auxilio mecánico
- ▣ Traslado en ambulancia en caso de accidente de tránsito
- ▣ Estancia o desplazamiento de los ocupantes por inmovilización del vehículo
- ▣ Estancia o desplazamiento de los ocupantes por hurto simple o calificado del vehículo
- ▣ Transporte, depósito o custodia del vehículo reparado o recuperado
- ▣ Servicio de conductor profesional
- ▣ Localización y envío de piezas de respuestos
- ▣ Transmisión de mensajes urgentes
- ▣ Orientación jurídica preliminar
- ▣ Orientación jurídica en caso de infracciones o contravenciones de tránsito
- ▣ Orientación jurídica en caso de robo del vehículo
- ▣ Servicio de asistencia jurídica para la liberación del vehículo
- ▣ Orientación legal en caso de fallecimiento de un familiar del asegurado
- ▣ Orientación jurídica telefónica / online
- ▣ Descuentos en abogados

**COBERTURAS ADICIONALES:**

- ▣ Extras hasta el 20% del valor asegurado (tasa del 5%).
- ▣ Airbags hasta \$1.500, un evento al año.

14) Seguro Hogar.

Asegure su hogar con las mejores coberturas por menos de \$ 10.00 al mes

**HOGAR EXPRESS**  
Su patrimonio, con el mejor respaldo

**AIG** Metropolitana  
C.A. DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.

**HOGAR EXPRESS**  
Su patrimonio, con el mejor respaldo

**Coberturas Principales**

**PORTANTE:** Este seguro está diseñado para amparar su residencia (casa o departamento) principal en la ciudad; si requiere un seguro adicional para otro bien por favor comunicarse al 1 800 AIG AIG (244 244). En el momento de tasar el valor asegurado, se debe considerar los costos de reconstrucción o reposición - No el valor de reposición.

**Seguro de Edificio (Estructura)**

Plan	Valor Asegurado	Primo Anual (mensual)	**Primo Mensual Referencial (mensual)
A	\$ 4.700	\$ 120	\$ 10,00
B	\$ 50.000	\$ 150	\$ 12,50
C	\$ 60.000	\$ 175	\$ 14,58
D	\$ 80.000	\$ 225	\$ 18,75
E	\$ 90.000	\$ 250	\$ 20,83
F	\$ 100.000	\$ 275	\$ 22,92
G	\$ 120.000	\$ 325	\$ 27,08
H	\$ 150.000	\$ 385	\$ 32,08

**Seguro de Contenidos (Bienes)**

PLAN	Valor Asegurado Contenido	Valor Asegurado Bole	Primo Anual (mensual)	**Primo Mensual Referencial (mensual)
A	\$ 10.000	\$ 5.000	\$ 117,53	\$ 9,79
B	\$ 15.000	\$ 7.500	\$ 172,07	\$ 14,42
C	\$ 20.000	\$ 10.000	\$ 226,66	\$ 18,89
D	\$ 25.000	\$ 12.500	\$ 276,52	\$ 23,04
E	\$ 30.000	\$ 15.000	\$ 323,10	\$ 27,76
F	\$ 35.000	\$ 17.500	\$ 366,62	\$ 30,55
G	\$ 40.000	\$ 20.000	\$ 408,25	\$ 33,99
H	\$ 50.000	\$ 25.000	\$ 540,38	\$ 45,03

Primo mensual presentado es referencial y puede variar en función del medio y modalidad de pago seleccionado. Aplican montos mínimos para plazos.

evento que usted desee asegurar su propiedad por mayor valor al de los bienes especificados, o bienes especiales como obras de arte y objetos de valor, comuníquese a los teléfonos: Quito: (02) 246 6955 / 292 4426 / Guayaquil: (04) 260 0000

**AIG** Metropolitana



**hogar bienseguro**

ESE LUGAR DONDE LE ENSEÑASTE A TU HIJO QUE EL MUNDO NO TIENE LÍMITES MERECE ESTAR PROTEGIDO

PROTEGE TU HOGAR CON CUOTAS MENSUALES DESDE \$6.94  
\*El costo dependerá el plan elegido.

1-800 EQUINOCCIAL

EQUINOCCIAL TU DEDICATE A VIVIR

**BIENES NO CUBIERTOS**  
Mercadería, joyas, dinero, obras de arte, colecciones, licores, teléfonos celulares, documentos y demás bienes similares, bicicletas, patinetas y demás juegos y/o implementos deportivos o de hobbies siempre y cuando se encuentren en la casa o bodega.

**RESPONSABILIDAD CIVIL**  
Cubre pérdidas materiales y lesiones corporales de terceros en eventos en los que el asegurado y/o su familia sean legalmente responsables, en los predios de la vivienda.

Para efectos de esta póliza, no se considera terceros al cónyuge, parientes del asegurado hasta tercer grado de consanguinidad o afinidad, así como socios, gerentes o empleados subalternos del asegurado.

**DEDUCIBLE**

- Incendio, terremoto, colapso y erupción volcánica: 2% del valor asegurado, mínimo \$ 800.
- Lluvia e inundación: 1% del valor asegurado, mínimo \$ 350.
- Rotura de Vidrios: 10% del valor del siniestro, mínimo \$ 80.
- Otros Eventos: 10% del valor del siniestro, mínimo \$ 175.
- Robo y/o Asalto: 10% del valor del siniestro, mínimo \$ 200.
- Equipo Electrónico: 10% del valor del siniestro, mínimo \$ 200.
- Responsabilidad Civil: sin deducible.

PLANES A SU ELECCIÓN								
	A	B	C	D	E	F	G	H
Propiedad asegurada								
Estructura incendio	25,000	50,000	175,000	100,000	150,000	200,000	250,000	300,000
Remoción de escombros	1,000	1,500	2,000	2,500	3,000	3,500	4,000	4,500
Rotura de vidrios	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Responsabilidad civil	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
<b>COSTOS PRIMA NETA:</b>	<b>71.00</b>	<b>127.18</b>	<b>183.26</b>	<b>239.30</b>	<b>295.40</b>	<b>461.50</b>	<b>572.60</b>	<b>683.70</b>
<b>COSTOS ESTRUCTURA Prima Total:</b>	<b>83.26</b>	<b>148.61</b>	<b>213.95</b>	<b>279.30</b>	<b>408.71</b>	<b>538.12</b>	<b>667.52</b>	<b>796.90</b>

CONTENIDOS								
	A	B	C	D	E	F	G	H
Contenidos incendio	10,000	20,000	25,000	30,000	50,000	80,000	100,000	120,000
Cláusula eléctrica	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
Gastos a consecuencia de siniestros	1,000	1,500	2,000	2,500	3,000	3,500	4,000	4,500
Rotura de vidrios	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Equipo electrónico	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
Accidentes personal doméstico M.A.	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Accidentes personal doméstico G.M.	500	500	500	500	500	500	500	500
ROBO	5,000	10,000	12,500	15,000	20,000	25,000	27,500	30,000
<b>COSTOS CONTENIDOS + ROBO NETO</b>	<b>118.00</b>	<b>208.00</b>	<b>241.00</b>	<b>282.00</b>	<b>388.00</b>	<b>512.00</b>	<b>596.00</b>	<b>683.12</b>
<b>COSTO CONTENIDOS + ROBO TOTAL</b>	<b>138.01</b>	<b>233.52</b>	<b>281.28</b>	<b>329.03</b>	<b>458.17</b>	<b>586.54</b>	<b>683.12</b>	<b>796.90</b>
<b>TOTAL ESTRUCTURA + CONTENIDOS NETOS</b>	<b>185.00</b>	<b>327.18</b>	<b>424.26</b>	<b>521.30</b>	<b>736.40</b>	<b>973.50</b>	<b>1,158.60</b>	<b>1,380.80</b>
<b>TOTA ESTRUCTURA + CONTENIDOS TOTAL</b>	<b>221.27</b>	<b>382.13</b>	<b>495.21</b>	<b>608.33</b>	<b>858.88</b>	<b>1,135.05</b>	<b>1,350.60</b>	<b>1,577.70</b>



15) Seguro Viajes.

**Seguro y Asistencia en Viajes**

Viaje con la mayor seguridad y confianza que sólo le ofrece  
**AIG Travel Guard**

**365 días 24 horas**  
EN TU PROPIO IDIOMA  
Y EN TODO EL MUNDO

**AIG Travel Guard**

**AIG Travel Guard**

COSTOS DEL SEGURO

NÚMERO DE DIAS	PRECIOS USD		
	SILVER	GOLD	PLATINUM
1-5	\$ 20,18	\$ 36,29	\$ 50,96
6-8	\$ 33,71	\$ 55,44	\$ 69,68
9-15	\$ 51,53	\$ 81,72	\$ 102,96
16-22	\$ 61,89	\$ 93,12	\$ 122,72
23-30	\$ 83,45	\$ 116,11	\$ 152,80
31-45	\$ 102,20	\$ 142,21	\$ 185,58
46-60	\$ 120,95	\$ 168,31	\$ 218,28
61-90	\$ 158,45	\$ 220,52	\$ 283,68
91-120	\$ 195,95	\$ 272,71	\$ 349,08
121-150	\$ 233,45	\$ 324,91	\$ 414,48
151-180	\$ 270,94	\$ 377,11	\$ 479,88
181-210	\$ 308,45	\$ 429,31	\$ 545,28
211-240	\$ 345,95	\$ 481,51	\$ 610,68
241-270	\$ 383,45	\$ 533,71	\$ 676,08
271-300	\$ 420,95	\$ 585,91	\$ 741,48
301-330	\$ 458,45	\$ 638,11	\$ 806,88
331-365	\$ 502,20	\$ 690,01	\$ 888,53

**Seguro y Asistencia en Viajes**

**365 días 24 horas**  
EN TU PROPIO IDIOMA  
Y EN TODO EL MUNDO