



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA ASESORA DE SEGUROS EN EL RAMO DE
VIDA Y PREVISIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”**

AUTOR: ASDRÚBAL MAURICIO BAHAMONDE BUENO

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**DIRECTORA: ING. FANNY CEVALLOS
CODIRECTORA: ING. PATRICIA ZURITA**

2007

Certificado de tutoría

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL**

CERTIFICADO

Ingeniera Fanny Cevallos e Ingeniera Patricia Zurita

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “ Proyecto de factibilidad para la creación de una Empresa Asesora de Seguros en el ramo de vida y previsión en la ciudad de Quito”, realizado por el Sr. Asdrúbal Mauricio Bahamonde Bueno, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que en este proyecto se han observado la metodología y técnicas que regulan la actividad académica, recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan al Sr. Asdrúbal Mauricio Bahamonde Bueno que lo entregue a la Ing. Fanny Cevallos, en su calidad de Coordinadora de la Carrera.

Sangolquí, octubre del 2007

ING. FANNY CEVALLOS
DIRECTORA

ING. PATRICIA ZURITA
CODIRECTORA

DEDICATORIA

A Dios quien me regalo la vida y los dones necesarios para llegar a cumplir mis metas, a mis padres quienes me brindaron su comprensión, apoyo constante y aliento para culminar el objetivo que me propuse a lo largo de mi vida profesional y personal, a mi hermana quien siempre me brindó su apoyo

A Karlita quien con su amor incondicional me ha regalado los mejores momentos de mi vida.

Asdrúbal Mauricio Bahamonde Bueno

Sangolquí, octubre del 2007

AGRADECIMIENTO

Al finalizar mi etapa estudiantil quiero exteriorizar mi profundo agradecimiento a Dios por quien todo es posible, a mi familia quienes siempre estuvieron a mi lado apoyándome, a la Ing. Fanny Cevallos e Ing. Patricia Zurita que con capacidad, responsabilidad y calidad humana, ejercieron la dirección y codirección respectivamente hasta la culminación exitosa del presente estudio

El autor

Sangolquí, octubre del 2007

Declaración de Responsabilidad

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Asdrúbal Mauricio Bahamonde Bueno

DECLARO QUE:

El proyecto de grado titulado: Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa Asesora de Seguros en el ramo de vida y previsión en la ciudad de Quito, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, octubre del 2007

Asdrúbal Mauricio Bahamonde Bueno

Autorización de la publicación

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, Asdrúbal Mauricio Bahamonde Bueno

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo titulado "Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa Asesora de Seguros en el ramo de vida y previsión en la ciudad de Quito, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, octubre del 2007

Asdrúbal Mauricio Bahamonde Bueno

ÍNDICE

		No. PÁGINA
CAPÍTULO 1: GENERALIDADES		
1	Antecedentes	1
1.1	Problema general	2
1.2	Causas y consecuencias	3
1.3	Importancia y justificación	4
1.4	Definición del proyecto	7
1.5	Objetivos	8
1.5.1	Objetivo general	8
1.5.2	Objetivos específicos	8
1.6	Descripción del sector actual de seguros	9
1.6.1	Aspectos jurídicos básicos del contrato de seguro	9
1.6.1.1	El contrato	10
1.6.1.2	La nulidad	10
1.6.1.3	El contrato de seguro	11
1.6.1.4	Principios básicos del contrato de seguros	13
1.6.1.5	Sujetos que intervienen en el contrato de seguros	14
1.6.2	El Reaseguro: Breve información	15
1.6.2.1	Funciones del reaseguro	16
1.6.3	Breve análisis de las normas para el ejercicio de las actividades de los asesores, productores de seguros	17
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO		
2.1	Mercado del proyecto	20
2.1.1	Objetivos de la investigación del mercado	21
2.1.2	Estructura de mercado	22

2.1.3	Identificación del producto o servicio	23
2.1.3.1	Características del servicio	23
2.1.3.2	Productos	24
2.1.3.3	Beneficios	25
2.1.3.4	Clasificación por su uso y efecto	26
2.1.4	Etapas del estudio del mercado	26
2.1.4.1	Análisis histórico	26
2.1.4.2	Análisis de la situación actual	26
2.1.4.3	Análisis de la situación futura	27
2.1.4.4	El universo de estudio	27
2.1.5	Diseño de la investigación y fuentes de datos	28
2.1.5.1	Fuentes de datos	28
2.1.5.2	Procedimientos de recolección de datos	29
2.1.5.3	Segmentación del mercado	29
2.1.6	Encuesta piloto	30
2.1.7	Determinación de la muestra	31
2.1.8	Procesamiento de datos	33
2.1.8.1	Análisis e interpretación de los datos	33
2.1.8.2	Tabulación de resultados de las encuestas	33
2.2	Análisis de la demanda	41
2.2.1	Factores que afectan a la demanda	42
2.2.1.1	Tamaño y crecimiento de la población	42
2.2.1.2	Hábitos de consumo	43
2.2.1.3	Niveles de Ingreso y Precios	43
2.2.2	Demanda actual del servicio de seguros de vida y previsión	44
2.2.3	Proyección de la demanda	44
2.3	La Oferta	45
2.3.1	Oferta actual del servicio de seguros de vida y previsión	46

2.3.2	Proyección de la oferta	47
2.3.3	Cálculo de la demanda insatisfecha	48
2.4	Estrategias de comercialización	50
2.4.1	La mezcla de marketing	50
2.4.1.1	Producto	50
2.4.1.2	Precio	51
2.4.1.3	Promoción	53
2.4.1.4	Distribución	55

CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO

3.1	Tamaño del proyecto	57
3.2	Localización	58
3.3	Distribución de las instalaciones	60
3.4	Proceso de ventas	61
3.5	La Empresa y su organización	63
3.5.1.	La Empresa	63
3.5.1.1	Titularidad de la propiedad de la empresa	63
3.6	Base filosófica de la empresa	69
3.6.1	Visión	70
3.6.2	Misión	70
3.7	Objetivos y estrategias empresariales	70
3.8	Principios y valores	76
3.9	La organización	78
3.9.1	Organigrama	80
3.9.2	Funciones y evaluación del desempeño	82

CAPÍTULO 4: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

4.1	Inversiones	85
4.1.1	Inversiones en activos tangibles	86
4.1.1.1	Oficina	86

4.1.1.2	Muebles y enseres	86
4.1.1.3	Equipos de oficina	87
4.1.1.4	Equipos de Computación	88
4.1.2	Inversiones en Activos Intangibles	88
4.1.3	Capital de trabajo	89
4.2	Financiamiento	90
4.2.1	Generalidades	90
4.2.2	Cuadro de Fuentes y Usos	91
4.3	Amortización	92

CAPÍTULO 5: ESTUDIO ECONÓMICO

5.1	Costos de producción	95
5.1.1	Mano de obra directa	95
5.1.2	Seguros	96
5.1.3	Mantenimiento y reparación	97
5.1.4	Depreciaciones y amortizaciones	98
5.1.4.1	Depreciaciones	99
5.1.4.2	Amortizaciones	100
5.2	Gastos de Administración	100
5.3	Gastos de Venta	101
5.4	Gastos Generales	103
5.5	Gastos Financieros	103
5.6	Costos del servicio	105
5.6.1	Costo unitario del servicio	106
5.7	Ingresos del servicio	107

CAPÍTULO 6: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

6.1	Balance General o Estado de Situación Inicial	110
6.2	Estado de Resultados	112
6.3	Flujo de Caja	113

6.4	Valor presente neto	115
6.5	Tasa interna de rendimiento	117
6.6	Período de recuperación de la inversión	120
6.7	Punto de equilibrio	122
6.8	Análisis de índices financieros	125
6.8.1	Rentabilidad sobre la inversión total	125
6.8.2	Rentabilidad sobre las ventas	126
6.8.3	Rentabilidad sobre el capital propio	126
6.8.4	Índice de cobertura	126
6.8.5	Índice de solidez	126
6.8.6	Apalancamiento	127

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1	Conclusiones	129
7.2	Recomendaciones	130

ANEXOS

No. 1	Servicios que ofrecen las compañías de seguros	132
No. 2	Parroquias de Quito.- Proyección de la población de la administración zonal Eugenio Espejo por quinquenios según parroquias	144
No. 3	Encuestas	146
No. 4	Distribución de la oficina de seguros	149
No. 5	Demanda potencial insatisfecha	151
	BIBIOGRAFÍA	152

LISTADO DE CUADROS

Cuadro No. 2.1	Segmentación del mercado	30
Cuadro No. 2.2	Resultados pregunta dicotómica	31
Cuadro No. 2.3	Demanda potencial	45
Cuadro No. 2.4	Proyección de la oferta del seguro de vida y previsión	48
Cuadro No. 2.5	Demanda insatisfecha	49
Cuadro No. 3.1	Tamaño del proyecto	58
Cuadro No. 3.2	Determinación de la localización óptima	60
Cuadro No. 3.3	Distribución de las áreas de la empresa por m ²	60
Cuadro No. 3.4	Análisis FODA	73
Cuadro No. 4.1	Inversiones en dólares	85
Cuadro No. 4.2	Valor de la oficina	86
Cuadro No. 4.3	Inversión en muebles y enseres	87
Cuadro No. 4.4	Inversión en equipos de oficina	87
Cuadro No. 4.5	Inversión en equipos de computación	88
Cuadro No. 4.6	Inversión en Activos Intangibles	89
Cuadro No. 4.7	Capital de Trabajo necesario	90
Cuadro No. 4.8	Cuadro de Fuentes y Usos de Capital	92
Cuadro No. 4.9	Tabla de amortización	93
Cuadro No. 5.1	Mano de obra Directa	96
Cuadro No. 5.2	Costo de seguro de los activos tangibles de la empresa en proyecto y Costo de seguro acumulado de los activos tangibles	97
Cuadro No. 5.3	Mantenimiento y reparación de los activos tangibles de la empresa en estudio	98

Cuadro No. 5.3.1	Mantenimiento y reparación acumulada de los activos tangibles de la empresa en estudio	98
Cuadro No. 5.4	Depreciación de los activos tangibles de la empresa en estudio	99
Cuadro No. 5.4.1	Depreciación acumulada para el tiempo de evaluación del proyecto	100
Cuadro No. 5.5	Amortización de los activos intangibles a 5 años diferibles	100
Cuadro No. 5.6	Gastos de administración del proyecto en estudio	101
Cuadro No. 5.7	Gastos de ventas del proyecto en estudio	102
Cuadro No. 5.8	Gastos Generales del proyecto en estudio	103
Cuadro No. 5.9	Gastos Financieros para el proyecto en estudio	104
Cuadro No. 5.10	Costo del servicio ofrecido por la empresa asesora en seguros de vida y previsión	105
Cuadro No. 5.10.1	Costos unitarios del servicio ofrecido por la empresa asesora en seguros de vida y previsión	106
Cuadro No. 5.11	Ingresos del proyecto	107
Cuadro No. 5.11.1	Distribución de ingresos anuales	107
Cuadro No. 6.1	Estado de Situación Inicial	111
Cuadro No. 6.2	Estado de resultados proyectado del proyecto	112
Cuadro No. 6.3	Flujo de fondos del proyecto proyectado a 10 años	114
Cuadro No. 6.3.1	Flujo de fondos del inversionista; proyectado a 10 años	114
Cuadro No. 6.4	Valor actual neto del proyecto en estudio	116
	Valor actual neto del inversionista	117

Cuadro No. 6.5	Flujos actualizados a una tasa de retorno menor y otra mayor del proyecto estudiado y Flujos actualizados a una tasa de retorno menor y otra mayor del inversionista	119
Cuadro No. 6.6.	Periodo de recuperación de la inversión del proyecto y del inversionista	121
Cuadro No. 6.7	Punto de equilibrio proyectado, en el que costos e ingresos son iguales en el proyecto estudiado	124

LISTADO DE FIGURAS

Figura No. 3.1	Proceso de comercialización de la empresa asesora productora de seguros de vida y previsión.	62
Figura No. 3.2	Organigrama de la empresa asesora productora de seguros de vida y previsión	80
Figura No. 5.1	Estructuración del análisis económico	95

RESÚMEN

El presente trabajo de tesis establece la elaboración de un **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa asesora de seguros en el ramo de vida y previsión en la ciudad de Quito”**

El **Objetivo General** consiste en el desarrollo del proyecto en estudio, ofreciendo a la ciudad de Quito una opción de asesoramiento y administración de seguros, que se adapte a las necesidades individuales de los clientes, caracterizándose por un servicio personalizado y profesional, analizando financiera, económica y socialmente su rentabilidad.

La **Idea a defender** plantea que: los servicios técnica y profesionalmente prestados por la empresa asesora productora de seguros en el ramo de vida y previsión repercutirán de manera positiva a los accionistas y a la comunidad en la que se desarrollará.

Pasos seguidos para el estudio del proyecto:

Los seguros de vida y previsión son bienes necesarios que ofrecen seguridad y confianza a sus benefactores, la comunidad en general, cada vez más, toma conciencia de estos beneficios motivo por el cual se ha convertido en un bien en constante crecimiento.

El **capítulo I** indica las generalidades del funcionamiento de los seguros en el Ecuador.

En el **capítulo II** se efectuó el **estudio de mercado**, se analizó la demanda al nivel socio económico medio y medio alto en la zona metropolitana Eugenio Espejo conformada por varias parroquias y ubicada al norte de la ciudad de Quito, para el estudio de la oferta se analizaron datos de la superintendencia de bancos y seguros, se encontró que existe una **demanda insatisfecha**, además, se propuso una mezcla adecuada de producto, precio, publicidad y distribución que permita la optimización en el funcionamiento empresarial.

En el **capítulo III** se efectuó el **estudio técnico** en el cual se determinó en función de la capacidad operativa de la empresa el **tamaño del proyecto**. Se prevé la adquisición de una oficina distribuida en diferentes áreas funcionales, se ha determinando su **localización** que brinda condiciones suficientes para las operaciones del personal que se debe desenvolver de manera óptima en la que la gerencia iniciará la promoción para el desarrollo de una cultura **organizacional** que incentive a sus miembros a actuar con valores que permitan mantener fidelidad del cliente interno y externo y por ende estimule el funcionamiento adecuado de la empresa asesora productora en seguros.

En el **capítulo IV** se determinó la **inversión y financiamiento** necesarios para la puesta en marcha del proyecto, evaluando la inversión en activos fijos, activos diferibles y capital de trabajo necesario para la correcta operatividad de la empresa; en el desarrollo de una tabla de fuentes y usos de los recursos se determinó el aporte propio, así como, el correspondiente valor financiado a un período determinado, se hizo el correspondiente análisis de la amortización y de los gastos financieros.

En el **capítulo V** se efectuó el **estudio económico** proyectado a diez años determinando los costos e ingresos de la empresa asesora productora de seguros.

En el **capítulo VI** se efectúa la evaluación económica y financiera en la que una vez determinado el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja se procedió con la evaluación y análisis del **valor actual neto** (VAN), la **tasa interna de retorno** (TIR) y El período de recuperación de la inversión (PRI), estos cálculos se efectuaron tanto, para el inversionista, así como, para el proyecto total.

Para el análisis de los índices financieros, se determinaron entre otros, la rentabilidad sobre la inversión, sobre las ventas y el capital propio, índice de cobertura, índice de solidez.

El **capítulo VII** determina las conclusiones que determinan que **el proyecto es factible** y su **puesta en marcha** se debe concretar de manera oportuna para obtener la rentabilidad y beneficios previstos para el inversionista y la comunidad en general, también, se hacen las recomendaciones necesarias para conseguir la eficiencia y eficacia empresarial.

SUMMARY

The present thesis work establishes the elaboration of a "Project of feasibility for the creation of an advisory company of insurances in the branch of prevision and life in Quito city"

The general mission consists in the development of the project in study, offering to Quito city an option of advising and administration of insurances, that adapts to the individual necessities of the clients, characterizing itself by a customized and professional service, analyzing financier, economically and socially its profit.

The Idea to defend raises that: technical and professionally served by the company will benefit of positive way to the shareholders and the community in which it will be developed.

Steps followed for the study of the project:

The insurances of life and forecast are necessary goods that they offer security and confidence to his benefactors, the community in general, more and more, becomes aware from these benefits, reason by which it has become a good in constant growth.

The **Chapter I** indicates the generalities of the operation of the insurances in the Equator.

In **chapter II** the market study took place, I analyze the demand at the mean and high economic level in the metropolitan zone Eugenio Espejo conformed by several parishes and located to the north of Quito city; for

the study of the supply analyzed data of the “Superintendencia de Bancos y seguros”, was that exists an unsatisfied demand, in addition, seted out an suitable mixture of product, price, publicity and distribution that the optimization in the enterprise operation allows.

In **chapter III** It takes place the technical study in which I determine based on the operational capacity of the company the size of the project. It had anticipated the acquisition of an office distributed in different functional areas; its location is being determined by sufficient conditions for the operations of the personnel who is due to develop of optimal way in which the management will initiate the promotion for the development of a organizacional culture that it stimulates to its members to act with values that allow to maintain fidelity of the internal and external client and therefore it stimulates the suitable operation of the company.

In **chapter IV** I determine the necessary investment and financing for the beginning of the project, evaluating the investment in fixed assets, deferable assets and capital of work necessary for the correct operativity of the company; in the development of a table of sources and uses of the resources the own contribution was determined, as well as, the corresponding financed value to a determined period, became the corresponding analysis of the amortization and the financial expenses.

In **chapter V** It takes place the economic study projected to ten years determining the costs and income of the company.

In the **chapter VI** it takes place the economic and financial evaluation in which once determined the general balance, the earnings statement and the cash flow came with the evaluation and analysis from the net present

value (VAN), the internal rate of return (TIR) and the period of recovery of the investment (PRI), these conducted calculations so much, for the investor, as well as, for the total project.

For the analysis of the **financial indices**, they were determined among others, the yield on the investment, on the sales and on the capital, index of cover, index of solidity.

Chapter VII defines the conclusions that determine that the project is feasible and its beginning is due to make specific of opportune way to obtain the yield and benefits anticipated for the investor and the community in general, also, the recommendations necessary become to obtain to the efficiency and enterprise effectiveness.

BIBLIOGRAFÍA

BREALEY, Richards, MYERS Stewart, Principios de Finanzas Corporativas, Editorial Mac Graw Hill, Madrid 1993.

HILL, Charles W.L., Administración Estratégica. Un Enfoque Integrado, Editorial Mc. Graw Hill, Tercera Edición, Colombia 1997.

KAFURI, Mario, Presupuestos y Gerencia Financiera, Universidad Externado de Colombia, Bogotá 1994.

KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, Elementos de Administración, Editorial Mc. Graw-Hill, México 1991.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, Fundamentos de Mercadotecnia, Editorial Prentice may, México 1991.

Ley General de Seguros

Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

BUENO, René, Compilación de Seguros

MENDEZ A. Carlos E , Metodología, Editorial Kimpres Ltda., Bogotá- Colombia, Edición 1997

OGLIASTI URIBE, Enrique, Manual de Planeación estratégica, Teoría, aplicaciones y casos. Ediciones Uniandes, Tercer Mundo Editores, Colombia 1992.

ORTIZ ANAYA, Héctor, Análisis Financiero Aplicado, Universidad Externado de Colombia, octava edición, Bogotá 1995

SAPAG NASSIR, Chain, Preparación y evaluación de proyectos, Editorial McGraw-Hill, Cuarta Edición, Chile.

SCOTT, Cynthia D, JAFFE Dennis T, TOBE Glenn R., Visión, valores y misión organizacionales, Grupo Editorial Ibero América, México 1997.

FUNDACIÓN COOPSEGUROS DEL ECUADOR, Seminario “Programa de Capacitación Interna”, Quito, 1998.

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, INTENDENCIA NACIONAL DE SEGUROS, Normas para el ejercicio de las actividades de los Asesores Productores de Seguros, Intermediarios de Reaseguros y Peritos de Seguros, Ecuador 2000.

MICIP, BANCO MUNDIAL, Programa jóvenes empresarios, competir y triunfar, Proyecto de Comercio Exterior e Integración, MICIP, BIRF 4346-EC.

COSTALES, Bolívar, Diseño, elaboración y evaluación de proyectos, Segunda Edición.

BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de proyectos, Editorial McGraw-Hill 2000, Cuarta Edición.

KINNEART, TAYLOR, Investigación de Mercados.

NICOLAS, José Jany, Investigación integral de mercados, segunda edición, Editorial McGraw-Hill.

MUNICH Angeles, Métodos y técnicas de investigación.

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, Guía para la formulación y evaluación de proyectos.

PETER, Paúl y DONNELLY James, Administración del Marketing, tercera edición, 1996

OIT (Organización Internacional del Trabajo), La Consultoría de Empresas, dirigida por Milan Kubr, 1994, Segunda Edición.

OIT (Organización Internacional del Trabajo), Cómo Interpretar un Balance, Segunda Edición, México 1992. Editorial Limusa S.A.

ROSS, WESTERFIELD, JORDÁN, Fundamentos de Finanzas Corporativas, Editorial Mc. Graw Hill, Quinta Edición, 2000.

CASTELO MATAN, Diccionario Mapfre de Seguros, Editorial Mapfre S.A. España 1988

HODGE, B.J., ANTHONY, W.P., GALES, L.M., Teoría de la Organización, Un Enfoque Estratégico, Prentice Hall, Edición No. 5, año 1996.

ORTIZ GÓMEZ, Alberto; Gerencia Financiera Un Enfoque Estratégico, Editorial McGraw-Hill, Bogotá 1994.

Resolución No. JB-2005-184, Normas para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros.

ARELLANO ESCOBAR E., 14 lecciones sobre valores, Auspiciada por la Embajada Británica Quito y la Fundación Esquel, Editorial AH, Segunda edición, año 2001.

- http://www.superban.gov.ec/sac/jsp/sac_inter_detalleoficinas_rep.jsp.
- <http://www.multimedios106.com/home/contenidos>, 2007 06 13, sección inversión productiva.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ASESORA DE SEGUROS EN EL RAMO DE VIDA Y PREVISIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO”

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES

1. ANTECEDENTES

El tema de estudio para la presente investigación, se refiere a la creación de una empresa asesora de seguros en el ramo de vida y previsión en la ciudad de Quito.

En nuestro país se requiere dar un impulso a las empresas asesoras de seguros, ya que es una actividad muy poco aprovechada, lo que redundará en un directo beneficio de la sociedad ecuatoriana, con un componente importante de labor social, ya que a través de estos seguros se protegerá a todas aquellas personas que contraten los seguros que se ofrecerán y a sus beneficiarios. A parte de lo indicado, el beneficio se amplía, pues se crearán plazas de trabajo al momento en que se concrete este proyecto.

Una Empresa Asesora Productora de seguros, es una empresa de servicios que realiza la intermediación de seguros para cada riesgo y situación particular para lo cual acude a las diferentes Aseguradoras existentes en el mercado con el objeto de conocer los diferentes tipos de seguros que ellas ofrecen y de esta forma tener la posibilidad de dirigirse el mercado potencial y establecer la relación de asesor o intermediario del servicio. Las posibilidades para ofrecer este servicio son muy amplias puede ser a personas naturales, empresas privadas, públicas, gremios, profesionales, etc.

En este caso particular la Empresa Asesora se especializará en la rama de vida y previsión, ofrecerá los siguientes productos:

- Seguros de vida
- Plan de Jubilación
- Plan de Estudios

De acuerdo a la ley de Régimen Tributario, la contratación de seguros se registra como gasto, por lo que la contratación de un seguro para sus empleados genera un escudo fiscal.

El incremento en el riesgo y la siniestralidad que existe en nuestro país; tanto por el incremento de la delincuencia cuanto por las diferentes condiciones sociales, macroeconómicas y ambientales que pueden provocar eventos inesperados en la población ecuatoriana, hacen posible vislumbrar en el corto plazo, un mercado potencial cautivo tanto en las ciudades principales, cuanto en el resto, para los seguros de vida y previsión.

1.1 Problema General

A pesar que los seguros se iniciaron hace miles de años conjuntamente con las aventuras marinas de los griegos, en el Ecuador se conoce muy poco acerca de este servicio en el cual se transfiere el riesgo de un eventual siniestro a una empresa en capacidad de asumirlos.

La principal razón de la creación de la empresa asesora de seguros es contar con una empresa en el mercado quien asesore sobre la importancia de contratar una póliza de seguro de vida que cubra la eventualidad de un siniestro, con lo cual se minimiza el riesgo y las consecuencias económicas para los dependientes del contratante, así como sobre la importancia de tener un plan de jubilación y un plan de estudios para los hijos, lo que contribuirá a una mayor tranquilidad por parte del cliente.

1.2 Causas y consecuencias

Debido a que el mercado de seguros de Quito, todavía es un mercado en crecimiento donde existe la posibilidad de encontrar nuevos clientes, hemos visto la necesidad de crear esta empresa asesora de seguros en la ciudad de Quito, la cual se dedicará exclusivamente a planes de jubilación, planes de Estudios y Fondos de ahorros.

De conformidad con la investigación realizada, “existen 182 broker en el ámbito nacional (competencia directa) y 27 compañías de seguros”¹ (potenciales aliados) de las cuales únicamente con 15 aproximadamente se planea tener una relación comercial.

Existe una gran competencia en la industria en la que se quiere incursionar; sin embargo, se cree que al ofrecer productos y servicios especializados, diferenciados e innovadores se logrará una amplia cartera de clientes y al mismo tiempo se colaborará con la industria, impulsando la formación de una cultura de seguros.

1.3 Importancia y justificación

El presente trabajo se constituirá en semilla de desarrollo para el área de seguros, así como en materia de consulta, sirviendo de guía para futuros emprendimientos transformadores de la economía local, regional y nacional.

El objetivo principal del proyecto con la creación de esta empresa, es brindar el mejor asesoramiento a los clientes, a fin de que contraten los seguros de vida y previsión que les protegerá en el futuro y les garantizará su total tranquilidad, como también la de sus familias.

Como un servicio adicional y complementario se asesorará sobre planes de seguro de muerte natural y accidental, invalidez total, permanente y desmembración a un costo mensual realmente bajo.

Es importante establecer la conformación del mercado de seguros dentro de la economía de nuestro país, así como conocer el ámbito jurídico, estructural y funcional en el que se desenvuelven y realizan sus actividades, las entidades que lo conforman.

Un análisis del mercado de seguros interesa, no sólo a las entidades aseguradoras y a los propios asegurados, sino también a toda la sociedad en general, sobre todo por su implicación en la evolución de la economía como negocio en potencia. Para las familias significa un ahorro a largo plazo y un posible gasto futuro (debido al componente psicológico de mayor capacidad de poder adquisitivo). Para las empresas supone una

¹ www.superban.gov.ec/sac/jsp/sac_inter_detalleoficinas_rep.jsp

mejora de la cuota de mercado y para las autoridades decisorias de la trayectoria de la economía en general el componente de ahorro del seguro es un elemento que genera riqueza con la que se financian inversiones y se consigue mayor volumen de movimiento de capitales capaces, en definitiva, de cambiar los signos de la balanza de pagos de cualquier país.

La actividad aseguradora se puede valorar desde la perspectiva de la oferta y/o de la demanda (ambas fuerzas integrantes del mercado):

- La oferta está vinculada a la empresa aseguradora que ha de hacer frente a retos importantes relacionados con su actividad, en la que se entrelazan aspectos laborales, comerciales y técnicos. La prestación del servicio se fundamenta en la valoración de unos riesgos de posible acaecimiento e indemnización y se materializa en un contrato y en la estipulación de unas condiciones. Establecer la prima (precio de la valoración del riesgo) es imprescindible.

- La demanda está integrada por los consumidores o clientes de seguros (tomadores, asegurados o beneficiarios) que necesitan cubrir un riesgo y, para ello, están dispuestos al pago de la prima correspondiente.

Al igual que en otros sectores, el asegurador ha comenzado a responder a las nuevas exigencias de la demanda, ajustando sus productos a los riesgos y necesidades reales que se van planteando a sus asegurados actuales y potenciales. El cambio incluye una transformación de las estructuras internas que busca un acercamiento al cliente a través de una mejora del servicio y de la calidad.

La calidad del servicio y la buena imagen de la entidad aseguradora serán factores determinantes en las motivaciones del cliente para elegir su compañía aseguradora y los productos más idóneos, siendo el factor de diferenciación, por excelencia, la calidad del servicio, pues la novedad de un producto puede ser, en ocasiones, un factor con un

impacto reducido. Una de las preferencias de los clientes se manifiesta en la exigencia de más calidad de servicio, productos innovadores de acuerdo con sus necesidades, coberturas bien definidas, una mayor simplificación en las cláusulas contractuales y rapidez en la respuesta.

El seguro satisface la “necesidad” humana de seguridad, destacando, además, que representa una inversión financiera. Una de las razones que llevan al decisor a la suscripción de la póliza es que, en caso de que se produzca el siniestro, reciba como contraprestación, a cambio del pago de una cantidad cierta (la prima), la cobertura de las consecuencias desfavorables de aquél.

El análisis del comportamiento de las personas es siempre una tarea importante, pero, a la vez, extremadamente difícil. La importancia de este análisis viene dada por la necesidad que tienen los agentes decisores de conocer el marco en el que van a desarrollar su actividad.

La cultura en seguros de la población quiteña es muy pobre y que la única manera de cambiar esta realidad es educando.

Básicamente estas razones me han motivado para realizar una “Propuesta para la creación de la Empresa Asesora de seguros en el ramo de vida y previsión” la cual está enfocado al seguro masivo tanto personal como patrimonial y simultáneamente administrar de tal forma que el broker financieramente sea atractivo para cualquier inversionista.

La realización de este estudio se justifica a través de la necesidad de incrementar plazas de empleo en la economía, contribuyendo de esta manera a reducir la emigración de mano de obra, la misma que tiene un impacto negativo en la sociedad ecuatoriana por la desintegración familiar. Para ello, se desarrollará una alternativa de negocio económicamente viable y atractiva desde el punto de vista del mercado a través de la satisfacción de una necesidad de servicios con esquemas de contratación formales que garanticen el cumplimiento y la calidad de los seguros ofertados.

La ejecución de este plan de negocios representa una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de administración.

El presente proyecto se basa en el análisis de las viabilidades financiera, legal y de mercado para el desarrollo de una empresa asesora de seguros en el ramo de vida y previsión en la ciudad de Quito.

1.4 Definición del proyecto

Se tiene en mente un negocio que genere ingresos económicos para beneficio personal y familiar, a la vez que se crearán nuevas plazas de empleo.

Este tipo de negocio en particular requiere contar con recurso humano seleccionado en base a sus antecedentes de honradez, dedicación al cumplimiento exacto de sus obligaciones, facilidad de palabra, trato amable y cortés con los posibles clientes. Todos estos atributos de los empleados constituyen la carta de presentación del negocio porque serán quienes visiten las familias y empresas para ofertar nuestros servicios.

Al inicio tendremos una competencia directa de las compañías legalmente posicionadas en el mercado de la ciudad de Quito en los ramos de vida y previsión.

La propuesta va encaminada hacia el nicho de mercado que no está atendido por estas empresas en zonas de Quito donde residen personas que pertenecen al sector económico medio y alto y que desean tener una vejez sin problemas económicos o padres de familia que desean asegurar el futuro de sus hijos.

1.5 Objetivos

1.5. 1 Objetivo General

Realizar un análisis de factibilidad de mercado, técnico, de organización y económico-financiero para la creación de una empresa asesora productora de seguros en la ciudad de Quito, que ofrezca al mercado potencial una opción de asesoramiento y administración de seguros, que se adapte a las necesidades individuales de los clientes, caracterizándose por un servicio personalizado y profesional.

1.5.2 Objetivos específicos

- Desarrollar un estudio de mercado que permita establecer la existencia de una demanda insatisfecha en el ramo de seguros de vida, de jubilación y educación, en la ciudad de Quito.
- Determinar que la cultura de seguros de la población ecuatoriana, y específicamente quiteña no está desarrollada y en base a esto existe un campo de crecimiento para una asesora de seguros.
- Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño óptimo del proyecto y su localización
- Analizar el entorno legal en el que se crearía la empresa asesora de seguros y comprobar que todos los requisitos necesarios son totalmente realizables.
- Demostrar que financieramente es un proyecto rentable para cualquier eventual futuro inversionista que se encuentre interesado en invertir su dinero en nuestro negocio.

1.6 Descripción del sector actual de seguros

Una Agencia Asesora Productora de Seguros es una empresa de servicios, que se dedica a la intermediación de seguros para cada riesgo y situación particular; para lo cual acude a las diferentes Aseguradoras existentes en el mercado ecuatoriano con el objeto de conocer los diferentes tipos de seguros que ellas ofrecen y de esta forma tener la posibilidad de dirigirse al mercado potencial y establecer la relación de asesor o intermediario del servicio. Las posibilidades para ofrecer este servicio son muy amplias, desde personas naturales, empresas privadas, públicas, gremios, profesionales, etc. El sector actual de seguros en nuestro país ofrece una gama de servicios (Anexo No. 1)

1.6.1 Aspectos jurídicos básicos del contrato de seguro

El contrato de seguro, como todo contrato, tiene una base legal muy importante:

1.6.1.1 El contrato²

Contrato o convención, es un acto por el cual una persona se obliga con otra a dar, hacer o no hacer alguna cosa. Cada parte puede ser una o muchas personas. Para que una persona se obligue a otra en un acto o declaración de voluntad, debe cumplir varios requisitos:

Que sea legalmente capaz: La capacidad es la aptitud legal que tiene una persona para obligarse por sí misma, y sin el ministerio o la autorización de otra.

Que consienta en dicho acto o declaración y, su consentimiento no adolezca de vicio. Son vicios de consentimiento: el error, la fuerza y el dolo.

Que recaiga sobre un objeto lícito, y ;

Que tenga una causa lícita.

1.6.1.2 La nulidad

Es nulo todo acto o contrato en que falta alguno de los requisitos que la ley prescribe indispensables.

La nulidad puede ser absoluta o relativa.

Nulidad absoluta: Aquella producida por un objeto o causa ilícita y la producida por la omisión de algún requisito o formalidad que las leyes prescriben para el valor de ciertos actos o contratos en consideración a la naturaleza de ellos, y no a la calidad o estado de las personas que los ejecutan o acuerdan son nulidades absolutas. De igual forma hay nulidad absoluta en los actos y contratos de personas absolutamente incapaces.³

Nulidad relativa: Se refiere a cualquier otra especie de vicio.

² Cfr. FUNDACIÓN COOPSEGUROS DEL ECUADOR, Seminario "Programa de Capacitación Interna". Quito 1998.

³ Cfr. FUNDACIÓN COOPSEGUROS DE ECUADOR, Seminario "Programa de Capacitación Interna", Quito, 1998

La nulidad absoluta, puede y debe ser declarada por el juez, aún sin petición de parte; puede alegarse por todo el que tenga interés en ello, excepto el que ha ejecutado el acto o celebrado el contrato, sabiendo o debiendo saber el vicio que lo invalidaba. La nulidad absoluta no puede sanearse por la ratificación de las partes, ni por el transcurso del tiempo.

La nulidad relativa, no puede ser declarada por el juez, sino a petición de parte.

1.6.1.3 El contrato de seguro⁴

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 daño producido por un acontecimiento incierto; o a pagar un capital o una renta, si ocurre una eventualidad prevista en el contrato.

Son características mandataria de un contrato de seguro, las siguientes:

Bilateral: Asegurador y solicitante se obligan recíprocamente. El solicitante o asegurado, se obliga al pago de la prima y el asegurador se obliga a indemnizar en el evento de que ocurra el siniestro.

Solemne o formal: Es solemne o formal, por cuanto el Contrato de Seguro para su validez debe cumplir con ciertos requisitos formales, tales como: se requiere de un documento privado expedido por duplicado, llamado póliza, en donde deben constar los elementos esenciales de un contrato de seguro que señala el Art. 2 del Decreto 1147 y los requisitos contemplados por el Art. 25 de la Ley General de Seguros. La póliza debe redactarse en castellano y ser firmada por los contratantes.

Oneroso: Es oneroso por cuanto el contrato tiene por objeto la utilidad de ambos contratantes gravándose cada uno en beneficio del otro.

Aleatorio: Contingencia incierta de ganancia o pérdida; si no ocurre el siniestro el asegurador gana la prima, pero si ocurre el siniestro debe pagar la indemnización.

⁴ Cfr. FUNDACIÓN COOPSEGUROS DE ECUADOR, Seminario "Programa de Capacitación Interna", Quito, 1998

Principal: El contrato es principal porque subsiste por sí mismo sin necesidad de otro contrato o convención. Sin embargo, en las fianzas de seguros, la póliza de fianzas es accesoria, ya que subsiste accesoriamente a la obligación principal que la garantiza.

Ejecución sucesiva: Se los denomina también contratos de tracto sucesivo; porque las obligaciones de las partes se cumplen de manera continuada en el tiempo, desde el perfeccionamiento del contrato hasta su terminación por cualquier causa. Es decir, se renuevan cada año.

Indemnizatorio: El objeto del Contrato de Seguro es reparar, resarcir, remediar, volver a dejar todo como antes de que ocurra la pérdida. Por ello, los seguros de daños son contratos de simple indemnización, y en ningún caso pueden constituir para el asegurado fuente de enriquecimiento, porque de ser así, se estaría desnaturalizando la finalidad primordial del seguro.

Personal: Se lo denomina también de “intuito personae”, esto quiere decir que se lo celebra en consideración a la persona del asegurado.

De Adhesión: Es de adhesión por cuanto una de las partes establece las condiciones del Contrato y las impone al otro sujeto que las acepta como se las ofrece; y deja de celebrarlo si no le satisface las condiciones preestablecidas. Se genera así, un acto producto de una sola voluntad de la parte fuerte que se impone a la débil.

De Buena Fe: La buena fe del Contrato de Seguro significa atribuir a sus cláusulas, no solo lo que está explícito, sino también lo que está implícito en ellas; es decir, atribuir lo que es su intención o espíritu, más que su letra. El asegurado actúa de buena fe, por ejemplo, cuando declara el estado de riesgo sin distorsionar la verdad ni ocultarla; y por su parte, el asegurador, debe informar al asegurado de las coberturas, haciendo destacar con claridad las exclusiones. Es decir: la buena fe es actuar con honestidad y sin reticencia o engaño.

1.6.1.4 Principios básicos del contrato de seguros⁵

Los principios básicos y universales son: interés asegurable, buena fe, indemnización, dispersión y subrogación.

⁵ Cfr. FUNDACIÓN COOPSEGUROS DEL ECUADOR, Seminario “Programa de Capacitación Interna” Quito 1998.

Interés Asegurable: Tiene interés asegurable el que pretende en todo momento, conservar el objeto asegurable en buenas condiciones. El interés asegurable debe existir desde el instante en que el asegurador asume el riesgo, y su desaparición extingue o cancela el seguro. El interés asegurable es un vínculo que existe entre una persona y el objeto asegurado, como el del propietario por ejemplo, este vínculo debe denotar la existencia de un deseo sincero de querer conservar su vida o sus bienes en perfecto estado, interés que por supuesto no lo tiene cualquier persona. Tienen interés asegurable entre otros: el propietario, el socio, el acreedor prendario e hipotecario, etc.

Dispersión: Dispersar, diseminar o atomizar el riesgo. Esto se logra principalmente con la implementación de políticas de suscripción adecuadas. Es importante, que la aseguradora ofrezca a sus clientes una diversidad de productos innovadores, que satisfagan las expectativas de sus clientes, de tal forma que, con la contribución de las primas de todos ellos, se paguen los siniestros de unos pocos. Es decir, que exista una verdadera contribución; otro mecanismo idóneo de dispersión lo tenemos en la contratación adecuada de los reaseguros.

Subrogación: Significa poner una persona o cosa en lugar de otra. Aplicando al seguro este principio, consiste en la facultad que tiene una persona para sustituir legalmente a otra, asumiendo los derechos de ésta y su capacidad de actuar contra un tercero.

1.6.1. 5 Sujetos que intervienen en el contrato de seguros

El Asegurador: Es la persona jurídica legalmente autorizada para operar en el Ecuador, que asume los riesgos especificados en el contrato de seguro. La Ley General de Seguros señala que son empresas que realizan operaciones de seguros, las compañías anónimas constituidas en territorio nacional y las sucursales de empresas extranjeras, cuyo objeto exclusivo es asumir directa o indirectamente o aceptar y ceder riesgos en base a primas.

El Solicitante: Es la persona natural o jurídica que contrata el seguro, sea por cuenta propia o por la de un tercero determinado o determinable que traslada los riesgos al asegurador.

El beneficiario: Es la persona natural o jurídica que en caso de ocurrir el siniestro a de percibir el producto del seguro.

1.6.2 El reaseguro: Breve información⁶

“Contrato mediante el cual, una de las partes el asegurador, transfiere a la otra el reasegurador, la totalidad o parte de los riesgos asumidos bajo uno o más contratos de seguros, por un costo determinado o determinable”.

El Reaseguro se necesita, porque las compañías de seguros, tienen una capacidad limitada para absorber riesgos; su retención se fija teniendo en consideración su capital y reservas; es decir, su patrimonio y su volumen de primas. Por ellos, los aseguradores, requieren del concurso de los reaseguradores para poder aceptar las solicitudes que diariamente reciben de sus clientes. La actividad reaseguradora, depende del seguro directo, cuando éste opera normalmente; es decir, con tarifas y condiciones razonables, el reasegurador, percibe un beneficio adecuado al servicio que presta.

1.6.2.1 Funciones del reaseguro

- **Aumento de la Capacidad:** Otorga a la cedente la posibilidad de aceptar pólizas de grandes riesgos que superan la retención.
- **Protección para Catástrofes:** El reaseguro ofrece protección frente a grandes pérdidas, como resultado de eventos generalmente naturales, como: terremotos, huracanes, etc. donde las responsabilidades asumidas son resultado de acumulaciones desconocidas.
- **Estabilización de Resultados:** Mediante el reaseguro se logra controlar a corto, mediano y largo plazo los resultados de las compañías con una adecuada distribución de los riesgos, la adquisición de protecciones para catástrofes, haciendo las debidas reservas.
- **Financiamiento:** Brinda condiciones económicas, para que manteniendo las reservas necesarias pueda atender los siniestros, permitiendo tener índices de rentabilidad para sobrevivir en el negocio a largo plazo.

⁶ Cfr. FUNDACIÓN COOPSEGUROS DEL ECUADOR, Seminario “Programa de Capacitación Interna” Quito 1998.

- Asesoría en la Suscripción: Es la información que se brinda entre Reaseguradores y Compañías de Seguros, para disminuir posibles comportamientos bruscos de la siniestralidad, y tomar medidas correctivas para controlar el negocio del Reaseguro.

1.6.3 Breve análisis de las normas para el ejercicio de las actividades de los asesores, productores de seguros⁷

Estas normas son creadas por la Superintendencia de Bancos, a través de la Intendencia Nacional de Seguros. La última actualización que corresponde al 5 de enero del 2000, ha considerado algunas observaciones válidas puesto que favorecen el normal desenvolvimiento de las actividades de los Asesores Productores de Seguros; las mismas que no pueden ser otras que las definidas en la Ley General de Seguros.

En primer lugar los Asesores Productores de Seguros, se clasifican en:

- Agentes de Seguros con relación de dependencia
- Agentes de Seguros sin relación de dependencia; y,
- Agencias Asesoras Productoras de Seguros

Los Agentes de Seguros sin relación de dependencia, para ejercer su actividad deben obtener su credencial ante la Superintendencia de Bancos, cumpliendo todos los requisitos impuestos por la Ley; mientras que las Agencias Asesoras Productoras de Seguros, para el mismo efecto, deben primeramente constituirse ante la Superintendencia de Bancos como compañías de comercio, su único objeto social deberá ser la gestión, asesoramiento y colocación de contratos de seguros o de medicina prepagada constituidas y establecidas legalmente en el Ecuador, y obtener la credencial que les faculte a este propósito y cuyos requisitos son perfectamente establecidos por la Ley.

Para iniciar sus operaciones además, deben obtener de la Superintendencia de Bancos un certificado de autorización por ramo, para lo cual deberán presentarse a rendir una prueba de conocimientos, de acuerdo a cada ramo en el que deseen laborar; el

⁷ SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, Intendencia Nacional de Seguros, Normas para el Ejercicio de las Actividades de los Asesores Productores de Seguros, Intermediarios de Reaseguros y Peritos de Seguros, Ecuador 2000.

cuestionario para cada caso será elaborado por la Intendencia Nacional de Compañías de Seguros, con la colaboración de los gremios respectivos.

Además deben suscribir contratos de agenciamiento con las empresas de seguros o de medicina prepagada con reconocimiento legal de las firmas de los contratantes; estos deberán especificar por libre contratación, las comisiones sobre primas u otros derechos económicos o que correspondan a los agentes durante la vigencia del contrato y contener disposiciones que se acuerden libremente; por otra parte deberán incluir una cláusula de responsabilidad solidaria. Estos contratos tendrán vigencia de un año y podrán ser renovables; sin embargo serán cancelados si la Superintendencia de Bancos, revoca la credencial, por las razones expuestas en la Ley.

Las obligaciones de los Asesores Productores de Seguros están detalladamente establecidas en la Ley, siendo las más importantes.

- Asesorar al cliente en forma veraz, suficiente, detallada y permanente acerca de las condiciones del contrato, haciéndole conocer las mejores opciones de acuerdo a sus necesidades, alcance de coberturas o beneficios, primas, forma de pago, etc.;
- Cumplir con los principios de ética y evitar la competencia desleal en la asesoría, gestión, y colocación de seguros;
- Asesorar al asegurado en las diligencias tendientes al cobro de la indemnización, cuando legalmente le corresponda y actuar ante la empresa de seguros si cuenta con autorización expresa;
- Cuidar que el contrato de seguros se mantenga vigente y gestionar la oportuna renovación, si así lo ha expresado el cliente;
- Cumplir con las normas e instrucciones de la Superintendencia de Bancos;
- Cumplir las normas sobre tarifas que le suministre la empresa de seguros, etc.

Por otro lado los Asesores Productores de Seguros, no podrán ejercer actividades como peritos de seguros o intermediarios de reaseguros. No podrán hacer rebajas u ofrecer concesiones que no sean las de carácter general, ni podrán ejercer actos de competencia desleal.

En general existe una reglamentación muy puntual y exigente para que un Asesor Productor de Seguros pueda ejercer sus actividades; debe cumplir con toda la reglamentación impuesta por la Superintendencia de Bancos y garantizar su

responsabilidad y calidad moral ante las aseguradoras y ante los clientes en cada acto que realice en la intermediación. La Ley es muy clara al respecto y existen todas las publicaciones necesarias en varios medios como Registro Oficial, Internet, folletos de venta al público, etc. Y sobre todo, la Intendencia Nacional de Seguros se encuentra permanentemente al servicio de todos los Asesores o Aseguradas para ayudar en toda inquietud que se presente.

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 MERCADO DEL PROYECTO

“Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfaga y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros”⁸

El mercado lo conforman la totalidad de los compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que se vaya a elaborar según el proyecto; la estructura del mercado, y el tipo de ambiente competitivo donde operan los oferentes y compradores de un producto”⁹

La investigación de mercados es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

Al realizar un estudio del mercado, determinamos que es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Metodológicamente, cuatro son los aspectos que deben estudiarse: El consumidor y la demanda del mercado y del proyecto, actuales y futuros. La competencia y la oferta del mercado y del proyecto actuales y proyectadas. Comercialización del producto o servicio generado por el proyecto. Los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumos, actuales y proyectados.

Dentro de la investigación de mercado el parámetro más importante es la recopilación de datos, utilizando instrumentos como las encuestas, las mismas que al ser procesadas mediante varios cálculos como los estadísticos, permiten determinar el mercado meta, el

⁸ MICIP, BANCO MUNDIAL. **Programa jóvenes empresarios, competir y triunfar**. Proyecto de Comercio Exterior e Integración, MICIP – BIRF 4346-EC.
EN:HTPP://ybiz/aybizweb/training/manual.htm.

⁹ SAPAG CHAIN, NASSIR. **Preparación y evaluación de proyectos**. Ed. Mc. Graw Hill, 4ta. Ed. Chile

perfil de los clientes, número probable de clientes dispuestos a utilizar el servicio, los niveles de ingresos de los posibles demandantes, etc.

En conclusión mediante las encuestas se pretende saber cuál es la disposición de los futuros clientes, sus gustos y preferencias, su capacidad adquisitiva, es decir será factible el satisfacer sus necesidades con el conocimiento previo de las misas.

2.1.1 Objetivos de la investigación del mercado

- Obtener información de fuentes primarias sobre la participación, aceptación e impacto que tendría la creación de una empresa asesora de seguros en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Determinar el potencial de mercado y del negocio de seguros en los actuales momentos en la ciudad de Quito.
- Estimar el porcentaje de potenciales clientes que se puede tener en el caso de llevar a efecto esta idea.
- Determinar el porcentaje de personas que estén dispuestas a utilizar este servicio.
- Definir cual es la alternativa para que el cliente adquiera los servicios ofertados por la empresa asesora productora de seguros de vida y previsión.
- Determinar el riesgo aproximado por la inversión efectuada para la prestación del servicio ofertado en el mercado escogido, que permitirá tomar las decisiones adecuadas para la inversión y puesta en marcha del proyecto en estudio.

2.1.2 Estructura del mercado

Se conocen dos grandes tipos de mercado:

1. Mercado Perfecto y
2. Mercado Imperfecto¹⁰

El mercado perfecto: Es aquel en el que concurren una multiplicidad de compradores y vendedores, el producto es homogéneo y el comportamiento de los consumidores es racional frente al precio, existe libre competencia entre todas las empresas.

¹⁰ COSTALES Bolívar, DISEÑO, ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 2DA. EDICION . PAG. 55

El mercado imperfecto: Es aquel que no cumple ninguna de las condiciones exigidas por el mercado perfecto.

El análisis global de la estructura del mercado en el que se desarrollarán las actividades de la empresa nos permitirá identificar al posible consumidor del servicio, determinar sus características socio-culturales, sus condiciones económicas y la posibilidad de ofertar el servicio de seguros de vida y previsión dentro de un determinado nicho de este mercado.

El proyecto de la empresa asesora de seguros en el ramo de vida y previsión se ubica dentro de la estructura de mercado perfecto en el que intervienen una diversidad de compradores y vendedores del servicio, frente a un comportamiento racional de los consumidores que posiblemente se ubican en una población que pertenece a los estratos de ingresos económicos medios y altos y que posiblemente son los que más necesitarán de este tipo de servicio.

2.1.3 Identificación del producto o servicio

2.1.3.1 Características del servicio

La compañía a implementarse es una Empresa asesora de seguros especializada en el ramo de vida y previsión, estará supervisada por la Superintendencia de Bancos y Seguros, tiene como objetivo principal dedicar sus servicios profesionales de alta calidad para asesorar en la contratación de los seguros mencionados, Para alcanzar dicho objetivo, se dispondrá de los recursos humanos y técnicos necesarios que le permite afrontar su estrategia de negocio en las mejores condiciones.

En el aspecto humano, se contará con un grupo de personas con gran experiencia en el desarrollo e implantación de proyectos, apoyándose en la utilización de las técnicas informáticas más actuales e innovadoras y con elevados conocimientos de la gestión aseguradora; formando un conjunto de expertos importante, cualitativa y cuantitativamente, que sitúan a la empresa en un lugar destacado dentro de las empresas de servicios especializadas en el sector asegurador.

Se establecerá un sistema innovador de ahorro en el Ecuador, donde cada individuo crea un fondo que le permitirá contar con una renta adecuada de acuerdo a sus necesidades, cuando llegue a su vejez.

Para nuestros asegurados, tener una de las pólizas de las compañías aseguradoras con las cuales trabajaremos no solo le garantizará, su total tranquilidad, sino también a sus familias, ya que además ofreceremos un plan de ahorro, como el plan para estudios, para que sus hijos puedan acceder a la educación universitaria, con pagos mensuales y/o anuales del fondo ahorrado.

Como un servicio adicional y complementario ofreceremos planes de seguro de muerte natural y accidental, invalidez total, permanente y desmembración a un costo mensual realmente bajo.

2.1.3.2 Productos

Seguros de vida:

Se ofertará este seguro como una protección a los familiares del asegurado, es uno de los tipos del seguro de personas en el que el pago por el asegurador de la cantidad estipulada en el contrato se hace depender del fallecimiento o supervivencia del asegurado.

Plan de Jubilación:

Este sistema le permitirá al futuro cliente, conjuntamente con nuestro asesor, diseñar un Plan de Jubilación exclusivamente para él y sus necesidades, creando a largo tiempo un fondo de ahorro, por medio del cual el asegurado alcanzará la tranquilidad que él aspira al llegar a la vejez.

Plan de Estudios:

Se ofrecerá estos planes para que el cliente interesado, asegure el futuro de sus hijos, por medio de un aporte mensual que él establecerá previamente conforme a la educación universitaria que desee.

2.1.3.3 Beneficios

El cliente determina el aporte mensual que va a ser debitado de su cuenta de ahorros, cuenta corriente, tarjeta de crédito o rol de pagos, para crear su fondo de ahorro. Con la posibilidad de aumentar su cuota mensual o realizar un pago extraordinario cuando lo disponga.

Los Planes de Jubilación y de Estudios cuentan con un seguro de vida que cubre: Muerte Natural, Muerte Accidental, Invalidez Total y Permanente y Desmembración. El cliente escoge el monto de seguro de vida y la cobertura.

El incremento en el riesgo y la siniestralidad que existe en nuestro país; tanto por el incremento de la delincuencia cuanto por las diferentes condiciones sociales, macroeconómicas y ambientales que pueden provocar eventos inesperados en la población ecuatoriana, hacen posible vislumbrar en el corto plazo, un mercado potencial cautivo tanto en las ciudades principales, cuanto en el resto para los seguros de vida y previsión.

Brindar nuestros servicios, con la mejor atención y mayor agilidad en todos sus requerimientos, será para nosotros la satisfacción de un trabajo bien realizado, con el que estamos convencidos aportaremos de manera positiva en la sociedad ecuatoriana, donde buscamos desarrollar la cultura de ahorro interno, con un componente importante de labor social.

2.1.3.4 Clasificación por su uso y efecto

La empresa se encuentra clasificada en el campo financiero y el fin es acudir al cliente para ofertarle nuestros servicios de asesoramiento en seguros, cumpliendo de manera eficiente y brindando la confianza que requiere al contratar nuestros servicios, con esto se pretende que el asegurado se sienta seguro y protegido

2.1.4 Etapas del estudio del mercado

2.1.4.1 Análisis Histórico

Este análisis reúne información que nos ayuda a proyectar una posible situación en que se desenvolverá la demanda, oferta, precio u otras variables que ayudarán a determinar una situación futura de la empresa de servicios.

2.1.4.2 Análisis de la Situación Actual

A partir de la dolarización en nuestro país, la ciudad de Quito, ha experimentado un enorme crecimiento poblacional debido principalmente a las grandes corrientes migratorias tanto internas como externas. Concomitante con este vertiginoso crecimiento poblacional, se está experimentando un gran desarrollo de los seguros.

De esta manera se está generando una creciente demanda en todo tipo de servicios de seguros, sobre todo aquellos que benefician el futuro del asegurado y de su familia.

2.1.4.3 Análisis de la Situación Futura

Este análisis es el más importante de los mencionados anteriormente, ya que nos permite diferenciar la situación proyectada al futuro con la del momento en que se está realizando el proyecto, con el objeto de determinar la factibilidad y rentabilidad del mismo.

2.1.4.4. El universo de estudio

El mercado objetivo al cual la empresa va a dirigir su producto de servicios en asesoramiento de seguros de vida y previsión es la clase media y alta de la ciudad de Quito. Para lo cual se ha considerado los datos proporcionados por varias fuentes confiables:

En un informe publicado por la Prefectura de Pichincha se da a conocer estudios realizados por la encuestadora MARKOP en la ciudad de Quito, en el año 2002, se

identificó que el 35.5% de la población pertenecía al nivel socio-económico medio, medio alto y alto.

La Administración Zonal Eugenio Espejo hizo una proyección de la población urbana de Quito para el año 2010 tomando como base los datos obtenidos por el INEC en el Censo Poblacional del año 2001. En el estudio se considera un índice de crecimiento aproximado al 2% Y según la proyección de la población de la Administración Zonal Eugenio Espejo datos del Censo Poblacional y Vivienda del INEC 2001 nos presenta que para el 2005 se tiene una población de 377.748 habitantes y que para el año 2010 tendrá una población total de 393.616 habitantes, repartidos en las nueve parroquias urbanas de la Administración Zonal Eugenio Espejo. (Ver Anexo 2)

2.1.5. Diseño de la investigación y fuentes de datos

Se utilizará la investigación concluyente ya que está diseñada para suministrar información para la evaluación a través de la investigación descriptiva, también se utilizará la investigación deductiva porque describe y analiza las características que presentaría la muestra de la investigación para asumir comportamiento de clientes potenciales y características de todo el segmento de mercado.

El diseño de la investigación se caracteriza por procedimientos formales de investigación. Esto comprende objetivos y necesidades de información claramente definidos. Con frecuencia se redacta un cuestionario detallado, junto con un plan formal de muestreo. Debe estar claro como se relaciona la información que se va a recolectar con las alternativas bajo evaluación. Los posibles enfoques de investigación incluyen encuestas, experimentos, observaciones y simulación¹¹

2.1.5.1 Fuentes de Datos

Las fuentes de datos a utilizar serán las primarias y secundarias, en donde las primarias consisten en investigaciones de campo cuyo instrumento son las encuestas ya que a través de estas se puede obtener datos sobre las actitudes, percepciones, motivaciones y conocimiento frente al servicio que se pretende brindar, esta encuesta se realizará al

¹¹ KINNEAR/Taylor, Investigación de Mercados. Pág. 125

grupo de personas que sea determinado por la muestra en la ciudad de Quito, aplicando la fórmula para determinar dicha muestra.

2.1.5.2. Procedimientos de recolección de Datos

Se ha tomado un universo correspondiente a 352.235 personas de nivel socio económico medio, medio alto y alto del sector Eugenio Espejo distribuidas en 31260 familias, para el cálculo a efectuarse en la selección de la muestra se preveo un nivel de confianza del 95% y un error aproximado al 5%, utilizando variables a favor “p” y en contra “q” determinadas en la encuesta piloto, con estos datos se determinará el tamaño muestral aplicando la formulación correspondiente, a esta muestra se le aplicara la encuesta para determinar las necesidades, preferencias, tendencias y demás variables que ayudaran a los fines propuestos para la consecución exitosa de este proyecto.

2.1.5.3 Segmentación del mercado

El mercado objetivo al cual la empresa va a dirigir su producto de servicios en asesoramiento de seguros de vida y previsión es la clase media y alta de la ciudad de Quito.

A continuación se presenta la tabla de variables y valores para la segmentación del mercado, la cual parte de la población del Distrito Metropolitano de Quito para llegar al número de familias existentes y sobre estas realizar los cálculos para determinar el tamaño de la muestra.

CUADRO 2.1
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

VARIABLES	INDICADORES	TOTAL 2006	POBLACIÓN
-----------	-------------	---------------	-----------

GEOGRÁFICAS	Provincia: Pichincha	2646.425
	Cantón: Quito	2024.521
	Ciudad: Distrito Metropolitano de Quito	1539.835
	Zona Metropolitana: Eugenio Espejo	352.235 ¹²
DEMOGRÁFICAS	Nivel socioeconómico Medio, Medio-alto y alto (35.5% de la población)	125.043
	Familias: segmento de mercado (No. de integrantes 4)	31.260

Elaborado por: El autor del proyecto

2.1.6 Encuesta piloto

La prueba piloto sirve para determinar los niveles de “aceptación- p” y de “rechazo q” del servicio que vamos a prestar. Los resultados de esta prueba piloto se obtuvieron después de realizar una pequeña encuesta de muestreo, entre 20 familias de un determinado sector de Quito. El tamaño para la prueba piloto de 20 elementos de muestra se establece según parámetro mínimo para una prueba piloto¹³

A estos valores obtenidos, se les aplica la fórmula que nos va a permitir determinar el tamaño de la muestra final, que servirá para la investigación de campo definitiva.

La encuesta que sirvió de base para determinar los valores de éxito o fracaso del negocio fue la siguiente:

Estaría dispuesto a contratar los servicios de una nueva empresa asesora especializada exclusivamente en **seguros de vida** y **planes de jubilación, planes de Estudios y Fondos de ahorros** que le brinden las facilidades para acceder a los beneficios esperados por usted:

SI:

NO:

Por qué?

El resultado de esta pequeña encuesta de muestreo, determinó una aceptación del 80%, según se observa en la tabla siguiente:

¹² El número total de personas en esta Adm. Zonal es 364.833, con el propósito de que la empresa pueda desenvolverse de mejor manera se le ha restado la población de Zambiza y Nayón dándonos el valor de la tabla.

¹³ NICOLAS José Jany, Investigación integral de Mercados, Segunda Edición, Mc. Graw Hill

CUADRO 2.2
Resultados pregunta dicotómica

Nombre	No. Encuestas	Porcentajes
Número de aciertos (P)	16	80%
Número de fracasos (Q)	4	20%
Total	20	100%

Elaborado por: El autor del proyecto

2.1.7 Determinación de la muestra

Para la determinación de la muestra es necesario considerar la aplicación de fórmulas estadísticas para un tamaño de muestra óptimo según parámetros de evaluación.

Fórmula para tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Nz^2pq}{e^2(N-1) + z^2pq}$$

Esta fórmula sirve para el cálculo del tamaño de la muestra, de acuerdo al resultado del muestreo aleatorio simple para una población finita¹⁴

Datos:

n = muestra a calcular

N = Población (31260 familias)

Z = 1.96 para un nivel de confianza del 95%

p = 0.80 probabilidad de éxito

q = 0.20 probabilidad de fracaso

e = 5% error en estimación admitido

Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{(31260)(1.96)^2(0.8)(0.2)}{(0.05)^2(31260-1) + (1.96)^2(0.8)(0.2)}$$

n = 244 encuestas

La muestra general dio como resultado 244 encuestas, las cuales se procederán a realizar en forma aleatoria a las familias de la ciudad de Quito, a partir de las cuales se

¹⁴ MUNICH Angeles, Métodos y Técnicas de Investigación

obtendrá la información necesaria para el desarrollo completo del proyecto en los capítulos siguientes.

En el caso de las familias que posiblemente van a requerir del servicio las variables que se analizaron son:

- Datos sobre el nivel económico del cliente
- Aceptación del servicio propuesto
- Preferencias en cuanto a precio
- Tipo de competencia
- Conocimiento acerca del servicio

En el **Anexo Nº 3** se muestra el modelo de la encuesta final para las familias de la ciudad de Quito, se recogen todos los criterios que se requieren para el trabajo de campo.

2.1.8 Procesamiento de datos

2.1.8.1 Análisis e interpretación de los datos

Una vez concluida la investigación de campo se obtuvieron datos para el análisis del mercado meta del servicio propuesto, el procesamiento de los datos se realizó mediante Excel debido a que es perfectamente tratable debido a que estos datos son de fácil manejo, por cual excel permitió interpretar los resultados de manera clara, dichos resultados se explican a continuación a través de las siguientes tablas y gráficos respectivos para cada pregunta realizada en la encuesta.

2.1.8.2 Tabulación de Resultados de las Encuestas

Los datos presentados a continuación están representados en forma numeral y porcentual del total encuestado (244 individuos que constituyen el tamaño muestral). También se representan los datos en forma gráfica. Estos datos servirán para tomar las decisiones adecuadas tanto en las estrategias de marketing, como en el manejo organizacional:

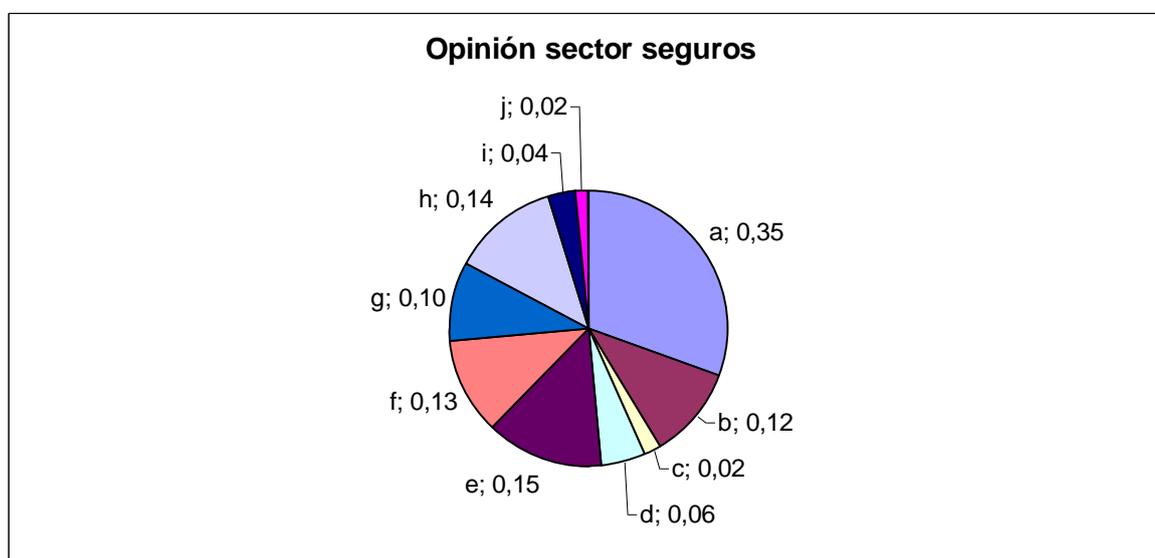
Preguntas:

1. Cuáles de los siguientes aspectos, se identifican, con la opinión que usted tiene sobre el sector de seguros?

a) positivo, b) negativo, c) desconoce, d) confianza, e) seguridad, f) prevención, g) idea de futuro, h) protección, i) buen servicio, j) otro:

A	B	C	d	E
85	30	5	15	37
0,3484	0,1230	0,0205	0,0615	0,1516

F	G	H	i	J
32	25	35	9	4
0,1311	0,1025	0,1434	0,0369	0,0164



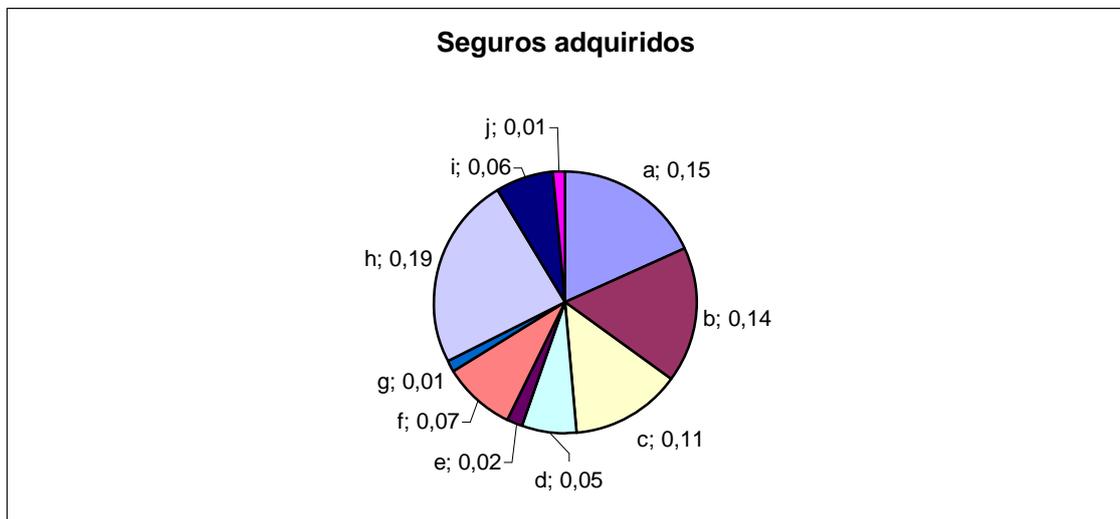
Los datos muestran que la percepción que tienen los encuestados sobre el sector seguros es del 35% positivo; un 12% negativo; protección, seguridad y prevención con aproximadamente un 13% cada uno es la opinión que tienen del sector seguros.

2. Cuáles de los siguientes seguros ha adquirido usted?

a) vida, b) salud, c) plan de jubilación, d) plan de estudios, e) beneficios individuales, f) incendios y robos, g) fianzas, h) accidentes, i) todo riesgo, j) otros:

A	B	C	D	E
36	33	27	13	4
0,1475	0,1352	0,1107	0,0533	0,0164

F	G	H	i	J
17	3	47	14	3
0,0697	0,0123	0,1926	0,0574	0,0123



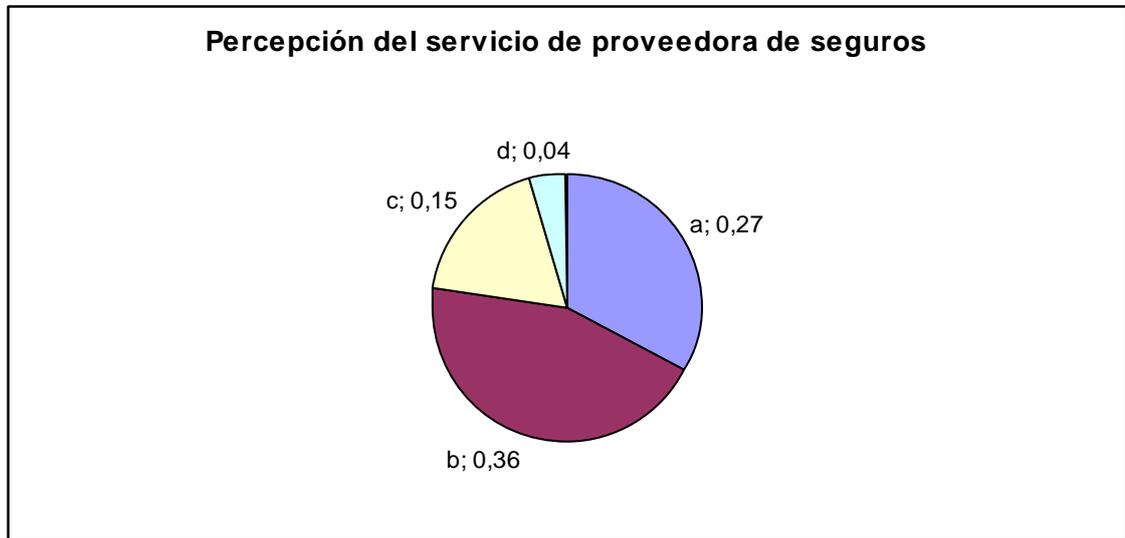
Los seguros contra accidentes representan el 19%, seguidos por los seguros de vida y salud con aproximadamente un 15% cada uno, los planes de jubilación representan el 11%, mientras que los planes para estudios abarcan un 5%.

3. Considera que el servicio al cliente de su proveedora, ha sido:

a) Excelente, b) bueno, c) regular, d) malo:

A	B	C	D
65	87	36	9

0,2664	0,3566	0,1475	0,0369
--------	--------	--------	--------



Un 36% de los encuestados considera que el servicio de sus proveedoras de seguras son bueno; un 27% excelente; un 15% regular y un 4% malo.

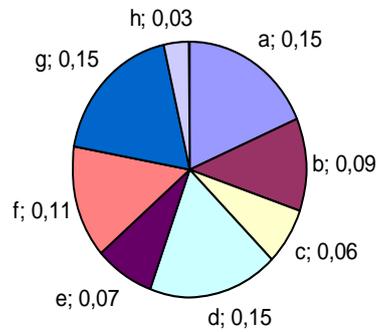
4. Por cuáles de los siguientes motivos ha adquirido usted los seguros:

a) Protección, b) recomendación, c) estatus, d) prevención, e) educación hijos, f) vejez digna, g) seguridad, h) otros.

A	B	C	d
37	23	14	36
0,1516	0,0943	0,0574	0,1475

E	F	G	h
16	28	37	7
0,0656	0,1148	0,1516	0,0287

Motivos adquisición de seguros



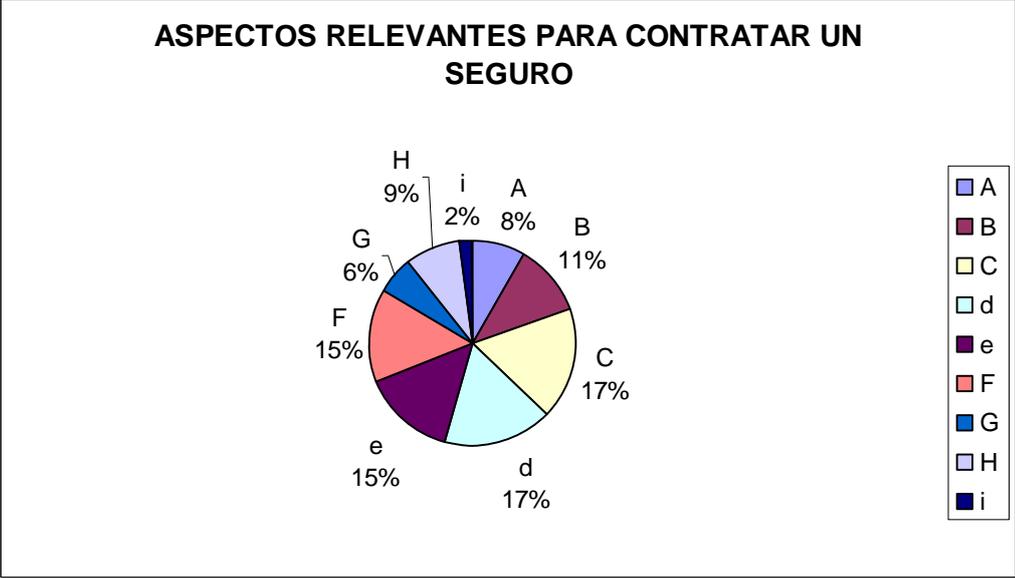
Protección, prevención y seguridad representan aproximadamente un 15% cada uno de los motivos por los cuales los encuestados adquirieron los seguros.

5. Cuáles de los siguientes aspectos considera usted más relevantes para contratar un corredor de seguros? Indique el orden de prioridad:

a) alternativas variadas de seguros, b) costos razonables, c) atención personalizada, d) rapidez en la atención, e) trato amable, f) conocimiento sobre seguros), g) infraestructura adecuada, h) información oportuna y clara, i) otros:

A	B	C	d	e
20	28	43	41	36
0,0820	0,1148	0,1762	0,1680	0,1475

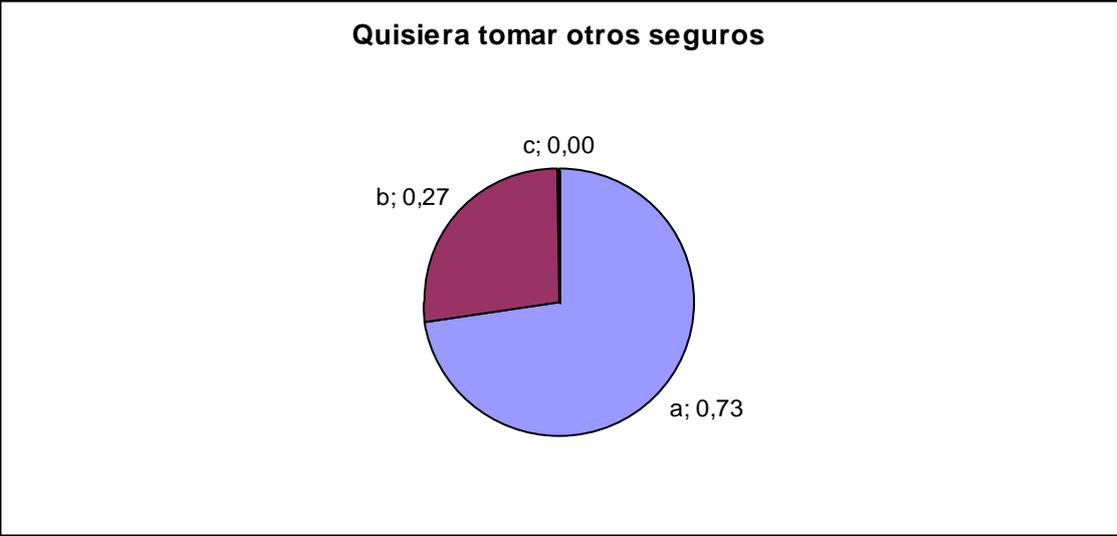
F	G	H	i
36	14	21	5
0,1475	0,0574	0,0861	0,0205



Los encuestados consideran importante la atención personalizada (17%); trato amable y conocimiento sobre seguros (14% cada uno); costos razonables (11%); información oportuna y clara 9% aproximadamente.

6. Quisiera tomar otros seguros?

a) si, b) no, c) cuáles?

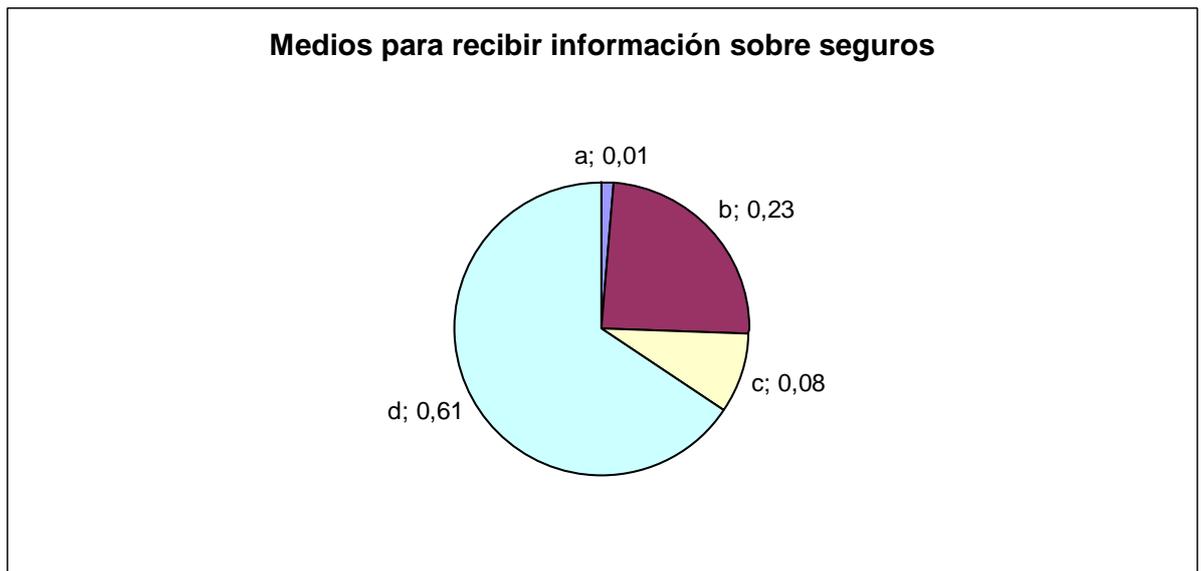


Un 73% de los encuestados está dispuesto a adquirir otro tipo de seguros.

7. A través de que medios le gustaría recibir información sobre nuevos productos en seguros:

a) carta, b) internet, c) teléfono, d) personalmente

A	B	C	d
3	55	20	149
0,0123	0,2254	0,0820	0,6107

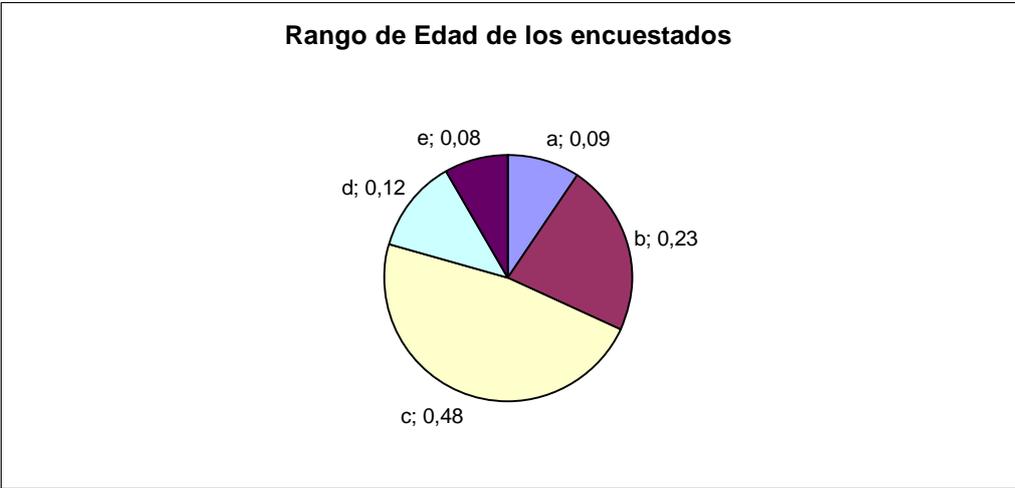


Un alto porcentaje (61%) prefiere recibir información de forma directa a través de los asesores de seguros; seguido por información a través de internet (23%)

8.Cuál es el rango de edad de posibles asegurados?

a) de 18 a 25 años, b) de 26 a 35 años, c) de 36 a 45 años, d) de 46 a 55 años, e) mas de 55 años

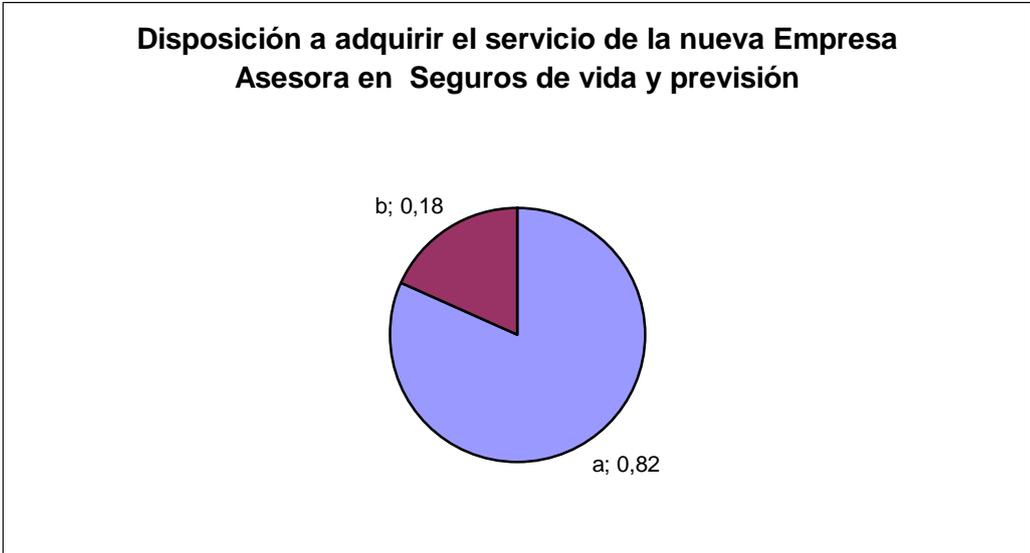
A	B	C	d	e
23	55	116	30	20
0,0943	0,2254	0,4754	0,1230	0,0820



9. Estaría dispuesto a contratar los servicios de una nueva empresa asesora especializada exclusivamente en **seguros de vida y previsión**, que le brinde las facilidades para acceder a los beneficios esperados por usted.

A) si, b) no, c) por que.

A	b
199	45
0,8156	0,1844



Un 82% de los encuestados está dispuesto a adquirir el servicio proporcionado por la nueva empresa asesora en seguros de vida y previsión.

2.2 Análisis de la demanda

La demanda es la necesidad que la población encuestada responde a fin de obtener este servicio, según hemos visto en la investigación de mercado, la oferta de este nuevo servicio tiene una aceptación del 82% de las familias encuestadas, por tanto, podemos tomar este porcentaje de demanda como un potencial nicho de mercado para nuestra propuesta.

La demanda para este servicio de acuerdo al crecimiento poblacional se ve incrementada lo que amplía una proyección positiva, para este servicio.

La demanda de este proyecto es un servicio que no representa una necesidad de urgencia pero si es un complemento que permite asegurar el futuro de las personas que lo contraten.

En el estudio efectuado se observa que la mayoría (82%) de las familias encuestadas están de acuerdo en contratar los seguros de vida y previsión; y también se puede observar que: seguridad (15%), protección (14%) y prevención (13%) son los principales motivos por los cuales las personas acceden a un seguro.

“El Seguro de vida y médico representa el 15% de primas netas del mercado ecuatoriano. Y si se tiene en cuenta que no más del 20% de la PEA cuenta con un seguro de vida, notamos que existe un mercado potencial de más de 5 millones de personas.”¹⁵

En el caso de la ciudad de Quito se tendrá un mercado potencial de alrededor de 538.942 individuos de clases social media y alta, sin duda alguna a futuro mientras la empresa asesora de seguros siga evolucionando el mercado meta puede extenderse a las demás ciudades del país comenzando por las mas representativas, para lo cual se harán en ese entonces las evaluaciones correspondientes con el fin de incrementar la posibilidad de éxito empresarial.

2.2.1 Factores que afectan a la Demanda

Los factores que afectan a la demanda son:

- Tamaño y crecimiento de la Población

¹⁵ <http://www.multimedios106.com/home/contenidos>, 2007-06-13. tomada de la sección inversión productiva.

- Hábitos de consumo
- Niveles de Ingreso y Precios.

De acuerdo a todos estos factores se puede determinar la potencialidad del mercado y las posibles reacciones de los usuarios, es decir permite cuantificar la situación actual de la demanda y avizorar la demanda futura.

2.2.1.1 Tamaño y crecimiento de la población

La posible demanda de éste servicio esta relacionada con el crecimiento de la población en la ciudad de Quito, datos que ya se presentaron para hacer el Estudio de Mercado.

Según el INEC existe un crecimiento poblacional aproximado en la ciudad de Quito del 2% anual.

2.2.1.2 Hábitos de consumo

Los hábitos de consumo de la población son el reflejo de las características de los consumidores asociados a su nivel de ingreso.¹⁶

En el consumidor influyen dos aspectos: el uno de carácter emocional y el otro de carácter racional. En el emocional es cuando adquiere un bien o servicio motivado por la moda, el orgullo, la imitación, etc. En el racional es cuando adquiere exactamente lo que necesita de acuerdo a la posibilidad económica.

En los resultados obtenidos en las encuestas, se pudo detectar que el hábito de consumo del servicio dentro de la clase media y alta obedece más a la necesidad de asegurar su futuro y el de su familia, o sea que correspondería a un hábito de consumo racional.

Al analizar las preguntas se observa que un alto porcentaje de encuestados acceden al servicio de seguros debido principalmente a protección, seguridad y previsión.

2.2.1.3 Niveles de Ingreso y Precios

¹⁶ Corporación Financiera Nacional; Guía para la formulación y evaluación de proyectos. Pág. 25

Este análisis nos sirve para conocer el perfil económico del consumidor, con lo cual podemos medir la capacidad de pago.

Según datos estadísticos del INEC nos muestra que del nivel de ingresos de los ecuatorianos el 8.2% de sus ingresos las familias destinan este porcentaje a adquirir bienes y servicios diversos, después de las prendas de vestir con el 8.4%. Lo que demuestra que de los ingresos mensuales que perciben por familia que para junio del 2006 según datos del INEC el ingreso promedio por familias en la ciudad de Quito es de \$ 445.44, \$36.52 destinan al pago de bienes y servicios.

2.2.2 Demanda actual del servicio de seguros de vida y previsión

Las familias de clase social media y media alta en la administración zonal Eugenio Espejo en la ciudad de Quito demandan un servicio en seguros de vida y previsión del **82%** porcentaje que corresponde a **102535 individuos** que abarcan a un aproximado de **25.633 familias**.

2.2.3 Proyección de la demanda

Para la siguiente proyección se utiliza el porcentaje de crecimiento de la población en la ciudad de Quito que representa el 2% anual.

En los puntos siguientes para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomará en cuenta entre otros el nivel de crecimiento de los seguros que incrementará la demanda potencial.

Cuadro Nº 2.3
DEMANDA POTENCIAL

AÑO	Nº Familias Eugenio Espejo clase social Media y Alta	Nº PERSONAS 4P x familia	DEMANDANTES POTENCIALES al 82% de Aceptación
2006	31260	125040	102533
2007	31885	127541	104583
2008	32523	130092	106675
2009	33173	132693	108809
2010	33837	135347	110985
2011	34514	138054	113204
2012	35204	140815	115469
2013	35908	143632	117778
2014	36626	146504	120134
2015	37359	149434	122536
2016	38106	152423	124987
2017	38868	155472	127487

Elaborado por el autor.

2.3 La Oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en la que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etcétera. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.”¹⁷

En el país según datos obtenidos en la pagina web de la Superintendencia de Bancos para el 2007 existen 182¹⁸ intermediarios (brokers) de seguros, que brindan sus servicios

¹⁷ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Págs. 43-44.

¹⁸ http://www.superban.gov.ec/sac/jsp/sac_inter_detalleoficinas_rep.jsp ; 2007-06-13; los datos corresponde a agencias productoras asesoras de seguros en la ciudad de Quito más cinco residentes en el cantón Rumiñahui.

en distintas ramas entre ellos se encuentran los seguros de vida y previsión que representan un alto porcentaje de los mismos.

Según el ranking de **comisiones** de las agencias productoras asesoras de seguros para el año 2005 contando con 128 empresas presentaron en total 42'967.950 millones de dólares, valor que da a entender el alto contingente de dinero que el sector maneja.

Las agencias productoras asesoras de seguros para el 2004 fueron 124, y manejaron un ranking de comisiones de 35'418.388 dólares.

Según estos datos presentados se puede establecer un nivel de crecimiento de aproximadamente 21,31% entre el año 2004 y 2005.

Del ramo de vida (seguro individual) para el 2005 representan un total de 69 empresas con un ranking de comisiones de 2'215.972 dólares, mientras que las empresas productoras asesoras del ramo de vida colectiva para el 2005 representaban un total de 96 empresas con un ranking de comisiones de 3'874.648 dólares.

2.3.1 Oferta actual del servicio de Seguros de Vida y Previsión

Según la Superintendencia de Bancos para el año 2007 existen 182 agencias productoras asesoras de seguros. En base al estudio efectuado se ha determinado que existe un porcentaje del 81% que tiene algún tipo de seguro, en cuanto a seguros de vida representan el 15%, salud 14%, y en cuanto a previsión plan de estudios 5% y plan de jubilación 11%.

2.3.2 Proyección de la Oferta

Para el cálculo de la proyección de la oferta se ha utilizado datos históricos de los intermediarios de seguros de los años 2003, 2004, 2005 y 2007 proporcionados por la Superintendencia de Bancos y Seguros. El sector seguros ha estado en constante crecimiento eso lo demuestran datos estadísticos de las compañías aseguradoras donde año a año se vinculan al sector nuevas empresas aseguradoras las cuales a su vez trabajan con los broker de seguros. "Por su parte, las aseguradoras apoyan la existencia de los brokers ya que como menciona Freddy Galarza, Gerente General de la

Aseguradora AMEDEX y Director de la Asociación de Compañías de Seguros del Ecuador, estos agentes asesores de seguros son su canal más fuerte y efectivo de distribución, además de el más conveniente en términos de costo beneficio, ya que la distribución no resulta costosa.”¹⁹

Cuadro N° 2.4

Proyección de la oferta del seguro de vida y previsión

AÑO	N° EMPRESAS*	N° DE USUARIOS***	OFERTA EN PORCENTAJES****	OFERTA POTENCIAL
2007	187	125040	0,31	38.762
2008	193	127541	0,31	39.538
2009	198	130092	0,31	40.328
2010	204	132693	0,31	41.135
2011	210	135347	0,31	41.958
2012	217	138054	0,31	42.797
2013	223	140815	0,31	43.653
2014	230	143632	0,31	44.526
2015	237	146504	0,31	45.416
2016	244	149434	0,31	46.325
2017	251	152423	0,31	47.251
2018	259	155472	0,31	48.196

* y ** Se ha utilizado los datos de la Superintendencia de Bancos y Seguros para los años 2004 y 2005

*** Se ha utilizado el N° de personas que usan algún tipo de seguros del universo de estudios

**** Se utilizan los datos de la encuesta: vida 15%, 5% plan de estudios, y de jubilación 11% total vida y previsión 31%

Elaborado por el autor del proyecto.

2.3.3 Cálculo de la demanda insatisfecha

¹⁹ <http://www.multimedios106.com/home> ; 2007-06-13.

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.”²⁰

El cálculo de la demanda insatisfecha se lo efectúa mediante la diferencia de la demanda y oferta del servicio, en el caso propuesto la demanda supera en gran medida a la oferta, dejando un amplio margen para que otra empresa oferente pueda ingresar al mercado, por lo que este análisis permite suponer que la idea propuesta se debe llevar a cabo, sin embargo estudios posteriores en los capítulos siguientes tales como el organizacional, técnico y económico serán los que puedan confirmar esta primera aseveración. Cabe mencionar que la aspiración de cobertura hacia la demanda insatisfecha no debe sobrepasar un 10% de esta, debido a que, influyen factores externos en la cobertura total, tales como, posibles cambios de las variables utilizadas.

Cuadro Nº 2.5
Demanda INSATISFECHA

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2006		102533	
2007	38762	104583	65821
2008	39538	106675	67137
2009	40328	108809	68480
2010	41135	110985	69850
2011	41958	113204	71247
2012	42797	115469	72672
2013	43653	117778	74125
2014	44526	120134	75608
2015	45416	122536	77120
2016	46325	124987	78662
2017	47251	127487	80235

Elaborado por el autor del proyecto

Para este proyecto se pretende cubrir un 10% de la demanda insatisfecha considerando aspectos como experiencia organizacional el primer año sólo se pretende cubrir el 60% y en los próximos años paulatinamente se incrementará este porcentaje de cobertura hasta llegar a cubrir el 100%. En el transcurso de este período se debe permanentemente efectuar evaluaciones para la posible expansión de la empresa, con

²⁰ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 1995; Tercera Edición. Pág. 39.

posible ingreso a nuevos mercados y o segmento escogido, esto con el fin de asegurar la vigencia de la empresa, ya que un negocio que no crece decrecerá definitivamente.

2.4 Estrategias de comercialización

“La estrategia comercial que se defina para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto. Tales decisiones se refieren al producto, al precio, la promoción y la distribución. Cada uno de estos elementos estará condicionado, en parte, por los tres restantes. Así, por ejemplo, el precio que se defina, la promoción elegida y los canales de distribución seleccionados dependerán directamente de las características del producto.”²¹

2.4.1 La mezcla de marketing

La mezcla de marketing comprende cuatro aspectos que están directamente relacionados entre sí, el producto, el precio, la promoción y la distribución.

2.4.1.1 Producto

La compañía a implementarse es una Empresa asesora de seguros especializada en el ramo de vida y previsión, estará supervisada por la Superintendencia de Bancos y Seguros, tiene como objetivo principal dedicar sus servicios profesionales de alta calidad para asesorar en la contratación de los seguros de vida y previsión, Para alcanzar dicho objetivo, se dispondrá de los recursos humanos y técnicos necesarios que le permite afrontar su estrategia de negocio en las mejores condiciones.

Plan de Jubilación:

Este sistema le permitirá al futuro cliente, conjuntamente con nuestro asesor, diseñar un Plan de Jubilación exclusivamente para él y sus necesidades, creando a largo tiempo un

²¹ Nassir y Reinaldo Sapag Chain; preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición; Editorial McGraw-Hill 2000. Pág. 63.

fondo de ahorro, por medio del cual el asegurado alcanzará la tranquilidad que él aspira al llegar a la vejez.

Plan de Estudios:

Se ofertará estos planes para que el cliente interesado, asegure el futuro de sus hijos, por medio de un aporte mensual que él establecerá previamente conforme a la educación universitaria que desee.

2.4.1.2 Precio

Las variables que intervienen e influyen en el precio son:

“Factores Demográficos. Entre los que podemos mencionar tenemos:

- Número de compradores potenciales.
- Ubicación de los compradores potenciales.
- Posición de los compradores potenciales.
- Niveles esperados de consumo de los compradores potenciales.
- Fuerza económica de los compradores potenciales.

Estos factores ayudan a determinar el potencial del mercado y son útiles para estimar las ventas esperadas a distintos niveles de precios.

Factores psicológicos. Están relacionados a la percepción de los consumidores hacia los diferentes precios o cambios de precios del producto o servicio.

Elasticidad de los Precios. Se aplican formulas económicas en donde la aceptación en mayor o menor grado se debe al aumento o disminución en el precio, se estima dividiendo los cambios relativos en la cantidad vendida entre los cambios relativos en precio.

Determinación del Precio en función de la Oferta

Estos factores se refieren a los objetivos, a los costos y a la naturaleza del producto.

Las investigaciones efectuadas han permitido determinar que los **objetivos** mas comunes en la determinación de precios son: 1) determinar los precios que permitan lograr un rendimiento sobre la inversión objetivo; 2) estabilizar precios y márgenes; 3) determinar precios para lograr una participación de mercado objetivo, y 4) determinar precios para enfrentar o evitar la competencia.

Consideraciones de **costos** en la determinación de precios. El precio de un producto debe cubrir los costos de producción, promoción y distribución, además de una utilidad para que el ofrecimiento tenga un valor para la empresa.

Consideraciones de **productos** en la determinación de precios. Influyen tres variables, la caducidad, la diferenciación y la etapa en el ciclo de vida del producto.

Dentro del entorno empresarial se debe tomar en cuenta a la competencia y su influencia en:

Las regulaciones gubernamentales respecto a la fijación de precios en ciertos productos.
Factores influyentes en las Decisiones para la determinación de precios:

Se debe:

Definir los mercados objetivos; estimar el potencial del mercado; desarrollar el posicionamiento del producto; diseñar la mezcla de marketing; estimar la elasticidad de precio de la demanda; estimar todos los costos relevantes; analizar los factores del entorno; establecer objetivos de precios; desarrollar la estructura de precios.²²

La determinación del precio en la prestación de asesoría en seguros al ser un bien no primario pero si necesario y al existir un mercado altamente competitivo su valor está determinado por el mercado, teniendo la posibilidad de promover un **valor agregado** con el fin de incentivar su adquisición a través de la empresa asesora, y al mismo tiempo crear una **cultura empresarial** adecuada que vaya generando el crecimiento esperado.

²² Paúl Peter y James Donnelly; Administración del Marketing; Tercera Edición 1996; Pág. 185-194 (Con ciertas modificaciones para este estudio).

2.4.1.3 Promoción

El cliente requiere un incentivo con el fin de incrementar las posibilidades de compra. P. Meter y J. Donnelly en su libro administración del marketing dicen que existen dos categorías básicas de promoción: las Ventas Personales y las Ventas No Personales (Publicidad, promoción de ventas y divulgación).

La **Mezcla de Promoción** es la utilización de Publicidad, promoción de ventas y divulgación.

Publicidad

Es el medio promocional que tiene como finalidad el aumento de utilidades a través del incremento de ventas al utilizar este medio.

El marketing utiliza de manera eficiente el medio publicitario analizando básicamente la conducta del consumidor a distintos estímulos publicitarios.

Para la **distribución de los gastos** publicitarios existen diferentes alternativas entre las posibles para este proyecto se pueden mencionar la de separar un **porcentaje de las ventas** efectuadas, que se podría dar una vez transcurrido cierto tiempo después de la puesta en marcha y El **método de actividades** en el que se formulará primero las metas publicitarias y la definición de actividades.

La **asignación** de recursos destinados a la publicidad debe darse de manera tal que se efectúe en los medios adecuados, con las cantidades correctas y en el momento oportuno para llegar al mercado objetivo.

Promoción de ventas

Es ofrecer al cliente un “valor” tangible extra que puede estar representado por un aumento del producto, un regalo extra, descuento en el valor, entre otros. Tiene como finalidad el aumento en ventas, la aplicación de promoción en la comercialización de productos tiene sus ventajas pero también posee ciertas desventajas.

Se puede mencionar que muchos de los consumidores atraídos por la promoción adquieren mucho más de lo acostumbrado, también son atraídos nuevos clientes, pero generalmente esto es momentáneo ya que una vez finalizada la promoción de ventas el consumo vuelve a niveles acostumbrados, o puede pasar también que al aplicar la promoción el producto baje de categoría según la percepción del cliente ya que siente que un producto bueno no requiere realizar este tipo de ofertas. Sin duda alguna nada está dicho en cuestión de estrategias de marketing con el fin de atraer a nuevos clientes ya que son muchas las variables que intervienen para lograr los fines deseados.

Según el estudio efectuado los consumidores requieren un servicio de calidad lo cual implica un trabajo eficiente y eficaz, que no es otra cosa que superar las expectativas (el cliente considera relevante **atención personalizada, rapidez, conocimiento y costos razonables**) del cliente con el fin de que quede satisfecho con el servicio.

Por lo tanto se prevé que la publicidad se enfoque en la calidad brindándole puntualidad en el ofrecimiento de la concreción del servicio (eficiencia), resultados óptimos (eficacia), y ofreciendo un precio adecuado, esto según las expectativas que el cliente tiene para contratar el servicio.

2.4.1.4 Distribución

“Dependiendo del tipo de servicio, el factor de intangibilidad puede determinar el uso de canales de distribución debido a la necesidad de un contacto personal entre el comprador y el vendedor. Dado que una empresa de servicio está en realidad vendiendo una idea o experiencia, no un producto, con frecuencia resulta difícil ilustrar, demostrar o presentar el servicio en uso... Las implicaciones de la inseparabilidad para aquellos aspectos que se refieren a la selección de canales de distribución y calidad el servicio son importantes. Los servicios inseparables no pueden ser inventariados y, por tanto, la venta directa es el único canal de distribución viable. La calidad en el servicio no puede ser estandarizada completamente debido a la incapacidad para mecanizar el servicio encontrado”²³

En base al estudio efectuado se destaca que los posibles demandantes prefieren conocer de manera directa (personalmente 61%) los beneficios que la adquisición de un seguro les puede brindar, seguido en menor proporción por vía internet (23%), mientras

²³ Paúl Peter y James Donnelly; Administración del Marketing; Tercera Edición 1996; Págs. 172-184.

que a través de cartas o por teléfono apenas un 8% está dispuesto a recibir información que le permita acceder a los beneficios de un contrato de seguros de vida y previsión.

Por lo tanto la estrategia para hacer llegar al posible cliente se enfocará en mantener un equipo de ventas dirigido por un experto en el área con asesores capacitados de manera adecuada que den al cliente todas las facilidades para que pueda beneficiarse de un seguro de vida y previsión, con un equipo de telemarketing que facilite la labor.. Y no se descarta la creación de una página web que incremente y facilite el acceso a la información pertinente por parte de los posibles demandantes.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

“El Estudio Técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.”²⁴

3.1 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto constituye la capacidad operativa de la empresa asesora en seguros de vida y previsión, esta capacidad operativa analizada y proveniente de un porcentaje de demanda insatisfecha que se prevé suplir tomando en cuenta la disponibilidad de capital económico disponible de fuentes propias así como de instituciones financieras.

El siguiente cuadro muestra el tamaño del proyecto que la empresa pretende cubrir durante los próximos años, para el caso estudiado el tamaño del proyecto es el número de operaciones o contratos a efectuarse por períodos anuales:

Cuadro Nº 3.1

Tamaño del proyecto:

AÑO	TAMAÑO DEL PROYECTO
2008	4028
2009	4794
2010	5588
2011	6056
2012	6540

²⁴ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 1995; Tercera Edición. Pág. 86.

2013	6968
2014	7485
2015	7712
2016	7866
2017	8024

Elaborado Por: El autor

Para este proyecto se pretende cubrir un 10% de la demanda insatisfecha, se debe considerar que el primer año de funcionamiento sólo se pretende cubrir el 60% y en los próximos años paulatinamente se incrementará este porcentaje de cobertura hasta llegar a cubrir el 100%, a partir del primer año de funcionamiento en base al crecimiento del sector y las previsiones empresariales se prevé lo siguiente: para los años dos y tres de funcionamiento se aspira alcanzar un crecimiento anual del 10%, para el cuarto y quinto se prevé un crecimiento del 5% y para los años seis y siete el 4% anual. En el transcurso de este periodo se debe permanentemente efectuar evaluaciones para la posible expansión de la empresa, con posible ingreso a nuevos mercados y o segmento escogido, esto con el fin de asegurar la vigencia de la empresa, ya que un negocio que no crece, decrecerá definitivamente.

3.2 Localización

La ubicación de la empresa asesora en seguros debe ser en un lugar que le permita desenvolverse de manera adecuada con el fin de aumentar su probabilidad de ser altamente competitiva en el medio en el que se desenvolverá. Por lo tanto la zona comercial de Quito ubicada en el norte de la ciudad (Av. Patria-NNUU) presenta estas características que permiten tanto al personal administrativo como al operativo manejarse eficientemente para concluir sus objetivos y metas de ventas y operacionales.

Para la localización se aplica una relación entre dos lugares que reúnen características similares y se diferencian por aspectos que benefician a la operatividad de la empresa asesora en seguros, una empresa dedicada a la producción de bienes en donde sin duda se requiere analizar aspectos como cercanía a materia prima o suministros entre otros aspectos que determinan mayor o menor costo a la empresa, se diferencia de una empresa de servicios como la que se encuentra evaluando al momento en las que el mercado se encuentra perfectamente delimitado en el que la zona en mención cumple satisfactoriamente los requerimientos buscados, la zona empresarial de Quito ubicada entre las avenidas Naciones Unidas y la Avenida Patria permite obtener los beneficios

buscados, como son, punto céntrico al mercado meta, facilidad para encontrar el personal adecuado y posee todos los servicios que una oficina debe tener.

En el cuadro siguiente se han escogido dos parroquias que brindan la facilidad para la empresa en estudio, y se encontró que la parroquia Iñaquito brinda una mejor ventaja con respecto a la parroquia Mariscal Sucre, por lo que se ha escogido a la parroquia Iñaquito como centro de operaciones de la empresa asesora productora de seguros.

Cuadro N° 3.2

DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA					
		MARISCAL SUCRE		IÑAQUITO	
ITEM	PESO GENERAL	PESO	PRORRATEO	PESO	PROR.
CERCANÍA AL MERCADO	3	2,8	0,28	2,9	0,29
ACCESO A PERSONAL CALIFICADO	2,5	2,5	0,25	2,5	0,25
ACCESO Y COSTOS DE SERVICIOS GENERALES	2,5	2,4	0,24	2,4	0,24
COSTO DE ARRIENDOS	2	1,9	0,19	1,9	0,19
TOTAL	10		0,96		0,97

Elaborado por: el autor del proyecto

3.3 Distribución de las instalaciones

El área de la oficina en el que funcionará la empresa asesora es de aproximadamente 60 m², que están distribuidas en:

Cuadro 3.3.

Distribución de las áreas de la empresa por m²

FUNCIONAMIENTO	AREA (m²)
GERENCIA GENERAL	15

ADMINISTRACIÓN/CONTABILIDAD	9
GERENCIA COMERCIAL	9
PERSONAL OPERATIVO (ASESORES)	10
RECEPCIÓN / SECRETARÍA	12
BAÑO	6
TOTAL	61

Elaborado Por: El autor

El área abastece los requerimientos exigidos por la empresa asesora de seguros de vida y previsión²⁵.

3.4 Proceso de ventas

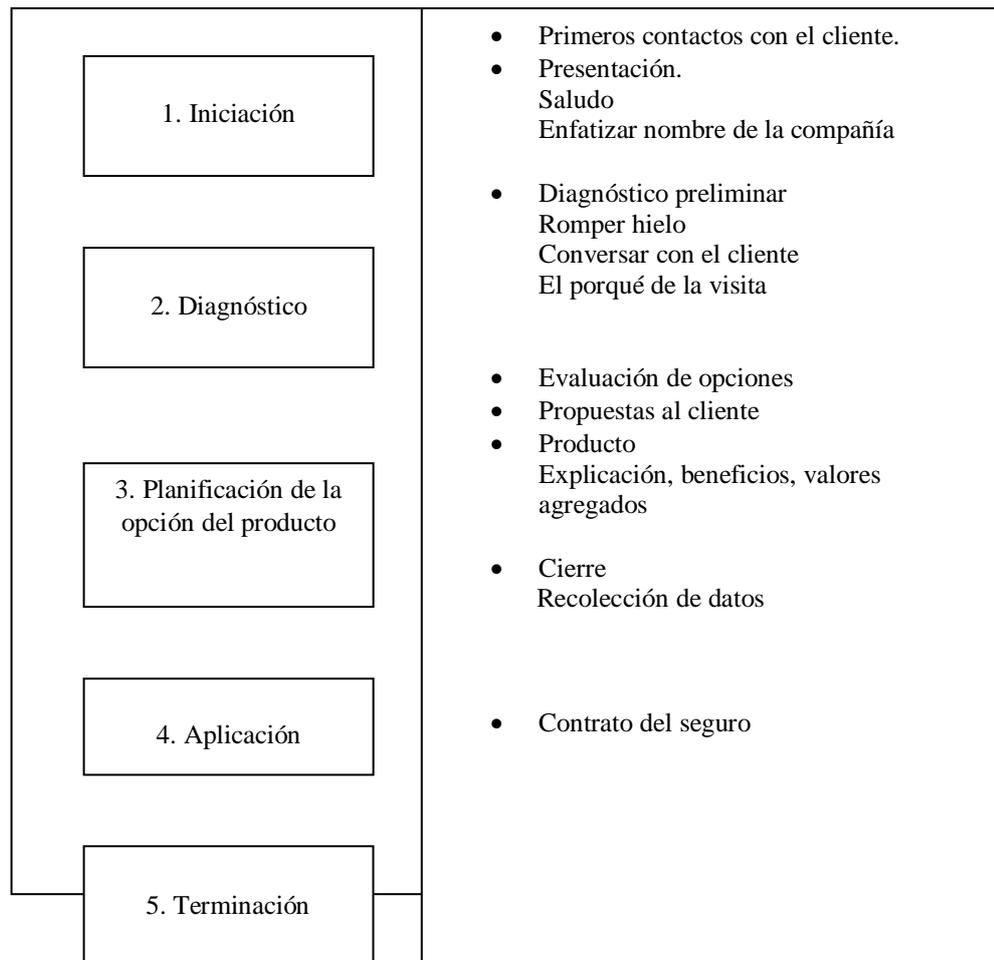
El proceso de comercialización en el asesoramiento de seguros de vida y previsión de la empresa a implementarse se presenta en el siguiente cuadro, el cual se encuentra clasificado en cinco fases que permiten al asesor concretar el proceso para la adquisición del seguro por parte del contratante, el mismo que accede a los beneficios que el producto adquirido le brinda.

El tiempo para la consecución del proceso varía en función de la eficiencia de telemarketing y especialmente la de cada asesor, además de la predisposición del cliente; el proceso que va desde los primeros contactos hasta la firma del contrato puede variar desde pocas horas hasta varios días, un punto medio puede ser el de tres días.

²⁵ El anexo 4 muestra la distribución gráfica de las áreas funcionales de la empresa.

Figura 3.1

Proceso de comercialización de la empresa asesora productora de seguros de vida y previsión



Fuente: *La Consultoría de Empresas; OIT(Oficina Internacional del Trabajo); Dirigida por Milan Kubr²⁶, modificado por el autor para la empresa asesora en seguros de vida y previsión.*

²⁶ La Consultoría de Empresas; OIT(Oficina Internacional del Trabajo); Dirigida por Milan Kubr 1994, 2° Edición. Pág. 15.

3.5 La Empresa y su organización

3.5.1 La Empresa

Tomando en cuenta que empresa es el ente productivo que mediante la utilización de recursos genera beneficios económico-sociales a todo el conglomerado que directa e indirectamente se relaciona con el mismo. Una Agencia Asesora Productora de Seguros es una empresa de servicios, que se dedica a la intermediación de seguros para cada riesgo y situación particular; la empresa ofrecerá seguros en vida y previsión, plan de jubilación y plan de ahorro para estudios.

3.5.1.1 Titularidad de la propiedad de la empresa

Las empresas asesoras productoras de seguros están controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros; para su constitución por la Superintendencia de Compañías, y en la parte tributaria por el Sistema de Rentas Internas; por lo tanto para poder ejercer legalmente sus actividades deben cumplir con todos los requisitos, entre ellos el estar legalmente constituidas y autorizadas para poder cumplir con todas sus obligaciones exigidas por la ley y al mismo tiempo ejercer sus correspondientes derechos.

A continuación se presentan varios artículos en los que se determinan diferentes derechos y obligaciones de las empresas asesoras productoras de seguros.

“Artículo 8.- La promoción para la constitución de compañías que se propongan operar como instituciones del sistema financiero, deberá ser previamente autorizada por la Superintendencia.

Se entenderá que existe promoción pública cuando se empleen medios de publicidad o propaganda haciendo llamamiento a la suscripción de acciones. En este supuesto, la oferta pública se registrará de conformidad con la Ley de Mercado de Valores, sin embargo las facultades concedidas en esa Ley para la Superintendencia de Compañías serán ejercidas por la Superintendencia de Bancos.”²⁷

Artículo 2.- Los asesores productores de seguros se clasifican en:

²⁷ Codificación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

- a) Agentes de seguros con relación de dependencia;
- b) Agentes de seguros sin relación de dependencia; y,
- c) Agencias asesoras productoras de seguros.

Artículo 3.- La actividad de los asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros, no podrá ser otra que la definida en la Ley General de Seguros.

Tipo de empresa

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

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

De los contratos

Artículo 13.- Los agentes de seguros personas naturales con relación de dependencia, deben celebrar un contrato de trabajo con una empresa de seguros.

Artículo 14.- El contrato de trabajo contendrá, además de lo exigido en el Código de Trabajo lo siguiente:

- a) Los nombres, nacionalidad, calidad en la que intervienen y el número de las cédulas de ciudadanía o pasaporte; en caso de extranjeros los permisos o autorizaciones otorgados por instituciones públicas u organismos competentes;
- b) Los derechos y obligaciones que convengan las partes, de conformidad con lo previsto en esta resolución;
- c) La solidaridad de las empresas de seguros respecto de los actos ordenados y ejecutados por estos agentes, dentro de las facultades contenidas en el contrato;
- d) La facultad de la empresa de seguros para controlar las actividades del agente; y,
- e) Cualquier otra disposición necesaria para el normal desenvolvimiento de las relaciones de las partes y el cumplimiento del objeto contractual.

Derechos, obligaciones y prohibiciones

Artículo 17.- Las comisiones por la gestión y obtención de pólizas de seguros son de libre contratación de las partes, las mismas que deben constar en los contratos de agenciamiento suscritos.

Artículo 18.- Los asesores productores de seguros tendrán derecho al cobro de la comisión cuando se haya suscrito y legalizado el contrato de seguro gestionado y pagado la prima, tanto en su contratación inicial como en los casos de renovación o restitución de suma asegurada, o en su defecto en las extensiones de vigencia de la póliza. ...

Artículo 20.- Son obligaciones de los asesores productores de seguros:

- a) Cumplir con los principios de ética profesional y evitar la competencia desleal en la asesoría, gestión y colocación de contratos de seguros;
- b) Asesorar al cliente en forma veraz, suficiente, detallada y permanente acerca de las condiciones del contrato, haciéndole conocer las mejores opciones según sus necesidades, el alcance de las coberturas, beneficios, exclusiones, primas, forma de pago, requisitos, plazos y procedimientos para reclamar el pago de indemnizaciones;
- c) Comunicar inmediatamente por escrito a la empresa de seguros cualquier modificación del riesgo, si el asegurado le participó de aquello, o por tener conocimiento directo de este particular;
- d) Asesorar al asegurado en las diligencias tendientes al cobro de la indemnización y actuar a nombre del cliente ante la empresa de seguros, siempre que cuente con poder especial para ello;
- e) Responder ante la empresa de seguros por el correcto manejo de los documentos que le han sido confiados;
- f) Cuidar que el contrato de seguro se mantenga vigente y gestionar la oportuna renovación, cuando expresamente lo haya solicitado el cliente;
- g) Devolver a las empresas de seguros los documentos y papelería que les pertenezcan, cuando dejaren de prestar sus servicios;
- h) Suscribir los respectivos contratos de agenciamiento de seguros o de asistencia médica con las empresas de seguros o de medicina prepagada, respectivamente;
- i) Cumplir las normas e instrucciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- j) Mantener bajo estricta reserva toda cotización que fuere entregada por las empresas de seguros, bajo las prevenciones de ley;
- k) Remitir anualmente adjunto a los estados financieros la nómina de los socios o accionistas y representantes legales y mantener actualizados los referidos nombramientos;
- l) Notificar por escrito en forma inmediata a la Superintendencia de Bancos y Seguros, cambios de domicilio, apertura de sucursales y agencias y cierres de las mismas; cambios de administradores y apoderados; cambios en la composición accionaria; la dirección exacta, teléfono, fax y correo electrónico;
- m) Firmar las propuestas o cotizaciones que tramiten y verificar que ellas cumplan con las exigencias técnicas del riesgo que le sean aplicables;
- n) Cumplir las normas sobre las tarifas que le suministre la empresa de seguros;
- ñ) Remitir hasta el 31 de marzo de cada año, los estados financieros, anexos y formularios del ejercicio económico anterior aprobados por la junta general de

- socios o accionistas de acuerdo al catálogo único emitido por la Superintendencia de Bancos y Seguros, formulario de declaración de impuesto a la renta; y, demás información requerida por la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- o) Pagar la contribución para el sostenimiento de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
 - p) Llevar contabilidad de acuerdo a las normas emitidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros y las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y conservar sus archivos actualizados con todos los registros de ingresos y egresos de sus operaciones sobre el giro de sus negocios a disposición de la Superintendencia de Bancos y Seguros;
 - q) Recibir a los auditores y funcionarios de la Superintendencia de Bancos y Seguros y proporcionarles la información que les sea solicitada por ellos;
 - r) Presentar a la Superintendencia de Bancos y Seguros la información de las obligaciones en documento escrito y en medios magnético o electrónico, máximo hasta el 31 de marzo de cada año;
 - s) Revalidar los certificados de autorización por ramos, de acuerdo a los términos que determine la presente resolución;
 - t) Someterse a la actualización de conocimientos cada tres años conforme a lo dispuesto en esta resolución;
 - u) Mantener vigente la póliza de errores u omisiones con un monto asegurado que corresponderá al 3% de las primas gestionadas el año anterior, mínimo US\$ 100.000; y,
 - v) Otras obligaciones que se deriven del giro propio de sus negocios de acuerdo a las normas e instrucciones impartidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros;²⁸

Estos artículos entre otros rigen el funcionamiento de las empresas asesoras productoras de seguros en el Ecuador, los mismos que sirven de bases para el desenvolvimiento regulado de este tipo de organismos.

La Empresa asesora de seguros en el ramo de vida y previsión que propongo, será una compañía de responsabilidad limitada, sujeta al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

²⁸ Resolución N° JB-2005-184; Normas, para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros.

3.6 Base filosófica de la empresa

La misión y la visión en las empresas determinan la razón de ser de las mismas y las dirigen hacia donde quieren llegar:

La empresa asesora productora de seguros de vida y previsión debe llegar de manera eficiente y efectiva a sus clientes teniendo muy claro cuales son los requerimientos, necesidades, obligaciones y beneficios (expectativas y limitaciones) que esta actividad genera tanto a la empresa como a sus clientes, por lo tanto la misión y visión se definen a continuación tomando en cuenta estas consideraciones:

3.6.1 Visión 2017

Ser la empresa líder en el mercado de las compañías asesoras productoras de seguros de vida y previsión en la ciudad de Quito y en el Ecuador.

3.6.2 Misión

Brindar a la ciudadanía Quiteña bienestar y confianza proveyéndoles de seguros de vida y previsión que les permita tener ahorro, seguridad, confiabilidad y oportunidad tanto para el individuo como para sus seres queridos.

3.7 Objetivos y estrategias empresariales

La planificación estratégica tiene como objetivo el prever los posibles resultados al aplicarse estrategias por parte de los distintos departamentos de la organización, la planificación incluye definir el plan de acción a seguir, diseñar estrategias de negocios, toma de decisiones estratégicas, análisis de aplicación de modelos de gerencia estratégica y planeación de contingencias.

Las **estrategias se definen en función de los objetivos empresariales** compatibles con los requerimientos de los clientes. Y al ser una nueva empresa asesora productora en seguros de vida y previsión que se desenvolverá en un mercado competitivo en el que la **diferenciación** muy importante para captar clientes estará dada por el servicio

ofrecido por la empresa desplegada en todos los órganos que intervienen para que el cliente al recibir el servicio tenga la plena satisfacción y supere sus expectativas, para cumplir estas aspiraciones se requiere seguir un proceso que perfectamente definido contribuirá a la consecución de los objetivos planteados desde un inicio.

Las estrategias que una empresa aplica traen ventajas netamente temporales ya que sin duda son asimiladas y puestas en práctica por otras empresas que ven en dichas acciones tomadas, otra alternativa para permanecer en el mercado, por lo tanto se debe aprovechar al máximo posible las innovaciones efectuadas con el fin de asegurar el liderazgo en el mercado.

Por lo tanto la diferencia la establece el organismo en su conjunto; se debe comenzar por establecer las políticas adecuadas de funcionamiento que aseguren el desarrollo y evolución correcta de la empresa: la gerencia general seguido por los responsables de las demás áreas en la que sus responsables deben tener habilidades suficientes en cuanto a manejo de recurso humano, capacidad de análisis, capacidad de negociación, capacidad de toma de decisiones correctas, el personal operativo debe ser lo suficientemente profesional, de tal forma que se encuentre plenamente informado y capacitado acerca de todos los beneficios que el seguro de vida y previsión brinda a todos sus asegurados. La organización debe estar perfectamente involucrada en que se cumplan todas las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio adquirido, que sin duda esta relacionado al que ofrece la compañía aseguradora.

- Entre los objetivos planteados por la empresa se encuentra el concretar la visión empresarial hasta el año 2017, mediante el cumplimiento eficiente y eficaz de la misión.
- Crecer en el mercado a un promedio anual aproximado al diez por ciento, y superar aún más este crecimiento en el aspecto económico debido a los altos ingresos que superan altamente a los egresos pronosticados.
- Crear una cultura de servicio dando “empowerment” especialmente al área comercial.

Para determinar las alternativas en las que la empresa puede diferenciarse es necesario analizar el funcionamiento de la organización de manera interna y externa, se debe efectuar un especial análisis a la mezcla de marketing establecida: el producto; el precio; la promoción y a la forma de hacer llegar el bien o servicio al cliente.

Con este fin se efectuará un análisis FODA para la empresa asesora productora en seguros de vida y previsión; este análisis consiste en determinar cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa en estudio, es decir se evalúa cual es la condición empresarial interna y externamente, y se tratará en lo posible de formular estrategias que permitan aprovechar oportunidades, evitar amenazas, obtener beneficios de las fortalezas, y mitigar las debilidades:

CUADRO 3.4
ANÁLISIS FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Empresa nueva, nuevas ideas. * Apertura y flexibilidad gerencial. * Posibilidad de construir una cultura empresarial correcta. * Asociación a una de las mejores empresas del medio en seguros de vida y previsión. * Perspectivas económicas elevadas. 	<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Falta de experiencia operativa. * Nueva empresa mercado antiguo (construir credibilidad en clientes y proveedores). * Poder de negociación de los proveedores.
<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> * Existencia de un alto porcentaje de demanda insatisfecha. * Crecimiento persistente en la aceptación del producto. * Tendencia al ahorro y previsión. 	<p style="text-align: center;">Estrategia MAXIMAXI</p> <p>Se refiere al uso de fortalezas para aprovechar oportunidades.</p>	<p style="text-align: center;">Estrategia MINIMAXI</p> <p>Vencer debilidades y aprovechar las oportunidades.</p>

<u>AMENAZAS</u>	Estrategia MAXIMINI	Estrategia MINIMINI
* Ingreso permanente de nuevos competidores. * Guerra de precios que se dan en el mercado de seguros constantemente. * Inestabilidad política, que genera inestabilidad económica.	Uso de fortalezas para enfrentar o evitar las amenazas.	Reducir a un mínimo las debilidades y evitar las amenazas.

Elaborado por: el autor del proyecto

- Estrategia **MAXIMAXI**
 - **Promover una cultura organizacional con valores y principios fundamentados en justicia y equidad.** Con el fin de utilizar las fortalezas con las que cuenta la empresa para aprovechar las oportunidades que el medio ofrece, y tomando en consideración que uno de los aspectos más relevantes en el ramo de seguros es la representatividad con la que el broker cuente, el mismo que en nombre de la aseguradora comercializa el producto respaldado por varios organismos y entes de control entre otros aspectos que fortalecen a la asesora en seguros siguiendo con la misma línea de la compañía aseguradora y **promoviendo una cultura de servicio** que le permita llegar de manera óptima al cliente interno y por extensión al cliente externo.

- Estrategia **MINIMAXI**
 - **Construcción de una sólida credibilidad.** El tiempo es el encargado de fortalecer a las organizaciones, por lo cual, el broker de seguros se fundamentará en principios sólidos que permitan construir la credibilidad necesaria con el fin de que el cliente sienta el total respaldo y confianza.
 - **Mantener un eficiente grupo capacitador** que contribuya a la **excelencia del personal asesor de seguros** que se involucre directamente con el cliente y contribuya a los objetivos de la empresa.

- Estrategia **MAXIMINI**

- Sin duda una de las fortalezas del broker es el respaldo que le ofrece la compañía aseguradora, la seriedad con la que ésta ha trabajado durante mucho tiempo le permitirá trabajar con seguridad, confianza y el optimismo que se requieren para poder operar con normalidad en un medio tan convulsionado, por lo tanto, **la mejor estrategia** es el **involucrarse con una empresa aseguradora que le brinde este apoyo institucional**, esto definitivamente permitirá contrarrestar la inestabilidad que un medio tan competitivo mantiene.
- Estrategia **MINIMINI**
 - Dado que las debilidades se dan en relación a la inexperiencia organizacional se **contratará personal con un buen conocimiento** en seguros de previsión y vida, además, se contará con apoyo recibido por la compañía aseguradora en todos los aspectos relacionados a la buena operatividad del broker.

La puesta en práctica de las estrategias descritas permitirá asignación de recursos necesarios, ampliar operaciones o diversificarlas, entrar a otros mercados geográficos, es decir, impulsará a la consecución de los objetivos planteados y esperados por la empresa.

El **benchmarking** es la comparación de las prácticas empresariales con las de la competencia que tiene como finalidad el encontrar las mejores alternativas de llevar a cabo los procesos para optimizar los existentes; esta herramienta es perfectamente aplicable en un mercado cada vez más exigente.

Cada estrategia a aplicarse debe cumplir con ciertas condiciones, como mantenerse en el tiempo al mismo tiempo que debe ser flexible y capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes.

3.8 Principios y valores

La empresa asesora productora de seguros de vida y previsión actuará en base a valores y principios basados en los códigos de ética promovidos para el sector además de los valores de justicia, honestidad y equidad que se reflejara en la actuación de cada miembro de la organización.

“Los valores en la sociedad, en la cultura y en la persona

Los valores, dentro de la sociedad, encuentran su primera encarnación en el puesto que a cada uno le atribuye la sociedad (status), el cual depende de la familia y ascendencia, de la riqueza y fortuna, de la instrucción o educación, de la utilidad que ofrece dada la función que desempeña en la sociedad (utilidad funcional), de la religión y hasta los rasgos biológicos o raciales.

Las instituciones fundamentales de la sociedad como son la familiar, la educativa, la económica, la política, la del esparcimiento y la religiosa, se constituyen como pautas de comportamiento, roles, relaciones y procesos sociales. Allí están los valores y todo esto, en su conjunto es la *cultura*. Parte de ésta se trasmite de una generación a otra (herencia cultural) y parte se debe al medio coexistente. Es decir, que algunos valores son heredados, mientras otros son creados al presente.

Los **valores** están relacionados con la propia existencia de la *persona*: configuran y modelan sus ideas, condicionan sus sentimientos y rigen su conducta. Las personas captan los valores en un acto de intuición emocional. De allí que el universo de los valores está cargado de emoción y sentimiento.”²⁹

Cultura Empresarial

“La cultura organizativa es un constructo constituido por dos niveles que incluyen tanto las características observables como inobservables de la organización. A nivel observable, la cultura incluye diversos aspectos de la organización, como la arquitectura, la forma de vestir, los patrones de comportamiento, las reglas, las historias, los mitos, el lenguaje y las ceremonias. A nivel inobservable, la cultura está formada por valores, normas, creencias y presunciones compartidas de los miembros de la organización. La cultura es el modelo o configuración de estos dos niveles de características que orienta y dirige a los miembros de la organización en el manejo de problemas y su entorno.”³⁰

Calidad en la Prestación del Servicio

²⁹ Arellano Escobar E.; 14 Lecciones Sobre Valores; Auspiciada por la Embajada Británica Quito y la Fundación Esquel; Editorial AH; Segunda Edición año 2001; Pág. 14

³⁰ Hodge, B.J; Anthony, W.P; Gales, L.M; Teoría de la Organización, Un Enfoque Estratégico; Prentice Hall; Edición N° 5; año 1996; Pág. 252.

La Calidad es uno de los factores de mayor trascendencia para un óptimo desarrollo y concreción en el proceso de prestación de servicios, no sólo es la obtención de buenos resultados, sino un proceso en el que cada acción y de manera paulatina se van creando beneficios mutuos en la interacción empresa-cliente.

Paúl Peter y James Donnelly (1996)³¹ la calidad se define como un determinante entre el servicio recibido y el esperado, determinantes para su definición se presentan a continuación:

“Confiabilidad, implica la constancia y coherencia del desempeño. Por ejemplo, ¿envía siempre un banco los estados de cuenta sin errores?.

Capacidad de Respuesta, se refiere a la disposición y actitud de los empleados para proporcionar el servicio. Por ejemplo, ¿ve un médico a sus pacientes el mismo día en que ellos llaman para decirle que están enfermos?.

Competencia, significa poseer las habilidades y conocimientos necesarios para proporcionar el servicio.

Acceso, implica facilidad de acercamiento y contacto.

Cortesía, significa amabilidad, respeto, consideración y actitud amistosa del personal que tiene contacto con el cliente.

Comunicación, significa mantener a los clientes informados en un lenguaje que puedan entender. También significa escuchar a los clientes.

Credibilidad, implica confianza, convencimiento y honestidad.

Seguridad, es estar libre de peligros, riesgos o dudas.

Entender al cliente significa hacer un esfuerzo por entender sus necesidades

Tangibles, incluye la evidencia física del servicio.”

Estas consideraciones descritas son importantes sin duda alguna en la prestación de servicios para mantener una calidad aceptable por parte de la empresa asesora productora de seguros de vida y previsión.

3.9 La organización

La organización empresarial es el eje que regula el funcionamiento del ente institucional, en el cual se especifican normativas, procedimientos, estructuras organizativas y

³¹ Modificado para el presente documento tomado de Paúl Peter y James Donnelly; Administración del Marketing; Tercera Edición 1996; Pág. 206.

funcionales. Un organigrama es la representación gráfica de estas estructuras y/o funciones de los diferentes departamentos que conforman la empresa (gerencia general, gerencias de marketing, administrativos, personal operativo, etc):

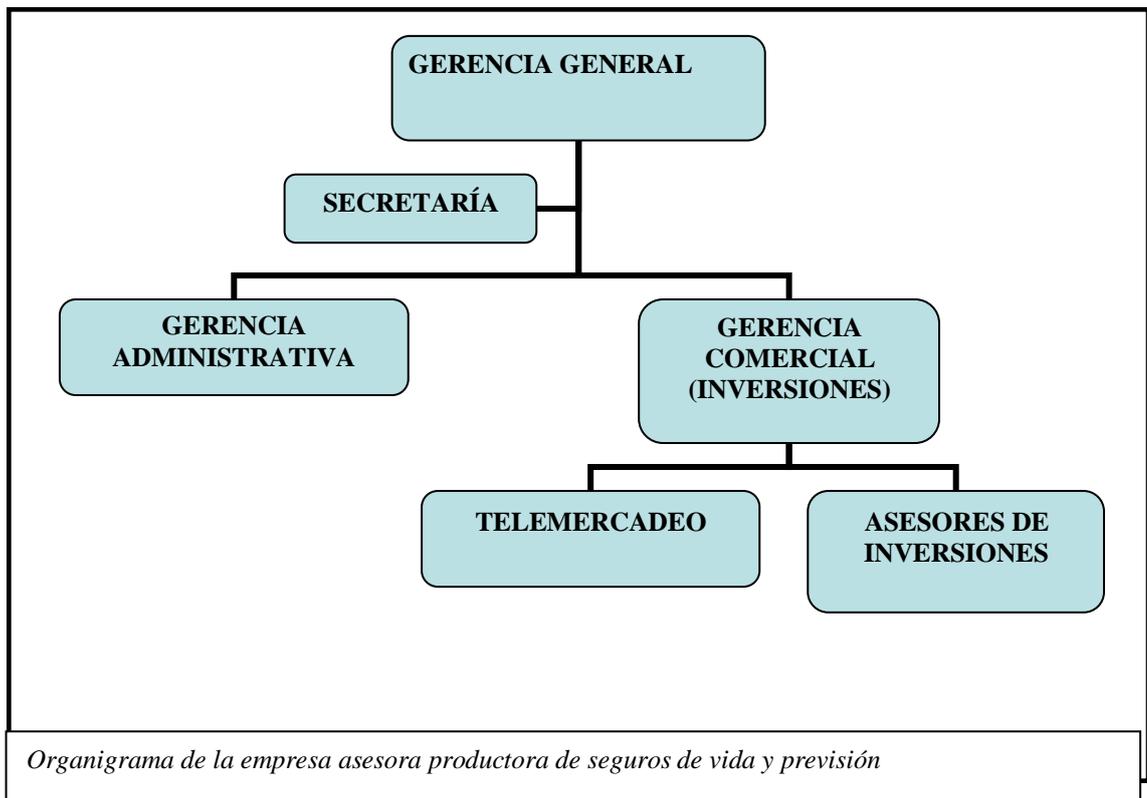
“La **diferenciación horizontal** (organigrama horizontal) que hace referencia a la división del trabajo en tareas y subtareas a un mismo nivel organizacional, y viene representada por el número de individuos o unidades que lo configuran, algunos investigadores consideran la diferenciación horizontal como el grado de especialización ocupacional, la actividad ocupacional específica y la formación profesional necesaria para la realización de tareas concretas... La **diferenciación vertical** hace referencia a la división del trabajo según el nivel de autoridad, jerarquía o cadena de mando y es conocido como **proceso escalar**. Aquí el trabajo se divide según la autoridad que tiene cada unidad o persona sobre otra unidad o persona de la organización, estando esta diferenciación representada por el número de niveles distintos en una empresa... La **diferenciación espacial** o **dispersión** puede ser tanto vertical como horizontal, ya que sólo implica la situación geográfica de distintas actividades organizativas. Este es el caso típico de empresas multinacionales que realizan operaciones en distintos países.”³².

3.9.1 Organigrama

FIGURA 3.2

Organigrama de la empresa asesora productora de seguros de vida y previsión.

³² Hodge, B.J; Anthony, W.P; Gales, L.M; Teoría de la Organización, Un Enfoque Estratégico; Prentice Hall; Edición N° 5; año 1996; Págs. 30-33.



Elaborado por: El Autor del proyecto

En el esquema presentado se muestra un organigrama vertical en el que se determina la jerarquización a implantarse en la empresa, en donde la Gerencia General es responsable de todas las áreas organizacionales, la Gerencia Administrativa y la Gerencia Comercial a su vez tienen a su cargo las correspondientes subáreas, cabe recalcar que mientras la empresa evolucione de acuerdo al crecimiento esperado será necesario implantar nuevas áreas como la financiera que por el momento está bajo la responsabilidad del Gerente Administrativo, así como el área de sistemas informáticos tan necesario en toda empresa que requiere de un soporte que le permita manejar la información de manera adecuada.

Esta representación clásica en la que se determinan jerarquías, pero dentro de la empresa también existirá la libertad necesaria en la que la comunicación y el debido empoderamiento que se les da a los empleados contribuirá a un manejo y desarrollo empresarial consistente con las tendencias actuales en cuanto a desarrollo humano y empresarial se refiere.

3.9.2 Funciones y evaluación del desempeño

Gerencia General

La Gerencia General es el órgano dirigido por el Gerente General responsable del óptimo funcionamiento de la empresa y que la representa ante las distintas instancias externas.

En la empresa asesora productora de seguros las **funciones** del gerente serán las siguientes:

Es el responsable del desempeño de sus subordinados y de su evaluación, así tenemos que quien evalúa el desempeño del personal es el propio gerente o supervisor, que establece los medios y los criterios para tal evaluación.

Gerencia Administrativa

La Gerencia Administrativa es el organismo que soporta de manera directa a la Gerencia General, planificando, organizando, dirigiendo y controlando actividades como la contable y de personal en la empresa.

El gerente administrativo al tener a su cargo áreas importantes como la organizacional y la contable, su conocimiento y experiencia en el manejo de estos recursos debe ser acorde a la importancia que estas áreas clave requieren.

Gerencia Comercial

Una de las actividades de mayor importancia en la empresa es la comercial debido a que de esta depende directamente la obtención de los recursos que se generan.

La Gerencia Comercial órgano que debe tener en cuenta que su objetivo no es solamente el colocar los productos en el mercado, si no también manejar adecuadas estrategias que le permitan a la empresa mantenerse y crecer a través del tiempo que es la meta de toda organización que desea alcanzar el éxito.

La Gerencia Comercial tendrá a su cargo el área de **telemercadeo** que tiene como funciones el entablar una primera entrevista con los posibles interesados facilitando y optimizando su rendimiento de esta manera ayuda al trabajo de los asesores de seguros.

También a cargo de la Gerencia Comercial se encuentra la **Gerencia de Inversión** que estará a cargo de los asesores de inversión (seguros), este departamento en la empresa es el que representa la primera imagen que tiene el cliente con respecto a la empresa, por ende la persona a cargo debe tener los conocimientos y experiencia adecuada que incentive a los asesores al mejoramiento continuo.

Secretaría

Como asistente de gerencia la secretaria está al tanto de toda la agenda de la Gerencia General, además estará a cargo de la recepción de los clientes que se comunican o ingresan a las instalaciones de la empresa, por lo cual debe cumplir a cabalidad con requisitos como: Presencia Física, Educación Especializada, Don de Gentes y Dinámica, entre otros aspectos por cumplir.

Otra función de la secretaria será la de estar a cargo del personal de servicios, en este caso del mensajero y la persona encargada de limpieza y servicios varios.

Evaluación del desempeño

Un reglamento interno permite definir de manera adecuada las funciones y actividades de cada ente dentro de la institución, deben estar regidos por los estatutos y normativas internas, que a su vez se rigen por las leyes estipuladas por los organismos de control.

Para la **evaluación del desempeño** existen varias metodologías desarrolladas por diferentes organismos e individuos preocupados por la eficiencia y eficacia del personal que efectúa las distintas actividades dentro de la empresa, una combinación adecuada de estas metodologías permitirá a la empresa determinar el rendimiento con estándares que promuevan el mejoramiento continuo dentro de la institución, la aplicación de normas de calidad como las **ISO**³³ que determina procesos con el fin de llevarlos a cabo de la mejor manera posible es una de las mejores alternativas para concluir este fin.

³³ En el anexo N° 3 se detallan los pasos necesarios para la implantación de las normas de calidad ISO.

CAPITULO 4

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Generalidades

Una vez definido el funcionamiento y operatividad del proyecto se determina la inversión necesaria requerida para el correcto funcionamiento de la empresa asesora productora de seguros. Se determina el activo fijo, activo intangible y el capital de trabajo que constituyen la inversión total de la cual se desprende el capital propio y el capital requerido de terceros, en este caso el capital financiado por las instituciones financieras del país.

“Aspectos trascendentales para el porvenir de las empresas como los programas de inversión y el empleo de utilidades, están influenciados por las decisiones en materia de financiamiento. En este campo, es responsabilidad de la dirección obtener eficientemente recursos que contribuyan a minimizar el costo de capital. Este término hace alusión al costo de las diferentes fuentes de financiamiento con las cuales se respalda la gestión empresarial. En el caso de los proyectos de inversión, la importancia de cuantificar el costo de capital estriba en conocer el grado en que la tasa interna de retorno o rendimiento de los fondos invertidos permite absorberlo... En consecuencia, **el costo de capital representa la tasa mínima de rentabilidad necesaria para justificar el uso de fondos**, por lo que cualquier empresa debe preocuparse por la fijación de la **mezcla óptima de las fuentes de financiamiento internas y externas**, ya que la mayor diferencia lograda entre la rentabilidad y el costo de dichas fuentes acarreará la maximización del valor de la empresa.... La necesidad de seleccionar apropiadamente las fuentes de financiación surge de reconocer que los recursos son limitados, costosos y, en consecuencia, se requiere definir las estructuras del financiamiento y del capital, y considerar no solo el costo atribuido a cada recurso, sino otros como el riesgo, la autonomía, el grado de concentración accionario y de utilidades por acción o por cuota de interés social, entre otros.

La **estructura financiera** versa sobre la composición de los canales de financiamiento que respaldan la totalidad de los activos poseídos por cualquier organización productiva, en tanto que la **estructura de capital** está representada por la deuda a largo plazo, las

acciones preferentes y el capital contable de los accionistas, compuesto por las acciones comunes, el superávit pagado y la cuantía acumulada de las utilidades retenidas.”³⁴

4.1. Inversiones

Las inversiones se componen en su generalidad de inversiones en activos tangibles, inversiones en activos intangibles, y en capital de trabajo, este último de gran importancia, y que se relaciona directamente con la solvencia y liquidez en la empresa a través del activo corriente y el pasivo corriente.

Cuadro 4.1
INVERSIONES EN DÓLARES

DESCRIPCIÓN	VALOR
ACTIVOS FIJOS	49383
ACTIVOS INTANGIBLES	2958
CAPITAL DE TRABAJO	12914
TOTAL INVERSIÓN	65255

Elaborado por: El autor del proyecto

4.1.1 Inversiones en activos tangibles

“Se entiende por activo fijo tangible o fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante).”³⁵

4.1.1.1 Oficina

Se requiere de un área aproximada de 61 m², el siguiente cuadro nos muestra su valor aproximado:

Cuadro 4.2
Valor de la Oficina (En USD)

³⁴ Ortiz Gómez Alberto; Gerencia Financiera Un Enfoque Estratégico; McGraw-Hill; Bogotá 1994; Pág. 249.

³⁵ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 165

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OFICINA	M2	61	700	42.700
SUBTOTAL				42.700
IMPREVISTOS 2%				854
TOTAL				43.554

Elaborado por: El autor del proyecto

4.1.1.2 Muebles y Enseres

Para una distribución apropiada y acorde a las necesidades del personal que laborará en la oficina se requiere del siguiente mobiliario, especificado en el cuadro, 4.3:

Cuadro 4.3

Inversión en Muebles y enseres (En USD)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIOS	5	180	900
SILLAS RECLINABLES	5	75	375
SILLAS AUXILIARES	6	15	90
SOFA	1	150	150
MESA DE TRABAJO	1	120	120
ARCHIVADORES	3	100	300
LIBREROS	1	80	80
CAFETERA	2	45	90
DISPENSADOR AGUA	2	30	60
SUBTOTAL			2.165
IMPREVISTOS 2%			43,3
TOTAL			2.208

Elaborado por: El autor del proyecto

4.1.1.3 Equipos de Oficina

El equipo de oficina es requerido por el personal de la empresa, todos necesarios para el normal desenvolvimiento empresarial.

Cuadro 4.4

Inversión en equipos de oficina (En USD)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	VALOR
-------------	----------	-------	-------

		UNITARIO	TOTAL
FAX	1	120	120
CALCULADORA	2	75	150
TELÉFONO	7	40	280
SUBTOTAL			550
IMPREVISTOS 2%			11
TOTAL			561

Elaborado por: El autor del proyecto

4.1.1.4 Equipos de Computación

Los equipos de computación necesarios para el normal desenvolvimiento empresarial están representados en el siguiente cuadro.

Cuadro 4.5
Inversión en equipos de computación (En USD)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORA		4	600	2400
IMPRESORA		1	600	600
SUBTOTAL				3.000
IMPREVISTOS 2%				60
TOTAL				3.060

Elaborado por: El autor del proyecto

4.1.2. Inversiones en activos intangibles

“Se entiende por activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, télex, agua, corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa, etc.”³⁶

³⁶ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 165.

Cuadro 4.6

Inversión en Activos Intangibles (En USD)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPAÑÍA LIMITADA		1	400	400
OTROS		1	1000	1000
SUBTOTAL				1.400
IMPREVISTOS 2%				28
TOTAL				1.428
SOFTWARE		1	1500	1.500
IMPREVISTOS 2%				30
TOTAL				1.530
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES				2.958

Elaborado por: El autor del proyecto

4.1.3 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo es el capital necesario para el funcionamiento en las operaciones de la empresa. Contablemente es la resultante de la diferencia entre el Activo Corriente y el Pasivo Corriente. Son **necesidades Permanentes** del capital de trabajo, sueldos o remuneraciones, tanto del personal administrativo y de apoyo, así como el operativo de acuerdo a los programas en el ofrecimiento del servicio.; servicios básicos, pagos financieros y seguros. El capital de trabajo puede ser, Permanente (Actividad Normal); Temporal (Temporadas Altas), y Especial (Imprevistos: subidas de precios, escasez, paros).

Cuadro 4.7

CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO (En USD)

DESCRIPCIÓN	VALOR AÑO	C. T.
-------------	-----------	-------

		MENSUAL
MANO OBRA DIRECTA	54.723	4.560
SEGUROS	210	17
MANTENIMIENTO Y REPUESTOS	988	82
GASTOS ADMINISTRATIVOS	48.226	4.019
GASTOS GENERALES	5.018	418
GASTO VENTAS	42.248	3.521
GASTOS FINANCIEROS	3.550	296
TOTAL	154.963	12.914

Elaborado por: El autor del proyecto

El capital de trabajo se lo ha determinado para cada mes y se ha estimado que se recibirán ingresos que permitirán a la empresa asesora en seguros operar con normalidad, este capital de trabajo es el permanente dedicado a suplir las necesidades normales empresariales.

4.2 Financiamiento

4.2.1 Generalidades

“La evaluación hecha de las ventajas y desventajas atribuidas a diferentes fuentes de financiamiento llevaría a deducir que las empresas obtienen indudables beneficios con el empleo sistemático de la palanca, o sea, apoyando los planes permanentes y de desarrollo con recursos del crédito, sin pasar por alto la oportunidad de endeudarse mediante la colocación de bonos no convertibles en acciones en el mercado de capitales. Sobre el particular, a los accionistas les convendría aportar los capitales iniciales demandados por la formación de la empresa , y garantizar una situación financiera sana, para asegurar el otorgamiento de créditos o el suministro de recursos por parte de quienes quieren bonos en teoría, el impacto del apalancamiento financiero sobre el rendimiento de las acciones comunes, actuaría a favor de una política de financiamiento sustentada en minimizar la participación relativa del capital social como parte de la estructura financiera. Sin embargo al clasificar las deudas como cargas fijas, de riguroso cumplimiento y cuyo no pago promueve acciones legales, es evidente que el endeudamiento está limitado por la posición de liquidez presupuestada en función de las expectativas comerciales, aceptándose así que **el potencial de deuda está limitado por la capacidad real de pago factible por los flujos de efectivo.**

Para determinar la combinación óptima de financiamiento que coadyuve a maximizar las utilidades por acción común, deben cotejarse las opciones existentes según el análisis

de sensibilidad aplicado a los pronósticos de utilidades optimistas y pesimistas. Dichos pronósticos pueden presentarse en la vida de la empresa, cuando se aborda el estudio de financiamiento de un proyecto de inversión o cuando se formulan los planes cotidianos.

El análisis de sensibilidad permite concretar el punto de equilibrio del valor de utilidades antes de impuestos e intereses en el que es indiferente endeudarse o capitalizar los recursos frescos provenientes de los socios actuales o potenciales. La posición de equilibrio se alcanza cuando las diversas alternativas de financiamiento generan el mismo valor de ganancia por acción.³⁷

4.2.2 Cuadro de Fuentes y Usos

Consiste en detallar el origen de los recursos y la aplicación de los fondos a cada uno de los rubros invertidos en el proyecto.

Cuadro 4.8

Cuadro de Fuentes y Usos del capital

Concepto	Valor \$	Préstamo		Recursos Propios	
		%	Valor \$	%	Valor \$
Oficina	43.554	70%	30.488	30%	13.066
Equipos de computación	3.060	0%	0	100%	3.060
Equipo de oficina	561	0%	0	100%	561
Muebles y Enseres	2.208	0%	0	100%	2.208
Activos Fijos Intangibles	2.958	0%	0	100%	2.958
Capital de Trabajo	12.914	0%	0	100%	12.914
Total	65.255	0,47	30.488	0,53	34.767

Elaborado por: El autor del proyecto

Análisis financieros posteriores de los índices de cobertura, solvencia, liquidez, entre otros, demuestran que es perfectamente factible el obtener un porcentaje alto de recursos de terceros, este préstamo se lo obtendrá para seis años plazo.

4.3 Amortización

³⁷ Ortiz Gómez Alberto; Gerencia Financiera Un Enfoque Estratégico; McGraw-Hill; Bogotá 1994; Pág. 273.

La amortización está presente en el pago incluido en la cuota periódica establecida, esta además servirá para los descuentos en los flujos reales de efectivo en los que la empresa incurre.

El procedimiento de cálculo se lo efectúa a través de diferentes ecuaciones matemáticas y dependiendo del acuerdo de financiamiento del capital en la institución financiera, para el presente proyecto se ha determinado realizarlo a través de pagos periódicos, los mismos que corresponden a 12 cuotas semestrales, el interés anual es de 12%, por lo tanto es necesario determinar la cuota semestral, representada en la siguiente fórmula matemática.

$$A = P \left(\frac{(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

Donde:

A = Cuota

P = Capital financiado

n = Número de periodos acordados

i = Interés del período acordado

Por lo tanto:

$$A = 30.488 \frac{(1+0.06)^{12}}{(1+0.06)^{12} - 1}$$

A = 3.636 USD semestrales

Este resultado nos indica que se debe pagar 12 cuotas semestrales de 3.636 USD, la misma que incluye intereses y la respectiva amortización.

Cuadro 4.9

TABLA DE AMORTIZACIÓN (En USD)

Periodo		Pagos Periódicos	Interés Semestral	Amortización Semestral	Saldo Insoluto	Interés Anual	Amortización Anual
Semestre	Semestre						
	30488						
1	28.681	3.636	1.829	1.807	28.681		
2	26.765	3.636	1.721	1.916	26.765	3.550	3.723
3	24.734	3.636	1.606	2.031	24.734		
4	22.582	3.636	1.484	2.152	22.582	3.090	4.183
5	20.300	3.636	1.355	2.282	20.300		
6	17.882	3.636	1.218	2.418	17.882	2.573	4.700

7	15.318	3.636	1.073	2.564	15.318		
8	12.601	3.636	919	2.717	12.601	1.992	5.281
9	9.720	3.636	756	2.880	9.720		
10	6.667	3.636	583	3.053	6.667	1.339	5.934
11	3.431	3.636	400	3.236	3.431		
12	0	3.636	206	3.431	0	606	6.667
TOTAL			13.150	30.488		13.150	30.488

Elaborado por: El autor del proyecto

CAPITULO 5

ESTUDIO ECONÓMICO

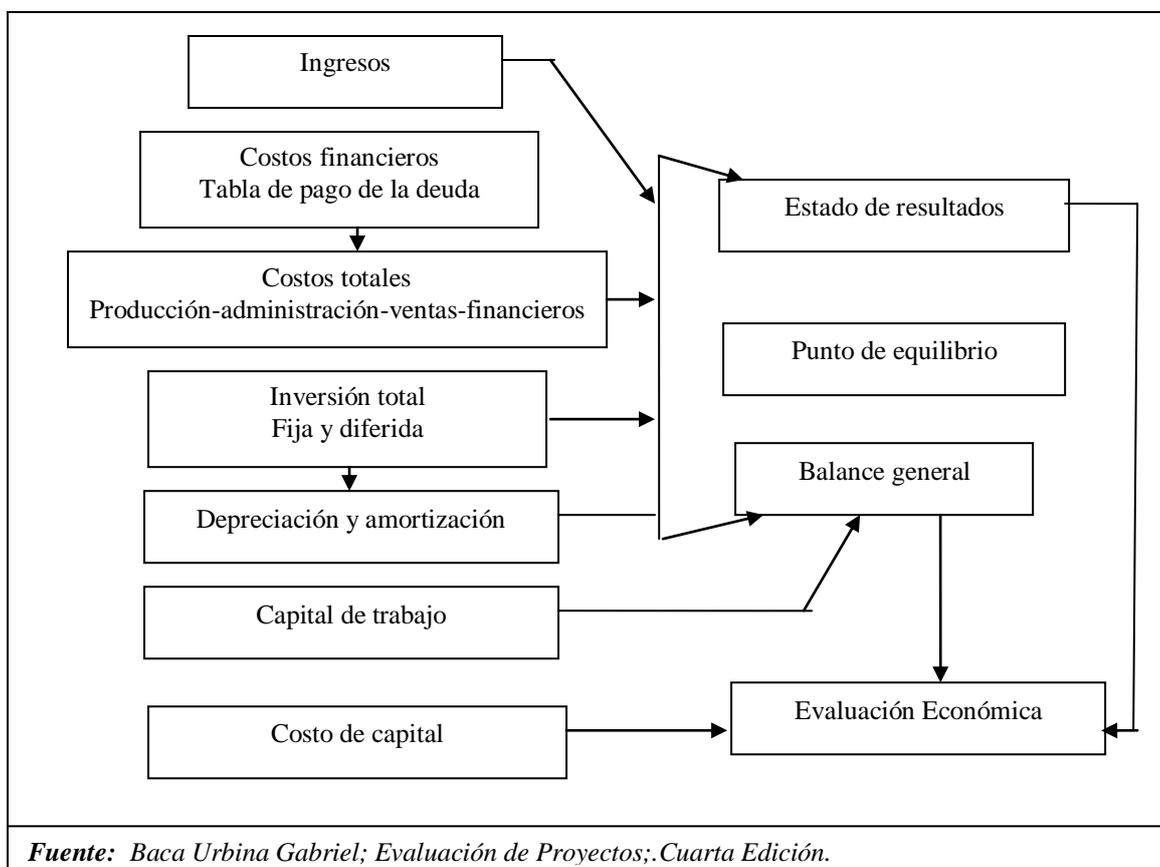
Generalidades

Una vez determinado el estudio técnico el estudio económico será fácilmente realizable, debido a que depende del mismo para su correcta definición. Así dependiendo del tamaño del proyecto, es decir, su capacidad de producción, en este caso la capacidad de servicio de consultoría, se requerirá de mayor o menor mano de obra directa, un espacio físico adecuado, además, un mayor o menor personal administrativo, esto solo como ejemplo a la influencia que tiene la evaluación del estudio técnico en el estudio económico para una correcta evaluación del proyecto.

La siguiente figura tomada de Baca Urbina Gabriel, en su libro evaluación de proyectos; "Muestra la estructuración general del análisis económico. Las flechas indican donde se utiliza la información obtenida en este cuadro. Por ejemplo, la inversión fija y diferida son la base para calcular el monto de las depreciaciones y amortizaciones anuales, el cual, a su vez, es un dato que se utiliza tanto en el balance general como en el punto de equilibrio y en el estado de resultados. La información que no tiene flecha antecedente, como los costos totales, el capital de trabajo y el costo de capital, indica que esa información hay que obtenerla con investigación. Como se observa, hay cuadros de información, como el balance general y el estado de resultados que son síntesis o agrupamientos de información de otros cuadros.

Fig. 5.1
Estructuración del análisis económico.³⁸

³⁸ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill; Cuarta Edición 2000; Pág. 160.



5.1 Costos de Producción

5.1.1 Mano de Obra Directa

La mano de obra directa corresponde al valor en dólares que los asesores productores de seguros reciben, la empresa productora asesora en seguros de vida y previsión da a sus vendedores el 25% de las ventas por operación tres meses consecutivos, mas un 20% de premio por superar cierta cantidad vendida (300 USD), una vez depositado el respectivo valor correspondiente a su seguro por parte del cliente en la cuenta de la compañía de seguros.

Cuadro 5.1
MANO DE OBRA DIRECTA (En USD)

DESCRIPCIÓN	Q	SUELDO	MOVILIZACION	COMISIONES 25%	PREMIOS	TOTAL MES	TOTAL AÑO
-------------	---	--------	--------------	-------------------	---------	--------------	--------------

ASESOR	5	200	100	245	201	747	17.800
SUBTOTAL		1.000	500	1.227	1.007	3.734	53.650
IMPREVISTOS						8.963	1.073
TOTAL							54.723

Elaborado por: El autor del proyecto

El cálculo esta efectuado con formulaciones en excel en las que decimales variarán en cierta medida valores sumados, además se debe considerar que, el valor del total recibido al año difiere del valor mensual debido a que el ingreso por una operación o seguro ubicado, el asesor recibe por tres meses el mismo porcentaje (25% del valor del seguro).

5.1.2 Seguros

Dado que el riesgo se encuentra presente en el medio en que se realiza cualquier actividad, los gastos en seguros son necesarios ya que tienen como finalidad el anticipar cualquier posible imprevisto en los activos que la empresa posee para su normal desenvolvimiento.

Cuadro 5.2.

Costo de seguro de los activos tangibles de la empresa en proyecto (En USD)

Concepto	Valor	%	Costo Seguro Mes	Costo Seguro Año
Oficina	43.554	0,0032	11,69	140,24
Muebles y Enseres	2.208,30	0,0032	0,59	7,11
Equipos de oficina	561,00	0,0173	0,81	9,68
Equipos de computación	3.060,00	0,0173	4,40	52,79
Total Seguros Año			17,48	209,82

Elaborado por: El autor del proyecto

Cuadro 5.2

Costo de seguro ACUMULADO de los activos tangibles (En USD)

AÑOS	OFICINA	MUEBLES Y ENSERES	EQUIPOS DE OFICINA	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	TOTAL
1	140,24	7,11	9,68	52,79	209,82
2	133,23	6,40	8,71	35,19	183,53
3	126,22	5,69	7,74	17,60	157,24
4	119,21	4,98	6,77	52,79	183,74
5	112,20	4,27	5,81	35,19	157,46
6	105,18	3,56	4,84	17,60	131,17
7	98,17	2,84	3,87	52,79	157,67
8	91,16	2,13	2,90	35,19	131,38
9	84,15	1,42	1,94	17,60	105,10
10	77,13	0,71	0,97	52,79	131,60

Elaborado por: El autor del proyecto

5.1.3 Mantenimiento y Reparación

El mantener a los activos tangibles en buen estado es necesario para lo cual se destina un porcentaje mensual de su costo de adquisición.

Cuadro 5.3.

Mantenimiento y reparación de los activos tangibles de la empresa en estudio (En USD)

Concepto	Valor	%	Costo Mantenimiento Mes	Costo Mantenimiento Año
Oficina	43.554,00	0,02	72,59	871,08
Muebles y Enseres	2.208,30	0,02	3,68	44,17
Equipo de oficina	561,00	0,02	0,94	11,22
Equipos de Computación	3.060,00	0,02	5,10	61,20
Total Seguros Año			82,31	988

Elaborado por: El autor del proyecto

Cuadro 5.3.1

Mantenimiento y reparación ACUMULADA de los activos tangibles de la empresa en estudio (En USD)

AÑOS	OFICINA	MUEBLES Y ENSERES	EQUIPOS DE OFICINA	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	TOTAL
1	871,08	44,17	11,22	61,20	988
2	827,53	39,75	10,10	40,80	918
3	783,97	35,33	8,98	20,40	849
4	740,42	30,92	7,85	61,20	840
5	696,86	26,50	6,73	40,80	771
6	653,31	22,08	5,61	20,40	701
7	609,76	17,67	4,49	61,20	693
8	566,20	13,25	3,37	40,80	624
9	522,65	8,83	2,24	20,40	554
10	479,09	4,42	1,12	61,20	546

Elaborado por: El autor del proyecto

5.1.4 Depreciaciones y Amortizaciones

“El término *depreciación* tiene exactamente la misma connotación que *amortización*, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término *amortización* significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión... El objeto del gobierno y el beneficio del contribuyente es que toda inversión sea recuperada por la vía fiscal (excepto el capital de trabajo). Esto lo logra el inversionista haciendo un cargo llamado *costos por depreciación y amortización*.”³⁹

5.1.4.1 Depreciaciones

Cuadro 5.4.

Depreciación de los activos tangibles de la empresa en estudio.

Concepto	Inversión	Vida Útil Años	%	Valor Total Anual \$
Oficina	43.554	20	0,05	2.178
Muebles y Enseres	2.208	10	0,10	221
Equipo de oficina	561	10	0,10	56
Equipos computación	3.060	3	0,33	1.020
Total Depreciación				3.475

³⁹ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 166.

Elaborado por: El autor del proyecto

Cuadro 5.4.1

Depreciación acumulada para el tiempo de evaluación del proyecto

AÑOS	OFICINA	MUEBLES Y ENSERES	EQUIPOS DE OFICINA	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	TOTAL \$
1	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
2	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
3	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
4	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
5	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
6	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
7	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
8	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
9	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475
10	2.177,70	220,83	56,10	1.020,00	3.475

Elaborado por: El autor del proyecto

5.1.4.2 Amortizaciones

Cuadro 5.5.

Amortización de los activos intangibles a 5 años diferibles.

Concepto	Inversión	Vida Útil	%	Valor Total Anual \$
Activos Diferidos	2.958	5	0,2	592

Elaborado por: El autor del proyecto

La amortización pretende recuperar la inversión en activos intangibles en un período de cinco años, el valor total anual en cinco años acumulados otorgara el cumplimiento de este objetivo.

5.2 Gastos de Administración

“Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen para realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo tomados en un sentido amplio, no solo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos de oficina en general. Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal, relaciones públicas, finanzas o ingeniería (aunque este costo podría cargarse a producción). Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas (como los mencionados) que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.”⁴⁰

Cuadro 5.6

Gastos de Administración del proyecto en estudio (En USD)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO	MOVILIZ.	TOTAL MES	TOTAL AÑO
GERENTE GENERAL	1	3.000	—	3.000	36.000
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	500		500	6.000
SECRETARIA	1	200		200	2.400
MENSAJERO	1	180	60	240	2.880
SUBTOTAL					47.280
IMPREVISTOS 2%					946
TOTAL					48.226

Elaborado por: El autor del proyecto

El cuadro de gastos administrativos muestra los valores de sueldos pagados en los que ya están incluidos todos los beneficios de ley.

5.3 Gastos de Venta

“En ocasiones, el departamento o gerencia de ventas también es llamado de **mercadotecnia**. En este sentido, vender no significa sólo hacer llegar el producto al

⁴⁰ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 164

intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; en el estudio de la estratificación del mercado; las adecuaciones de publicidad que realiza la empresa; la tendencia de las ventas, etc.⁴¹

Cuadro 5.7
Gastos de Ventas del proyecto en estudio (En USD)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO	COMISIÓN	TOTAL MES	TOTAL AÑO
GERENCIA COMERCIAL (ÁREA)			3.323	3.323	39.880
TELEMERCADEO	2	170		170	340
PUBLICIDAD					
PRENSA ESCRITA	1	50		50	600
TARJETAS	600	50		50	600
SUBTOTAL					41.420
IMPREVISTOS 2%					828
TOTAL					42.248

Elaborado por: El autor del proyecto

En varias empresas se destina un porcentaje de los ingresos para el departamento de ventas, para la empresa asesora productora de seguros el gasto en publicidad básicamente esta efectuada por la empresa aseguradora que le da el respaldo necesario para su funcionamiento, sin embargo gastos pequeños como en tarjetería y prensa escrita son necesarios efectuarlos con el fin de promover de mejor manera al broker.

El sistema para las comisiones esta perfectamente delimitado, el funcionamiento general se detalla mas adelante en la tabla de los ingresos obtenidos por el broker, el departamento comercial recibe el 45% de las ventas doce veces por operación o seguro ubicado, una vez firmado el contrato y recibido por parte del cliente de la aseguradora el correspondiente abono a la cuenta adquirida para brindarle el seguro correspondiente, de este porcentaje se deduce la parte correspondiente por comisiones y premios recibidos por sus ventas a los vendedores que corresponde al 25% de comisión por seguro ubicado mas el premio del 20% por única vez si superan la venta mensual presupuestada (mínimo 300 USD), esto hace que se difiera el valor total a recibir al año con respecto al valor mensual.

⁴¹ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 164.

5.4 Gastos Generales

Los gastos generales son aquellos en los que el personal administrativo incurre para desarrollar sus actividades dentro de la empresa, el siguiente cuadro muestra los gastos generales que la empresa en estudio requiere:

Cuadro 5.8.
Gastos Generales del proyecto en estudio (En USD)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL MES	TOTAL AÑO
TELÉFONO	1	200	2.400
ELECTRICIDAD	1	30	360
AGUA	1	20	240
INTERNET	1	50	600
PAPELERÍA	1	100	1.200
LIMPIEZA OFICINA	1	10	120
SUBTOTAL			4.920
IMPREVISTOS 2%			98,4
TOTAL			5.018

Elaborado por: El autor del proyecto

5.5 Gastos Financieros

Los Gastos Financieros "Son intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos."⁴²

El siguiente cuadro muestra el cuadro de gastos financieros y los pagos periódicos semestrales y anuales, para seis años plazo.

Cuadro 5.9.
Gastos financieros para el proyecto en estudio (En USD)

⁴² Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 165.

Periodo		Pagos Periódicos	Interés Semestral	Amortización Semestral	Saldo Insoluto	Interés Anual	Amortización Anual
Semestre	Semestre						
	30488						
1	28.681	3.636	1.829	1.807	28.681		
2	26.765	3.636	1.721	1.916	26.765	3.550	3.723
3	24.734	3.636	1.606	2.031	24.734		
4	22.582	3.636	1.484	2.152	22.582	3.090	4.183
5	20.300	3.636	1.355	2.282	20.300		
6	17.882	3.636	1.218	2.418	17.882	2.573	4.700
7	15.318	3.636	1.073	2.564	15.318		
8	12.601	3.636	919	2.717	12.601	1.992	5.281
9	9.720	3.636	756	2.880	9.720		
10	6.667	3.636	583	3.053	6.667	1.339	5.934
11	3.431	3.636	400	3.236	3.431		
12	0	3.636	206	3.431	0	606	6.667
TOTAL			13.150	30.488		13.150	30.488

Elaborado por: El autor del proyecto

5.6 Costos del Servicio

Cuadro 5.10.

Costos del servicio ofrecido por la empresa asesora en seguros de vida y previsión (USD)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mano de obra directa	54.723	58.627	62.809	67.289	72.089	77.232	82.741	88.643	94.966	101.741
Mantenimiento y Reparación	988	918	849	840	771	701	693	624	554	546
Seguros	210	184	157	184	157	131	158	131	105	132
Depreciaciones	3475	3.475	3.475	3.475	3.475	3.475	3.475	3.475	3.475	3.475
Amortizaciones	592	592	592	592	592					
Total costos producción	59.987	63.795	67.881	72.380	77.084	81.539	87.066	92.873	99.100	105.893
Gastos Administrativos	48.226	48.226	48.226	48.226	48.226	48.226	48.226	48.226	48.226	48.226
Gastos Generales	5.018	5.376	5.760	6.171	6.611	7.083	7.588	8.129	8.709	9.330
Gastos Ventas	42.248	45.262	48.491	51.950	55.655	59.625	63.879	68.436	73.317	78.547
Gastos Financieros	3.550	3.090	2.573	1.992	1.339	606				
TOTAL	159.029	165.748	172.930	180.717	188.915	197.078	206.758	217.663	229.352	241.996

Elaborado por: El autor del proyecto

En el cuadro se especifican los costos y gastos correspondientes a costos de mano de obra directa, mantenimiento y reparación, seguros, depreciaciones y amortizaciones que sumados dan como resultado los costos totales de producir el servicio que provee la empresa; a estos se les agregan los gastos administrativos, gastos generales, gastos de ventas y los gastos financieros, que darán como resultado el costo total del servicio ofertado.

5.6.1 Costo unitario del servicio

Cuadro 5.10.1

Costos Unitarios del servicio ofrecido por la empresa asesora en seguros de vida y previsión (**USD**)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS TOTALES	159.029	165.748	172.930	180.717	188.915	197.078	206.758	217.663	229.352	241.996
Asesorías Realizadas	4.028	4.794	5.588	6.056	6.540	6.968	7.410	7.712	7.866	8.024
Costo Unitario	39	35	31	30	29	28	28	28	29	30

Elaborado por: El autor del proyecto

El costo unitario se calcula mediante una simple operación en la que se divide los costos totales para el número de operaciones efectuadas, el cuadro muestra eficiencia ya que estos disminuyen con el tiempo.

El caso en estudio es un caso particular, si se comparan los costos unitarios y el precio de venta, a simple vista el costo unitario supera al precio de venta, a pesar de esto, existe alta rentabilidad debido a que una operación se repite doce veces para los ingresos, y tan solo tres veces para los egresos, en el punto siguiente, al analizar los ingresos obtenidos se detalla de mejor manera el procedimiento de cálculo.

5.7 Ingresos del Servicio

Cuadro 5.11

INGRESOS DEL PROYECTO (En USD)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Asesorías Realizadas	4.028	4.794	5.588	6.056	6.540	6.968	7.410	7.712	7.866	8.024
Ingresos Anuales	235.653	643.996	1.189.202	1.657.749	1.990.781	2.315.278	2.619.202	2.891.292	3.063.142	3.172.260

Elaborado por: El autor del proyecto

Tabla 5.11.1
DISTRIBUCION DE INGRESOS ANUALES (En USD)

MES	VENTAS AÑO 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	3.021	36.828	81.624	127.850	155.240	183.539	208.548	234.287	251.869	260.894
2	6.042	37.976	82.816	128.552	155.967	184.180	209.210	234.741	252.100	261.130
3	9.064	39.698	84.603	129.605	157.057	185.141	210.204	235.422	252.447	261.484
4	12.085	41.994	86.986	131.009	158.510	186.423	211.530	236.329	252.910	261.956
5	15.106	44.865	89.965	132.764	160.327	188.026	213.186	237.463	253.488	262.546
6	18.127	48.309	93.540	134.870	162.507	189.949	215.174	238.824	254.182	263.254
7	21.148	52.327	97.710	137.327	165.051	192.192	217.494	240.412	254.992	264.080
8	24.169	56.919	102.476	140.135	167.957	194.756	220.144	242.226	255.917	265.024
9	27.191	62.085	107.838	143.294	171.228	197.640	223.126	244.268	256.958	266.086
10	30.212	67.826	113.796	146.804	174.861	200.845	226.440	246.536	258.115	267.266
11	33.233	74.140	120.350	150.665	178.858	204.370	230.085	249.031	259.388	268.563
12	36.254	81.028	127.499	154.877	183.219	208.216	234.061	251.753	260.776	269.979
TOTAL	235.653	643.996	1.189.202	1.657.749	1.990.781	2.315.278	2.619.202	2.891.292	3.063.142	3.172.260

Elaborado por: El autor del proyecto

La tabla 5.11 muestra el ingreso total a recibir por el servicio ofertado por parte del broker de seguros, en la cual el ingreso total es obtenido por el **número de operaciones efectuadas por el precio**, sumando valores a considerar en este **caso particular** en el que se debe **agregar ingresos** recibidos por **12 veces por operación o colocación de un seguro** detallados en la tabla 5.11.1. El sistema que el broker tiene determinado llevar a cabo se basa en las alternativas ofrecidas por las diferentes aseguradoras, en este caso se ha llegado a un acuerdo con una aseguradora que brinda los servicios exclusivos de ahorro e inversión (previsión) con el seguro de vida como valor agregado.

El sistema de funcionamiento corresponde a recibir por doce veces (una vez por mes) el 60% por cada una de las colocaciones efectuadas por la empresa en seguros de vida y previsión; se debe considerar que en el mercado de seguros existe una deserción aproximada al 40%, motivo por el cual es necesario que, de las ventas efectuadas deducir este cuarenta por ciento que la empresa dejaría de recibir como honorarios por sus servicios a la empresa aseguradora, en el cuadro 5.11.1 se detalla el promedio mensual a recibir agregando a cada mes los ingresos correspondientes hasta completar las doce veces estipuladas, con esto se llega al valor anual a recibir por las colocaciones hechas.

CAPITULO 6

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Generalidades

El balance general, el estado de resultados y el flujo de caja detallados a continuación son la base necesaria para el cálculo del punto de equilibrio, el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el período de recuperación de la inversión, y el análisis de los índices financieros.

“El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrán determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en los que se incurrirá en la etapa productiva; además se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable. En este momento surge el problema sobre el método de análisis que se empleará para comprobarla rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo, y a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real del dinero a través del tiempo.”⁴³

Se debe tener presente que; El dinero tiene un valor asociado con el tiempo y, por consiguiente una suma que se recibe hoy valdrá más que si la misma cantidad se recibiera en el futuro.

El valor futuro y el valor presente de una suma determinada se basa en la cantidad de períodos y la tasa de interés vigente.

⁴³ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 212.

6.1 Balance General o Estado de Situación Inicial

“Un balance es un informe acerca de todo aquello que una empresa posee o le deben (o activo), y de todo lo que debe a otros (o pasivo), y que puede ser valorado en dinero. El balance muestra tanto el activo como la forma en la que se financia, y buena parte de las cifras que contiene representan estimaciones, no hechos comprobados con rigor científico.

En el pasivo se indica cuanto dinero se ha facilitado a la empresa y de que fuentes.

En el activo se indica como utilizó la empresa el dinero que se le facilitó.

El total del activo de una empresa debe siempre ser igual a su pasivo, es decir, al total de lo que esta debe a sus acreedores y accionistas.”⁴⁴

Cuadro 6.1.
Estado de Situación Inicial (En USD)

ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activo Corriente</u>		<u>Pasivos a Largo Plazo</u>	
Caja/Bancos	12.914	Préstamo Largo Plazo	30.488
Total Activo Corriente	12.914	Total Pasivo Largo Plazo	30.488
<u>Activo Fijo</u>		PATRIMONIO	
Oficina	43.554	Capital	34.767
Equipos de Oficina	561		
Muebles y Enseres	2.208		
Equipos de computación	3.060		
Total Activo Fijo	49.383	Total Patrimonio	34.767
<u>Activos Diferidos</u>	2.958		
TOTAL ACTIVOS	65.255	TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	65.255

Elaborado por: el autor del proyecto

⁴⁴ OIT (Organización Internacional del Trabajo); Cómo Interpretar un Balance; Segunda Edición México 1992 ; Editorial Limusa S.A.; Pág. 7.

6.2 Estado de Resultados

Mediante su determinación en la que se presentan los ingresos totales y se deducen los costos y gastos en forma progresiva se puede determinar las respectivas utilidades o pérdidas, y en base a estos valores se medirá la rentabilidad de la empresa en el periodo determinado.

Cuadro 6.2

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DEL PROYECTO (En USD)

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS	235.653	643.996	1.189.202	1.657.749	1.990.781	2.315.278	2.619.202	2.891.292	3.063.142	3.172.260
COSTO DE PRODUCCION	59.987	63.795	67.881	72.380	77.084	81.539	87.066	92.873	99.100	105.893
UTILIDAD BRUTA	175.666	580.202	1.121.321	1.585.370	1.913.697	2.233.739	2.532.135	2.798.419	2.964.041	3.066.367
GASTOS ADMINISTRATIVOS + GASTOS GENERALES	53.244	53.602	53.986	54.396	54.837	55.308	55.813	56.355	56.935	57.556
GASTO DE VENTAS	42.248	45.262	48.491	51.950	55.655	59.625	63.879	68.436	73.317	78.547
UTILIDAD OPERACIONAL	80.174	481.338	1.018.845	1.479.024	1.803.205	2.118.806	2.412.443	2.673.629	2.833.790	2.930.264
GASTO FINANCIERO	3.550	3.090	2.573	1.992	1.339	606	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	76.624	478.248	1.016.272	1.477.032	1.801.866	2.118.200	2.412.443	2.673.629	2.833.790	2.930.264
15% REPARTO TRABAJADOR	11.494	71.737	152.441	221.555	270.280	317.730	361.866	401.044	425.068	439.540
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	65.130	406.511	863.831	1.255.477	1.531.586	1.800.470	2.050.577	2.272.584	2.408.721	2.490.724
25% DE IMPUESTO RENTA	16.283	101.628	215.958	313.869	382.897	450.117	512.644	568.146	602.180	622.681
UTILIDAD NETA	48.848	304.883	647.873	941.608	1.148.690	1.350.352	1.537.932	1.704.438	1.806.541	1.868.043

Elaborado por: El autor del proyecto

6.3 Flujo de Caja

“La evaluación del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determine. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional, así como en el cálculo de los beneficios... AL proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos, d) el valor de desecho o salvamento del proyecto.”⁴⁵

Se determina un flujo de fondos para el proyecto en general y otro para el inversionista, estos se diferencian en el financiamiento obtenido, es decir, mientras en el cálculo para el flujo del proyecto se toma en cuenta la inversión total, en la del inversionista se deben incluir los valores correspondientes a la cantidad prestada y a las amortizaciones correspondientes.

⁴⁵ Nassir y Reinaldo, Sapag Chain; Preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición 2000; McGraw-Hill; Pág. 265.

Cuadro 6.3
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO; PROYECTADO A DIEZ AÑOS (en USD)

AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRECIACIONES AMORTIZACIONES	VALOR RESIDUAL	CAPITAL TRABAJO	INVERSIÓN INICIAL	FNC
0					65.255	-65.255
1	48.848	4.066				52.914
2	304.883	4.066				308.949
3	647.873	4.066				651.940
4	941.608	4.066			3.060	942.614
5	1.148.690	4.066				1.152.756
6	1.350.352	3.475				1.353.827
7	1.537.932	3.475			3.060	1.538.347
8	1.704.438	3.475				1.707.913
9	1.806.541	3.475				1.810.015
10	1.868.043	3.475	23.817	12.914	3.060	1.905.189

Elaborado por: El autor del proyecto

Cuadro 6.3.1
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA; PROYECTADO A DIEZ AÑOS (en USD)

AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRE. Y AMORTIZA.	VALOR RESIDUAL	CAPITAL TRABAJO	INVERSIÓN INICIAL	PRÉSTAMO	AMORTIZACIÓN	FNC
0					65.255	30.488		-34.767
1	48.848	4066					3.723	49.191
2	304.883	4066					4.183	304.766
3	647.873	4066					4.700	647.240
4	941.608	4066			3.060		5.281	937.333
5	1.148.690	4066					5.934	1.146.822
6	1.350.352	3475					6.667	1.347.160
7	1.537.932	3475			3.060			1.538.347
8	1.704.438	3475						1.707.913
9	1.806.541	3475						1.810.015
10	1.868.043	3475	23.817	12.914	3.060			1.905.189

Elaborado por: El autor del proyecto

6.4 Valor Presente Neto

“El criterio del valor actual neto (VAN), plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.”⁴⁶

Para determinar el VAN se debe primero calcular la **tasa de descuento** que indica el costo de oportunidad del inversionista por invertir en el proyecto.

Por lo tanto se deben actualizar los flujos al costo de oportunidad, y la suma de estos se debe restar de la inversión realizada.

Se puede expresar su formulación matemática de la siguiente forma:

$$i = TP(\% \text{ recursos propios}) + TA(1-t)(\% \text{ recursos ajenos}) + TLR \%$$

TP = Tasa Pasiva

TA = Tasa Activa

i = tasa de descuento (costo de oportunidad del inversionista)

t = representa al 15% correspondientes a Trabajadores, y al 25% del Impuesto a la Renta

$$t = (((100\% - 15\%) * 25\%) - (100\% - 15\%)) - 100\% = 36,25\%$$

TLR = Riesgo por invertir en esta actividad

Por lo tanto:

$$i = 0.05 * 0.53 + 0.12 * (1 - 0.3625) * 0.47 + 0.13$$

$$i = 19\%$$

Este resultado es el costo de oportunidad que se debe descontar a los flujos para traerlos a valor presente.

El calculo del VAN se lo efectúa trayendo a valor presente los flujos proyectados, a la suma acumulada de estos valores se le resta la inversión efectuada, el proyecto se aceptará si el resultado es igual o superior a cero.

Por lo tanto la suma acumulada de los flujos en valores traídos a valor presente restada de la inversión se representa así:

⁴⁶ Nassir y Reinaldo, Sapag Chain; Preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición 2000; McGraw-Hill; Pág. 231,232.

$$(FN1 / (1 + i)^n + FN2 / (1 + i)^n + \dots + FN10 / (1 + i)^n) - \text{Inversión} = \text{VAN}$$

Cuadro 6.4.

VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO EN ESTUDIO (En USD)

PERIODO	FNC	FNCA
0	-65.255	-65.255
1	52.914	44.377
2	308.949	217.299
3	651.940	384.558
4	942.614	466.309
5	1.152.756	478.258
6	1.353.827	471.056
7	1.538.347	448.899
8	1.707.913	417.970
9	1.810.015	371.489
10	1.905.189	327.935
		3.562.894
		\$3.628.149
		\$3.562.894

Elaborado por: El autor del proyecto

El Valor Actual Neto es positivo y supera ampliamente las expectativas, **3.562.894 USD** que resulta de la suma de los flujos actualizados menos la inversión, al obtener este resultado observamos que es positivo, esto significa la rentabilidad es superior a el costo de oportunidad esperado por el inversionista, por lo tanto el proyecto ES FACTIBLE.

Cuadro 6.4.

VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA (En USD)

PERIODO	FNC	FNCA
0	-34.767	-34.767
1	49.191	41.254
2	304.766	214.356
3	647.240	381.786
4	937.333	463.696
5	1.146.822	475.796
6	1.347.160	468.736
7	1.538.347	448.899
8	1.707.913	417.970
9	1.810.015	371.489
10	1.905.189	327.935
		3.577.151
		\$3.611.918

	\$3.577.151
--	-------------

Elaborado por: El autor del proyecto

En la evaluación del VAN para el inversionista se denota una corta diferencia respecto a la del proyecto total, a pesar de la diferencia existente respecto a la cantidad evaluada, mientras la del proyecto es de 65.255 dólares, la del inversionista es de 34.767 dólares. Sin embargo la diferencia en el VAN respecto a ambas evaluaciones es mínima (menos del 0,1%) debido a los altos ingresos o beneficios obtenidos que superan extremadamente las expectativas de la inversión.

6.5 Tasa Interna de Rendimiento

“Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero.
Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”⁴⁷

Los Autores Nassir y Reinaldo Sapag dicen acerca de la tasa interna de retorno lo siguiente: “El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”. Los mismos autores citan a Bierman Smid, “La TIR representa la tasa de interés más alta que el inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.”⁴⁸

La TIR puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$\text{TIR} = (\text{Tm} + (\text{TM}-\text{Tm}) ((\text{VAN Tm}) / (\text{VAN Tm} - \text{VAN TM}))$$

Donde:

Tm = Tasa Mínima

TM = Tasa Máxima

VAN = Valor Actual Neto

Por lo tanto:

TIR = 250% para el proyecto.

⁴⁷ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial McGraw-Hill 2000; Cuarta Edición. Pág. 216.

⁴⁸ Nassir y Reinaldo, Sapag Chain; Preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición 2000; McGraw-Hill; Pág. 302,303.

Este resultado nos indica que la tasa de retorno del proyecto es **250%**, y la TIR para el inversionista es mucho más alta (**359%**), esto se da, debido a la diferencia existente entre la cantidad invertida en el proyecto que es de 65.255 dólares y la del inversionista que es de apenas 34.767 dólares; **los resultados de la TIR superan** exorbitantemente las expectativas de rendimiento que el inversionista tiene, por lo tanto se debe aceptar la inversión en el proyecto estudiado ya que la rentabilidad permitirá el desarrollo y crecimiento económico de los inversionistas.

Los siguientes cuadros muestran los flujos actualizados a una tasa menor y otra mayor a la tasa de retorno obtenida.

Cuadro 6.5
Flujos actualizados a una Tasa de retorno menor y otra mayor del proyecto
Estudiado. (En la que la TIR es 250)

AÑOS	FNC	TIR MENOR	TIR MAYOR
0	-65.255	-65.255	-65.255
1	52.914	15.177	15.090
2	308.949	25.416	25.126
3	651.940	15.382	15.121
4	942.614	6.379	6.235
5	1.152.756	2.238	2.174
6	1.353.827	754	728
7	1.538.347	246	236
8	1.707.913	78	75
9	1.810.015	24	23
10	1.905.189	7	7
		445	-440

Elaborado por: El autor del proyecto

Cuadro 6.5
Flujos actualizados a una Tasa de retorno menor y otra mayor del inversionista.
(En la que la TIR es 359)

AÑOS	FNC	TIR MENOR	TIR MAYOR
0	-34.767	-34.767	-34.767
1	49.191	10.744	10.697
2	304.766	14.539	14.413
3	647.240	6.744	6.657
4	937.333	2.133	2.096
5	1.146.822	570	558
6	1.347.160	146	142
7	1.538.347	36	35
8	1.707.913	9	9

9	1.810.015	2	2
10	1.905.189	0,5	0,5
		158	-157

Elaborado por: El autor del proyecto

Sin duda alguno los resultados obtenidos tanto en el valor actual neto como en la tasa interna de retorno muestran que la puesta en marcha del proyecto en estudio es sumamente rentable y supera cualquier expectativa no solo en este negocio sino también en la mayoría de proyectos que se llevan a cabo donde una alta rentabilidad sobretodo en un mercado altamente competitivo es sumamente difícil de obtener, si bien la evaluación del proyecto permite disminuir el riesgo de una inversión, este resultado obtenido por un ingreso progresivo donde tanto los gastos como los ingresos están directamente relacionados con las ventas efectuadas, por lo tanto una de las áreas crítica de éxito es el departamento comercial, al que se le debe prestar la atención necesaria.

6.6 Período de Recuperación de la Inversión

“Mediante el período de recuperación de la inversión se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa. Si los flujos fuesen idénticos y constantes en cada período, el cálculo se simplifica a la siguiente expresión.

$$PR = I_0 / BN$$

...Si el flujo neto difiriera entre períodos, el cálculo se realiza determinando por suma acumulada el número de períodos que se requiere para recuperara la inversión.

...La ventaja de la simplicidad de cálculo no logra contrarrestar los peligros de sus desventajas. Entre estas cabe mencionar que ignora las ganancias posteriores al período de recuperación subordinando la aceptación a un factor de liquidez más que de rentabilidad. Tampoco considera el valor tiempo dinero, al asignar igual importancia a los fondos generados el primer año con los fondos generados el primer año n .

lo anterior se puede solucionar si se descuentan los flujos a la tasa de descuento y se calcula la suma acumulada de los beneficios netos actualizados al momento cero.⁴⁹

Cuadro 6.6

⁴⁹ Nassir y Reinaldo, Sapag Chain; Preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición 2000; McGraw-Hill; Pág.309,310.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

PERIODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	-65.255	-65.255	-65.255
1	52.914	44.377	-20.878
2	308.949	217.299	196.420
3	651.940	384.558	580.979
4	942.614	466.309	1.047.287
5	1.152.756	478.258	1.525.545
6	1.353.827	471.056	1.996.601
7	1.538.347	448.899	2.445.500
8	1.707.913	417.970	2.863.470
9	1.810.015	371.489	3.234.960
10	1.905.189	327.935	3.562.894

Elaborado por: El autor del proyecto

Cuadro 6.6

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN DEL INVERSIONISTA

PERIODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	-34.767	-34.767	-34.767
1	49.191	41.254	6.487
2	304.766	214.356	220.844
3	647.240	381.786	602.630
4	937.333	463.696	1.066.326
5	1.146.822	475.796	1.542.122
6	1.347.160	468.736	2.010.858
7	1.538.347	448.899	2.459.757
8	1.707.913	417.970	2.877.727
9	1.810.015	371.489	3.249.217
10	1.905.189	327.935	3.577.151

Elaborado por: El autor del proyecto

Para el cálculo del periodo de recuperación del capital invertido es necesario sumar los flujos actualizados al costo de oportunidad, una vez que la suma sucesiva iguale a la inversión realizada se ha recuperado la inversión efectuada, en el cuadro dispuesto se observa que la inversión se la recupera el primer año, y se obtiene en ese año una utilidad, cabe indicar que al final del período 10 el resultado es el mismo que el valor actual neto, debido a que la suma sucesiva de los flujos actualizados al costo de oportunidad se restan a la inversión realizada.

Debido a los altos ingresos y rentabilidad, así como, a la baja inversión efectuada en relación a los beneficios que se obtendrán al poner en marcha el proyecto se tiene que el primer año recupera su inversión el inversionista y para el proyecto en general la inversión se recupera el segundo año.

6.7 Punto de Equilibrio

El punto de Equilibrio es el medio por el cual el inversionista conoce que nivel de producción es el que requiere con el fin de cubrir sus costos, es decir el punto de equilibrio iguala el nivel de producción en el que tanto ingresos como costos son iguales.

“La utilidad general que se le da al punto de equilibrio es que puede calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.”⁵⁰

Punto de Equilibrio en Volúmen de Ventas; en unidades físicas; y en

$$\text{PE USD} = \text{CF} / (1 - (v/P)) = \$ \quad = 105.451 \text{ USD}$$

$$\text{PE u} = \text{CF} / (P-v) = \text{unidades} \quad = 1.803 \text{ unidades}$$

$$\text{PE \%} = (\text{CF} / (N (P-v))) * 100 = \% \quad = 45 \%$$

Donde:

CF = Costo Fijo

P = Precio (o a su vez Ingreso Total)

N = Número de unidades de producción

v = Costo Variable unitario (o a su vez Costo Variable Total)

por tanto:

La empresa para obtener utilidades debe superar este punto de equilibrio es decir las 1803 unidades que representan el 45% y 105.451 dólares. Se debe considerar que estos valores están calculados para el primer año, la tabla siguiente muestra que la empresa se maneja eficientemente al disminuir la cantidad necesaria para llegar a un punto de equilibrio.

⁵⁰ Baca Urbina Gabriel; Evaluación de Proyectos; Tercera Edición; Editorial McGraw-Hill 1998; Pág. 143

Cuadro 6.7

PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO, en el que costos e ingresos son iguales en el proyecto estudiado (En USD).

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DESCRIPCION										
COSTO FIJO	62.058	61.860	61.631	61.479	61.170	60.221	60.139	60.584	61.068	61.708
COSTO VARIABLE	96.971	103.888	111.299	119.239	127.745	136.857	146.620	157.079	168.284	180.288
COSTO TOTAL	159.029	165.748	172.930	180.717	188.915	197.078	206.758	217.663	229.352	241.996
INGRESOS	235.653	643.996	1.189.202	1.657.749	1.990.781	2.315.278	2.619.202	2.891.292	3.063.142	3.172.260
PUNTO DE EQUILIBRIO	105.451	73.758	67.994	66.244	65.365	64.005	63.705	64.065	64.618	65426

Elaborado por: El autor del proyecto

El cuadro muestra que a medida que los años pasan el valor determinado para el punto de equilibrio disminuye, demostrando eficiencia en la operatividad de la empresa. Además se debe considerar que los ingresos aumentarían paulatinamente mientras sus costos disminuyen.

6.8 Análisis de Índices Financieros

Para un análisis más detallado se efectúa el cálculo y análisis de varios índices financieros que permiten medir el grado de rentabilidad para la inversión, para el inversionista, además de la capacidad de pago que se tendrá al poner en marcha el proyecto, la solidez que este tiene y el nivel de apalancamiento que la empresa tiene, este análisis se lo hace en base a los resultados obtenidos en el balance general y en el estado de perdidas y ganancias.

Este **análisis** está efectuado **para el primer año de funcionamiento** de la empresa asesora productora de seguros, en los próximos años estos índices variarán en cierto grado.

Los resultados obtenidos son sin duda alguna altos, pero en los resultados obtenidos en el calculo del VAN, TIR, PRI, y punto de equilibrio se puede anticipar estos valores.

El análisis general de los índices demuestran que son altamente ventajosos para la empresa en estudio.

6.8.1 Rentabilidad sobre la Inversión Total

Este índice mide la rentabilidad que obtiene el inversionista en el proyecto total, y se lo obtiene dividiendo la utilidad neta para la inversión, un resultado similar en cualquier tipo de inversión es sumamente difícil de obtener, por lo cual esto confirma aun mas la ventaja de llevar a cabo el proyecto.

$$\begin{aligned} \text{RIT} &= \text{UTILIDAD NETA} / \text{INVERSIÓN TOTAL} \\ \text{RIT} &= \mathbf{75 \%} \end{aligned}$$

6.8.2 Rentabilidad sobre las Ventas

Este índice mide la rentabilidad que se tendrá frente a las ventas. El porcentaje de rentabilidad sobre las ventas es del 21% que es bueno comparado con la rentabilidad de las empresas que ofertan servicios.

$$\begin{aligned} \text{RV} &= \text{UTILIDAD NETA} / \text{VENTAS NETAS} \\ \text{RV} &= \mathbf{21 \%} \end{aligned}$$

6.8.3 Rentabilidad sobre el Capital Propio

La rentabilidad sobre el capital propio invertido en el proyecto es altísima, dado que se obtiene una rentabilidad de 140%.

$$\begin{aligned} \text{RCP} &= \text{UTILIDAD NETA} / \text{CAPITAL PROPIO} \\ \text{RCP} &= \mathbf{140 \%} \end{aligned}$$

6.8.4 Índice de Cobertura

El resultado de la aplicación de este índice nos indica que la empresa es perfectamente capaz de afrontar las obligaciones financieras al tener 22 veces más disponible para el pago de sus obligaciones.

$$\begin{aligned} \text{IC} &= \text{UTILIDAD OPERACIONAL} / \text{CUOTA PAGO INTERESES} \\ \text{IL} &= \mathbf{22 \text{ Veces}} \end{aligned}$$

6.8.5 Índice de Solidez

$$\begin{aligned} \text{IS} &= \text{PASIVO TOTAL} / \text{ACTIVO TOTAL} \\ \text{IS} &= \mathbf{47 \%} \end{aligned}$$

El resultado indica que existe una deuda del 47% respecto al total de activo que la empresa posee, el nivel de endeudamiento es aceptable ya que se ha demostrado a través del índice de cobertura que se pueden cubrir fácilmente las deudas contraídas.

6.8.6 Apalancamiento

El apalancamiento financiero es adquirir dinero financiado y volverlo rentable, es decir, obtener mayores réditos que los invertidos.

“El apalancamiento financiero se refiere al grado en que una empresa depende de las deudas. Entre mas financiamiento por deuda utilice su empresa en su estructura de capital, mayor será su apalancamiento financiero.”⁵¹

El fin en la utilización del crédito es obtener la maximización en el valor de la empresa, mediante la minimización del costo del capital, que se logra a través de una mezcla óptima en los recursos provenientes para el mismo, esta mezcla de recursos da como resultante un Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) que es la tasa de descuento apropiada para los flujos de efectivo generales. Debido a que los valores y las tasas de descuento se desplazan en direcciones opuestas, la minimización del CPPC maximizará el valor de los flujos de efectivo de una empresa.

El índice de apalancamiento muestra un 88%, que es alto, pero en el índice de cobertura analizado se demostró que la empresa puede cumplir perfectamente con las obligaciones contraídas.

$$\begin{array}{l} \text{Apalancamiento} = \\ \text{Apalancamiento} = \end{array} \qquad \begin{array}{l} \text{Deuda Total / Patrimonio de Accionistas} \\ \mathbf{88 \%} \end{array}$$

⁵¹ Ross; Westerfield; Jordán; Fundamentos de Finanzas Corporativas; Editorial McGraw-Hill; Quinta Edición 2000; Pág. 532.

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

La evaluación de este proyecto de factibilidad efectuado con el fin de poner en marcha una empresa asesora productora de seguros de vida y previsión me ha permitido poner en práctica los conocimientos adquiridos en la institución y además al ponerlo en marcha contribuir tanto económica como socialmente al medio en el que se desarrollará.

- Los servicios correspondientes al sector seguros se encuentran en constante crecimiento en el Ecuador, dentro de estos los seguros de vida y previsión ocupan aproximadamente un 30%.
- El servicio ofertado por las empresas aseguradoras directamente y a través de las empresas productoras asesoras de seguros es un bien necesario que todas las unidades familiares deben tenerlo, en el país existen un alto porcentaje de personas que todavía no lo han adquirido, esto se lo demostró en el estudio efectuado donde la demanda insatisfecha es relativamente alta, y una unidad mas ofertante del servicio disminuirá la brecha existente entre aquellos que tienen seguros y los que aun no lo tienen.
- En el estudio de mercado se determina que existe una demanda potencial insatisfecha de la cual se pretende cubrir un diez por ciento, el primer año se pretende cubrir el 60% del mismo, para en los próximos años este porcentaje de cobertura se incrementa paulatinamente hasta llegar a un 100% del porcentaje a cubrir, durante o luego de este periodo de tiempo se tendrá que hacer una nueva evaluación con el fin de incrementar la cobertura.
- El capital humano es esencial en el desarrollo y evolución de la empresa asesora productora de seguros.
- El valor actual neto indica que el proyecto es altamente ventajoso debido un valor positivo excepcionalmente alto, que supera los tres millones de dólares.

- La tasa interna de retorno supera en gran medida al costo de oportunidad que en este caso es del 19%, y su TIR supera el 200%, por tanto el proyecto es altamente rentable y se debe llevar a cabo indudablemente.
- Los índices financieros son altamente ventajosos y muestran que la empresa a más de solvente es altamente rentable.
- Los resultados obtenidos en el estudio dan luz verde a la puesta en marcha del proyecto.

7.2 Recomendaciones

- La empresa debe crear una cultura empresarial basada en valores que le permita mantenerse y crecer en el tiempo con el fin de volverse altamente productivas, rentable y con alta aceptación en la comunidad en que se desenvuelve.
- Debe ponerse alta atención en el capital humano capacitándolos e incentivándolos económica y organizacionalmente fomentando una contribución leal hacia la compañía debido a que este es el eje para el funcionamiento de la empresa.
- El manejo de información debe incrementar la eficiencia y eficacia empresarial motivo por el cual debe manejarse con el personal adecuado y con los equipos necesarios.
- Hace falta crear conciencia a nivel ciudadano de la importancia que un seguro tiene, promocionando las ventajas que estos les proveen.
- Se debe mencionar la importancia que el sector seguros tiene nacional e internacionalmente, y que en muchos de los casos manejan alto capital inclusive más que las instituciones financieras como los bancos.

ANEXO 1

SERVICIOS QUE OFRECEN LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS

Seguro de Accidentes Individuales o Personales: Aquel que tiene por objeto la prestación de indemnizaciones en caso de accidentes que motiven la muerte o incapacidad del asegurado, a consecuencia de actividades previstas en la póliza. Los tipos de cobertura que más comúnmente pueden establecerse son:

Un capital en caso de fallecimiento accidental del asegurado, que perciben los herederos legales o los beneficiarios designados en la póliza.

Un capital en caso de incapacidad permanente y total, causada por accidente. Si la incapacidad es permanente parcial, el asegurador solo pagará un porcentaje del capital asegurado para esta garantía, de acuerdo con la gravedad de la lesión y a tenor de una tabla o baremo que se especifica en las condiciones generales de la póliza.

Una pensión diaria en caso de incapacidad temporal durante los días que el asegurado permanezca de baja a causa del accidente. Los gastos de asistencia médica que precise el asegurado accidentado para su total curación con los límites y condiciones que se estipulen en la póliza.⁵²

Seguro de Accidentes del Trabajo: Es el que tiene por objeto la prestación de indemnizaciones derivadas de lesiones corporales sufridas por un trabajador como consecuencia del trabajo que ejecuta por cuenta ajena. Generalmente se incluyen algunas de las siguientes prestaciones:

Indemnización diaria en caso de incapacidad temporal durante los días que el lesionado permanezca de baja. Puede ocurrir si la incapacidad temporal excede el tiempo reglamentario, esta puede pasar a ser incapacidad permanente.

Renta vitalicia en caso de producirse la incapacidad parcial o total permanente para la profesión habitual del trabajador o en caso de incapacidad permanente y absoluta para todo tipo de trabajo.

⁵² Cfr. Julio, CASTELO MATRAN, Diccionario Mapfre de Seguros, Editorial Mapfre S.A. España, 1988, pp:258

Indemnización por las lesiones definitivas o mutilaciones que pueda sufrir el trabajador y que no sean constitutivas de incapacidad permanente.

Renta para los derechohabientes del trabajador en caso de fallecimiento accidental del mismo.

Asistencia médica y farmacéutica del trabajador lesionado hasta su total curación, o hasta que la lesión se considere como constitutiva de incapacidad permanente.

Seguro de Ahorro: Es una modalidad específica del seguro de vida, por el que la entidad aseguradora se compromete a abonar al asegurado un determinado capital al vencimiento de un plazo previamente determinado, salvo que, con anterioridad a dicho vencimiento se produzca el fallecimiento del asegurado, en cuyo caso no tiene lugar a la indemnización.

Seguro de Asistencia en Viajes: Es una modalidad de seguro, que normalmente complementa al seguro de automóviles, a través de este se prestan al asegurado una serie de servicios conducentes a resolver las incidencias de diversa naturaleza que pueden producirse tanto para el asegurado o para quienes le acompañen durante un viaje.

Seguro de Asistencia Médica: Aquel que cubre el riesgo de enfermedad o accidente del asegurado, proporcionándole servicios médicos y quirúrgicos, farmacéuticos e internamiento en centros médicos, dentro de las especialidades y con los límites que figuren en la póliza.

Seguro de Automóviles: Es aquel que tiene por objeto la prestación de indemnizaciones derivadas de accidentes producidos a consecuencia de la circulación de vehículos. En general este seguro está destinado a cubrir la responsabilidad del propietario conductor por las lesiones corporales o daños materiales que con motivo de la circulación de su vehículo, puede producir a terceros, incluye también los gastos de asistencia médica y hospitalaria para el conductor y los ocupantes. En cuanto a prestaciones adicionales, las más comunes son:

Responsabilidad civil para garantizar la responsabilidad en que pueda incurrir el propietario o conductor de un vehículo por los daños causados a terceros. Daños, incendio y/o robo del propio vehículo, eventos de la naturaleza, etc.

Seguro de Aviación: Tiene por objeto la prestación de indemnizaciones derivadas de accidentes sufridos por aeronaves. Normalmente, se cubren los daños personales sufridos por las personas transportadas, la responsabilidad civil derivada de daños causados a terceros con motivo del accidente, los daños producidos en las mercancías transportadas y los originados en el propio avión (casco).

Seguro de Beneficios: Modalidad del seguro de transportes, por la que al cargador de las mercancías transportadas en un buque se le garantiza, en caso de accidente o naufragio de la embarcación, la entrega de una indemnización equivalente al beneficio comercial que obtendría al venderse o entregarse en destino tales mercancías⁵³

Seguro de Calderas: Este seguro es una modalidad de los ramos técnicos. Cumple dos finalidades distintas pero complementarias. De un lado, garantizar los daños que puedan sufrir tanto las propias calderas o recipientes a presión a consecuencia de su explosión o avería, como otros bienes del asegurado que pudieran igualmente verse afectados, y la responsabilidad civil ante terceros que pudiera derivarse de dichos accidentes; y por otro lado, proporcionar las inspecciones periódicas de las instalaciones por medio de los ingenieros de la compañía aseguradora.

Seguro de Capital: Es una modalidad del seguro de vida, en que la prestación asegurada es una suma que la entidad aseguradora abonará en caso de producirse el evento objeto de su cobertura.

Seguro de Capitalización: Modalidad de ahorro del seguro de vida, por la que el contratante o asegurado se obliga al pago periódico de una prima y la entidad aseguradora se compromete a la satisfacción de un capital al vencimiento del contrato.

Seguro de Caución: Tiene por objeto la prestación de indemnizaciones respecto a un tercero, a consecuencia de determinados actos u omisiones realizados por el asegurado, del cual es fiador solidario la propia entidad aseguradora.

⁵³ Cfr. Julio, CATELO MATRAN, Diccionario Mapfre de Seguros, Editorial Mapfre S.A. España 1988, pp:261

Seguro Colectivo: Seguro sobre personas (seguro de vida o seguro de accidentes individuales) que se caracteriza por cubrir mediante un solo contrato múltiples asegurados que integran una colectividad homogénea, como pueden ser: los empleados de una misma empresa.

Seguro Combinado: Es aquel en que, en una misma póliza, se garantiza respecto a la misma persona determinados riesgos de diversa naturaleza, referentes al mismo objeto. Por ejemplo: seguro combinado de incendio-robo; seguro combinado de automóviles: daño, robo e incendio, etc.

Seguro Complementario: Es aquel que se incorpora a otro, con objeto de prestar a la persona asegurada en ambos una nueva garantía o ampliar la cobertura preexistente. Por ejemplo: El riesgo de paralización de una industria, puede garantizarse mediante un seguro complementario al de incendio.

Seguro de Construcción: Es aquel que tiene por objeto garantizar los daños que puedan sufrir los bienes integrantes de una obra en construcción, y en particular la propia obra ejecutada, los materiales y aprovisionamientos en el lugar de la construcción, así como la maquinaria y equipo auxiliar de construcción. Los principales riesgos cubiertos por esta modalidad, comprenden: los daños producidos por los fenómenos de la naturaleza (lluvia, viento, terremoto, etc.), los derivados de fallos o errores en los trabajos de construcción y los riesgos convencionales (incendio, robo, explosión, etc.).

También opcionalmente, puede ser cubierta la responsabilidad civil por daños a terceros derivados de los trabajos de construcción

Seguro de Cristales: Es aquel que garantiza al asegurado el pago de una indemnización en caso de rotura accidental de las lunas o cristales descritos en la póliza.

Seguro por Cuenta Ajena: El que se contrata por una persona en nombre y a favor de otra.

Seguro por Cuenta Propia: Es el seguro que se contrata por una persona en su propio nombre y a su favor.

Seguro de Daños: Bajo esta denominación se clasifican todos los seguros cuyo fin principal es reparar la pérdida sufrida, a causa de siniestro, en el patrimonio del tomador

del seguro, esta conformado por el seguro de transportes, seguro contra incendios, seguro contra robo, seguro de vehículos, etc. Los elementos esenciales de un seguro de daños son:

El interés asegurable, que expresa la necesidad de que el tomador del seguro tenga algún interés directo y personal en que el siniestro no se produzca, bien a título de propietario, usuario, etc. Y el principio indemnizatorio según el cual, la indemnización no puede ser motivo de enriquecimiento para el asegurado y debe limitarse a resarcirle del daño concreto y real sufrido en su patrimonio. Los seguros de daños se dividen en dos grandes grupos: los seguros de cosas, destinados a resarcir al asegurado de las pérdidas materiales directamente sufridas en un bien integrante de su patrimonio; y seguros de responsabilidad, que garantizan al asegurado contra la responsabilidad civil en que pueda incurrir ante terceros por actos de los que sea responsable.⁵⁴

Seguro de Dinero en Tránsito: El que garantiza los riesgos de robo y expoliación durante el transporte de dinero en metálico, efectuado por cobradores o transportadores de fondos. Este seguro se establece normalmente mediante un sistema de liquidación de capitales, calculando inicialmente una prima provisional, que es posteriormente ajustada después de la declaración de la cantidad exacta que haya sido transportada y cubierta durante el período de seguro vencido.

Seguro sobre dos o varias Cabezas: Es una modalidad de seguro de vida, que tiene dos o más personas aseguradas, que son a la vez beneficiarios recíprocos y en su virtud, cuando el fallecimiento de cualquiera de los asegurados se produzca dentro del límite estipulado en el contrato, el asegurador satisfará la indemnización prevista a los supervivientes.

Seguro de Enfermedad: Aquel en cuya virtud, en caso de enfermedad del asegurado, se le entrega la indemnización prevista en la póliza o se le presta la asistencia clínico-médico-farmacéutica estipulada en el contrato.

Seguro de Enterramiento: En este seguro en caso de fallecimiento del asegurado, se entrega a sus familiares la indemnización prevista en el contrato y/o se prestan los servicios necesarios para el acto de sepelio.

⁵⁴ Cfr. Julio, CASTELO MATRAN, Diccionario Mapfre de Seguros, Edit. Mapfre S.A., España, 1988, pp: 264

Seguro de Flete: Es aquel que garantiza las pérdidas o daños que pueda sufrir el flete. La suma asegurada no podrá exceder de la que figure en el contrato de fletamento; el armador puede asegurar también los anticipos que reciba sobre el flete en tanto estos anticipos sean reintegrables, puesto que si se pierde el buque tendrá que devolverlos. Por el contrario, si no son reintegrables serán el cargador o fletador quienes deben asegurarlos, ya que serán ellos quienes sufrirían el perjuicio de la pérdida del buque o de la mercancía.

Seguro de Hospitalización y Cirugía: Es el que cubre la intervención quirúrgica del asegurado, en caso de enfermedad o accidente, así como la hospitalización y gastos médico-farmacéuticos que ello implique.

Seguro de Incendio: Aquel que garantiza al asegurado la entrega de una indemnización en caso de incendio de los bienes determinados en la póliza, o la reparación o reposición de las piezas averiadas. En general, se considera incendio a la combustión y el abrasamiento con llama, capaz de propagarse de un objeto u objetos que no estaban destinados a ser quemados en el lugar y momento en que se produce. La finalidad principal de este seguro, es el resarcimiento de los daños sufridos en los objetos asegurados a causa de un fuego, incluyéndose así mismo, los gastos que ocasione el salvamento de esos bienes o los daños que se produzcan en los mismos al intentar salvarlos. También se puede incluir en la póliza de incendio, una serie de coberturas adicionales y extendidas como:

- La responsabilidad civil en que a consecuencia del incendio, haya podido incurrir frente a terceros el propietario de los bienes dañados, o pudiera haber incurrido el asegurado como arrendatario del local incendiado, frente al propietario del mismo.
- La pérdida de alquileres que pudiera sufrir el propietario del edificio incendiado.
- La pérdida de beneficios producida a causa de la paralización del trabajo en la empresa o explotación incendiada.
- Los gastos de descombro del edificio incendiado, así como los causados por la intervención de bomberos para la extinción del fuego.
- Los daños producidos por la caída del rayo o por explosión, aunque de estos hechos no se derive incendio.

Seguro individual de Vida: Es aquel en que el asegurado es una sola persona física, sobre cuya vida se contrata el seguro.

Seguro contra la Infidelidad:⁵⁵ Aquel en que el asegurador responde de las pérdidas que pueda sufrir el asegurado por la apropiación de mercancías, efectos, documentos o dinero, realizadas con abuso de confianza, por los empleados y dependientes a su servicio.

Seguro de Invalidez: Cubre el riesgo de imposibilidad para realizar algún o todo tipo de trabajo. Las prestaciones que se otorgan por invalidez pueden consistir en una indemnización o en una renta vitalicia, dependiendo del grado de invalidez sufrida.

Seguro de Jubilación: Este es una modalidad de seguro de vida, que consiste en el pago de un capital o renta, diferidos en su pago hasta que el asegurado alcance una edad de jubilación predeterminada. Si se tratase de un seguro de capital diferido, existe la opción de transformar éste en una renta vitalicia a partir del momento de la jubilación. Generalmente, se contrata con prima anual creciente, acorde con las posibilidades económicas del asegurado.

Seguro de Lucro Cesante: Es el que garantiza al asegurado la pérdida de rendimiento económico que hubiera podido alcanzarse en un acto o actividad, caso de no haberse producido el siniestro descrito en la póliza.

Seguro de Maquinaria: Conocido como seguro de rotura de maquinaria; tiene por objeto garantizar los daños que puedan sufrir las maquinas, equipos o plantas industriales descritas en el contrato, por hechos de carácter accidental inherentes a su funcionamiento o manejo (defectos de fabricación, materiales o diseño de cualquier elemento de las mismas, impacto o entrada de cuerpos extraños, sobrecalentamiento por fallo de los circuitos de refrigeración, impericia o negligencia en su manejo, etc.) Normalmente se excluyen los riesgos convencionales como incendio, robo, etc.; así como los derivados del propio desgaste o uso de los equipos.

Seguro Marítimo: Es una modalidad de seguro de daños, mediante el que se garantizan en general, los riesgos de navegación que pueden afectar tanto al buque transportador como a la carga transportada. Entre los riesgos de navegación pueden incluirse: la pérdida total del buque, la contribución a la avería común o el abandono debidos a naufragio, abordaje, varada, incendio, temporal, echazón, arribadas forzosas, cambios forzados de derrota, explosiones de calderas, averías o roturas de máquinas, etc.

⁵⁵ Cfr. Julio, CASTELO MATRAN, Diccionario Mapfre de Seguros, Editorial Mapfre S.A., España 1988, pp. 268

Seguro de Ordenadores: Es aquel por el que se garantizan los daños que puedan sufrir los equipos de procesamiento de datos descritos en el contrato, e incluso sus instalaciones auxiliares, a consecuencia de cualquier hecho de carácter accidental, excepto los expresamente excluidos. Generalmente se excluyen los daños derivados de desgaste, montaje o desmontaje, influencia de la temperatura y aquellos que deban ser soportados por el fabricante, de acuerdo con el contrato de mantenimiento que se exige haya sido concertado por el asegurado. Las coberturas pueden también extenderse a los gastos de reobtención de datos por la pérdida de la información a consecuencia de un daño material en los soportes magnéticos (cintas, discos, etc.)

Seguro de Personas: Este se caracteriza porque el objeto asegurado es la persona humana, haciéndose depender de su existencia, salud o integridad el pago de la prestación. En esta clasificación se encuentran: los seguro de vida, seguro de accidentes y de enfermedad.

Seguro de Responsabilidad Civil: Es aquel en el que el asegurador se compromete a indemnizar al asegurado del daño que pueda experimentar su patrimonio a consecuencia de la reclamación que le efectúe un tercero, por la responsabilidad en que haya podido incurrir tanto el propio asegurado como aquellas personas de quienes él debe responder civilmente, esta formado por los seguros de deudas futuras, los seguros por costes y fianzas judiciales.

Seguro de Robo: Es aquel en que el asegurador se compromete a indemnizar al asegurado por los daños sufridos a consecuencia de la desaparición, destrucción o deterioro de los objetos asegurados a causa de robo o tentativa de robo; o apropiación ilegal de los mismos mediante violencia o amenazas. Para ser indemnizado, estos hechos deben ser llevados a cabo por personas ajenas al asegurado.

Seguro a todo Riesgo: Expresión que significa que en determinado contrato de seguro, se han incluido todas las garantías normalmente aplicables a determinado riesgo.

Seguro Turístico: Es aquel que cubre principalmente las prestaciones y riesgos con ocasión de un viaje de vacaciones, tales como asistencia médica, pérdida o retraso de equipajes, huelgas del personal de servicio de hoteles o aeropuertos, perjuicios por la cancelación del viaje por fuerza mayor, etc.

Además se ofrecen los siguientes servicios:

Trámites de Seguros: Obtención de cotizaciones, solicitudes de seguros, manejos de reclamos, actualización permanente y control de pólizas, vigencias, renovaciones, cambios, inclusiones, exclusiones, informes, estadísticas, etc.

Asesoramiento Permanente: En forma exacta, verdadera, detallada y honesta, acerca del mercado asegurador actual, compañías de seguros y productos que éstas ofrecen.

ANEXO 2
PARROQUIAS DE QUITO
PROYECCIÓN DE LA POBLACION DE LA ADMINISTRACIÓN ZONAL EUGENIO ESPEJO
POR QUINQUEÑOS SEGÚN PARROQUIAS

PARROQUIAS		Población Censo		Tasa de crecimiento demográfico %	Incremento %	Proyección año y Tasa de Crecimiento (tc)									
		1990	2001			2005	tc	2010	Tc	2015	tc	2020	tc	2025	Tc
TOTAL ADMINISTRACIÓN		330.145	365.054	0,9	11	377.748	0,9	393.616	0,8	409.484	0,8	425.351	0,8	441.219	0,7
BELISARIO QUEVEDO	U	53.618	47.444	-1,1	-12	44.408	1,6	40.003	2,1	35.001	2,6	29.557	3,3	23.926	4,1
MARISCAL SUCRE	U	18.801	15.841	-1,5	-16	14.569	2,1	12.843	2,5	10.999	3,1	9.094	3,7	7.210	4,5
IÑAQUITO	U	40.792	42.251	0,3	4	41.869	0,2	40.492	0,7	38.025	1,2	34.455	-2	29.919	2,8
RUMIPAMBA	U	28.735	30.318	0,5	6	30.247	0,1	29.501	0,5	27.940	1,1	25.534	1,8	22.364	2,6
JIPIJAPA	U	31.938	35.646	1	12	36.303	0,5	36.337	0	35.326	0,6	33.145	1,3	29.810	2,1
COCHAPAMBA	U	27.557	44.613	4,5	62	52.207	4	62.469	3,7	72.966	3,2	82.692	2,5	90.333	1,8
CONCEPCIÓN	U	40.667	37.357	-0,8	-8	35.441	1,3	32.464	1,7	28.878	2,3	24.789	-3	20.395	3,8
KENNEDY	U	67.298	70.227	0,4	4	69.781	0,2	67.717	0,6	63.810	1,2	58.018	1,9	50.554	2,7
SAN ISIDRO DEL INCA	U	12.675	28.720	7,7	127	38.263	7,4	54.393	7,3	76.331	7	105.226	6,6	141.750	6,1
NAYON	AE	5.767	9.693	4,8	68	11.506	4,4	14.027	4	16.708	3,6	19.329	3	21.577	2,2
ZAMBIZA	AE	2.297	2.944	2,3	28	3.155	1,7	3.371	1,3	3.500	0,8	3.512	0,1	3.382	0,8
Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC															
Elaboración: Unidad de Estudios; DMPT-MDMQ															

ANEXO 2 TABLA PARROQUIA EUGENIO ESPEJO

PARROQUIAS	TOTAL VIVIENDAS	CONDICIÓN DE OCUPACIÓN Y OCUPANTES								PROMEDIO DE OCUPANTES POR VIVIENDA PARTICULAR	
		OCUPADAS				DESOCUPA.	CONST.	COLECTIVAS			
		TOTAL	CON PERSONAS PRESENTES		CON PERSONAS AUSENTES			VIVIENDAS	OCUPANTES		
			VIVIENDAS	OCUPANTES							
EUGENIO ESPEJO	119.373	112.537	105.111	364.833	7.426	5.039	1.514	283	4.608	3,5	
BELISARIO QUEVEDO	15.057	14.490	13.663	46.378	827	366	135	66	1.066	3,4	
MARISCAL SUCRE	6.083	5.589	4.903	14.381	686	377	33	84	1.460	2,9	
IÑAQUITO	16.845	15.726	13.855	41.661	1.871	965	98	56	590	3	
RUMIPAMBA	10.660	9.962	9.049	29.959	913	600	71	27	359	3,3	
JIPIJAPA	12.096	11.479	10.602	35.551	877	511	95	11	95	3,4	
COCHAPAMBA	12.642	11.912	11.482	44.593	430	431	297	2	20	3,9	
CONCEPCIÓN	11.682	11.230	10.731	36.912	499	397	42	13	445	3,4	
KENNEDY	21.206	20.305	19.428	69.778	877	678	207	16	449	3,6	
SAN ISIDRO DEL INCA	9.479	8.655	8.333	33.022	322	488	331	5	117	4	
NAYON*	2.764	2.449	2.362	9.660	87	164	150	1	1	4,1	
ZAMBIZA*	859	740	703	2.938	37	62	55	2	6	4,2	

Elaborado: Unidad de Estudios e Investigación MTV-MDMQ

ANEXO 3

ENCUESTA ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA DISERTACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE “INGENIERO COMERCIAL”

Nota: Este cuestionario es para uso exclusivo de la investigación antes mencionada. Será tratado con total confidencial. Su único fin es conocer la necesidad de crear una Empresa Asesora de Seguros en el Ramo de vida y previsión en la ciudad de Quito. Por lo mismo, es muy importante que sus respuestas reflejen exactamente, su mejor criterio, sobre las inquietudes expuestas en cada pregunta.

1. Cuáles de los siguientes aspectos, se identifican, con la opinión que usted tiene sobre el sector de seguros?

Positivo:	<input type="checkbox"/>	Negativo:	<input type="checkbox"/>	Desconoce:	<input type="checkbox"/>
Confianza:	<input type="checkbox"/>	Seguridad:	<input type="checkbox"/>	Prevención:	<input type="checkbox"/>
Idea de Futuro:	<input type="checkbox"/>	Protección:	<input type="checkbox"/>	en Servicio:	<input type="checkbox"/>
Otros: (especifique)	<input type="text"/>				

2. Cuáles de los siguientes seguros ha adquirido usted?

Vida:	<input type="checkbox"/>	Salud:	<input type="checkbox"/>
Plan de Jubilación:	<input type="checkbox"/>	Plan de Estudios:	Beneficios <input type="checkbox"/>
individuales:	<input type="checkbox"/>	Incertidumbres y robos:	<input type="checkbox"/>
Fianzas:	<input type="checkbox"/>	Accidentes:	<input type="checkbox"/>
Todo riesgo:	<input type="checkbox"/>		
Otros: (especifique)	<input type="text"/>		

3. Considera que el servicio al cliente de su proveedora, ha sido:

Excelente:	<input type="checkbox"/>	Buena:	<input type="checkbox"/>	Regular:	<input type="checkbox"/>	Mala:	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------	--------	--------------------------	----------	--------------------------	-------	--------------------------

4. Por cuáles de los siguientes motivos ha adquirido usted los seguros

Protección:	<input type="checkbox"/>	Recomendación:	<input type="checkbox"/>	Estatus:	<input type="checkbox"/>
Prevención:	<input type="checkbox"/>	Educación hijos:	<input type="checkbox"/>	Vejez digna:	<input type="checkbox"/>
Seguridad:	<input type="checkbox"/>				

Otros:

5. Cuáles de los siguientes aspectos considera usted más relevantes para contratar un corredor de seguros? Indique el orden de prioridad

Alternativas variadas de seguros:	<input type="checkbox"/>	Costos razonables:	<input type="checkbox"/>
Atención Personalizada:	<input type="checkbox"/>	Calidad en la atención:	<input type="checkbox"/>
Trato amable:	<input type="checkbox"/>	Compromiso sobre seguros:	<input type="checkbox"/>
Infraestructura adecuada:	<input type="checkbox"/>	Información oportuna y clara:	<input type="checkbox"/>
Otros:	<input type="text"/>		

6. Quisiera tomar otros seguros?

SI: NO: Cuáles?

7. A través de que medios le gustaría recibir información sobre nuevos productos en seguros:

Carta: Internet: Teléfono: Personalmente:

8.Cuál es el rango de edad de posibles asegurados?

De 18 a 25 años: De 26 a 35 años: De 36 a 45 años:
De 46 a 55 años: Más de 55 años:

9. Estaría dispuesto a contratar los servicios de una nueva empresa asesora especializada exclusivamente en **seguros de vida y previsión, que le brinde las facilidades para acceder a los beneficios esperados por usted.**

SI: NO:

Por qué?

DATOS OPTATIVOS

NOMBRE:.....
Edad:..... Genero: M..... F.....
PROFESIÓN:.....
ACTIVIDAD ECONÓMICA:.....
E MAIL:.....
TELÉFONO.....
DIRECCIÓN:.....

ANEXO 4		DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA DE SEGUROS	
PERSONAL OPERATIVO (10m ²)	BAÑO (6m ²)	GERENCIA (15m ²)	RECEPCIÓN (12m ²)
ADMINISTRACIÓN (9m ²)	SECRETARÍA (12m ²)		BAÑO (6m ²)
10 m			

Distribución de las áreas de la empresa por m²

FUNCIONAMIENTO	AREA (m ²)
GERENCIA GENERAL	15
ADMINISTRACIÓN/CONTABILIDAD	9
GERENCIA COMERCIAL	9
PERSONAL OPERATIVO (ASESORES)	10
RECEPCIÓN / SECRETARÍA	12
BAÑO	6
TOTAL	61

Elaborado Por: El autor

Anexo No. 5

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA							
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSA	% COBERTURA	TAMAÑO PROYECTADO	% A CUBRIR	TAMAÑO DEL PROYECTO
2006		102533					
2007	38762	104583	65821	0,1	6582		
2008	39538	106675	67137	0,1	6714	0,6	4028
2009	40328	108809	68480	0,1	6848	0,7	4794
2010	41135	110985	69850	0,1	6985	0,8	5588
2011	41958	113204	71247	0,1	7125	0,85	6056
2012	42797	115469	72672	0,1	7267	0,9	6540
2013	43653	117778	74125	0,1	7413	0,94	6968
2014	44526	120134	75608	0,1	7561	0,98	7410
2015	45416	122536	77120	0,1	7712	1	7712
2016	46325	124987	78662	0,1	7866	1	7866
2017	47251	127487	80235	0,1	8024	1	8024
					80096		64985
CRECIMIE	0,0713						
* y ** Se ha utilizado los datos de la Superintendencia de Compañías para los años 2004 y 2005							
*** Se ha utilizado el N° de personas que utilizan alguntipode seguros del universo de estudios							
****Se utilizan los datos de la encuesta: vida 15%, 5% plan de estudios, y de jubilación 11%, (total vida y previsión juntas 11%)							