



# POSGRADOS

MAESTRÍA EN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS,  
MENCIÓN GESTIÓN FINANCIERA

RPC-SO-30-NO.502 -2019

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

PROPUESTAS METODOLÓGICAS Y  
TECNOLÓGICAS AVANZADAS

TEMA:

ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COVID-19  
A NIVEL DE RECAUDACIÓN DEL  
PORTAFOLIO DE CLIENTES EMITIDOS  
EN LA ASEGURADORA LIBERTY S.A  
SEDE ECUADOR EN EL PERIODO  
2020-2021

AUTORA:

JESSICA MICHELLE AROCA AGUALONGO

DIRECTOR:

CARLOS ANIBAL SALAZAR VILLEGAS

QUITO – ECUADOR  
2022

*Autora:*



***Jessica Michelle Aroca Agualongo***

Ingeniería Comercial

Candidata a Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión Financiera por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.

jaroca@est.ups.edu.ec

*Dirigido por:*



***Carlos Anibal Salazar Villegas***

Doctorado en Contabilidad y Auditoría

Magíster en Tributación

csalazarv@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2022 © Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO– ECUADOR – SUDAMÉRICA

AROCA AGUALONGO JESSICA MICHELLE

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COVID-19 A NIVEL DE RECAUDACIÓN DEL PORTAFOLIO DE CLIENTES EMITIDOS EN LA ASEGURADORA LIBERTY S.A SEDE ECUADOR EN EL PERIODO 2020 – 2021.**

## **RESUMEN**

El objetivo principal del presente trabajo es determinar cuál fue el impacto de la emergencia sanitaria COVID -19 en Liberty S.A sobre la recaudación del portafolio de clientes y establecer las herramientas necesarias que apoyen al proceso de cobro.

La actividad de la compañía es la venta de pólizas de seguros en el mercado ecuatoriano a nivel nacional, la mismas que se vieron afectadas en los años 2020-2021 por las medidas de seguridad que el país tomó, provocando innumerables inconvenientes como disminución de ventas de seguros, desempleo, incrementos de siniestros y sobre todo el no pago de las primas de seguro desencadenando en cancelaciones y anulaciones de las pólizas contratadas.

Se utilizó el método descriptivo – analítico y cualitativo a través de recopilación de información en los distintos medios habilitados: páginas web de las compañías de seguros, como también artículos de la prensa.

Los ingresos de la compañía se vieron afectados por la crisis económica que atravesó el país al haber estado en confinamiento.

En el 2021 se evidenció un incremento en el valor de ingresos, así como, una disminución en el valor de anulaciones, esto como consecuencia de la reactivación económica que el país fue viviendo gradualmente.

Una de las principales sugerencias es la creación de más herramientas virtuales de cobro o autogestión para los corredores y clientes, ya que se observó la falta de mecanismos digitales que faciliten el proceso de cobro.

### **Palabras Claves**

Pólizas de Seguro, Primas, Cancelaciones, Anulaciones.

## **ABSTRACT**

The main objective of this work is to determine the impact of the COVID -19 health emergency on Liberty S.A. on the collection of the client portfolio and establish the necessary tools to support the collection process.

The activity of the company is the sale of insurance policies in the Ecuadorian market at the national level, the same ones that were affected in the years 2020-2021 by the security measures that the country took, causing innumerable inconveniences such as a decrease in sales of insurance, unemployment, increases in claims and, above all, non-payment of insurance premiums, triggering cancellations and annulments of contracted policies.

The descriptive - analytical and qualitative method was used through the collection of information in the different enabled media: web pages of insurance companies, as well as press articles.

The company's income was affected by the economic crisis that the country went through as it was in lockdown.

In 2021, there was an increase in the value of income as well as a decrease in the value of cancellations, this is due to the economic reactivation that the country was gradually experiencing.

One of the main suggestions is the creation of more virtual collection or self-management tools for brokers and clients, since the lack of digital mechanisms that facilitate the collection process was observed.

### **Keywords**

Insurance Policies, Premiums, Cancellations, Cancellations.

# Índice Contenido

1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Situación Problemática .....	1
1.2. Formulación del Problema .....	2
Problema General .....	2
Problemas Específicos .....	2
1.3. Justificación teórica .....	3
1.4. Justificación práctica .....	4
1.5. Objetivos .....	5
1.5.1. Objetivo general .....	5
1.5.2. Objetivos Específicos .....	5
2. MARCO TEÓRICO .....	5
2.1. Enfoques del marketing .....	7
2.2. Fuerzas De Porter .....	9
3. METODOLOGÍA .....	18
3.1. Unidad de Análisis .....	18
3.2. Población .....	18
3.3. Tamaño de muestra .....	19
3.4. Selección de la muestra .....	19
3.5. Métodos para emplear .....	19
3.5.1 Método Descriptivo - Analítico .....	19
3.5.2 Método Cualitativo .....	20
3.6. Identificación de las necesidades de información .....	20
3.6.1 Fuentes Primarias .....	20
3.6.2 Fuentes Secundarias .....	21
3.7. Técnicas de recolección de datos .....	21
3.7.1 Datos Cualitativos .....	21
3.7.2 Datos Cuantitativos .....	21
3.8. Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información .....	22
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	23
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados .....	23
4.2. Propuesta Metodológica o Tecnológica .....	31
4.2.1. Premisas o supuestos .....	32
4.2.2. Objetivo de la propuesta metodológica .....	33
4.2.3. Objeto de la propuesta .....	33

4.3. Responsables de la implementación y control.....	34
4.4. Fases para su puesta en práctica .....	35
4.5. Indicadores de evaluación.....	36
5. CONCLUSIONES .....	38
6. RECOMENDACIONES .....	40
7. BIBLIOGRAFÍA.....	40
8. ANEXOS .....	43

### Índice de Tablas

Tabla 1. Análisis de Pestel .....	8
Tabla 2. Aseguradoras Mercado Ecuatoriano.....	11
Tabla 3. Barreras de Entradas - Porter.....	13
Tabla 4. Análisis Foda.....	16
Tabla 5. Anulaciones por falta de pago Periodo 2020-2021.....	23
Tabla 6. Detalle Ingresos Periodo 2020-2021 .....	24
Tabla 7. Formas de Ingreso (Pago) Período 2020-2021.....	25
Tabla 8. Gestión Cobro Proveedor-segmentado por Rangos Vencimientos .....	27
Tabla 9. Distribución por Rangos de Vencimiento.....	29
Tabla 10. Responsables del proceso implementación portal de pagos.....	34
Tabla 11. Fases del Proceso .....	36
Tabla 12. Indicadores de Evaluación.....	36
Tabla 13. Proyección de Ingresos.....	37
Tabla 14. Flujo de Efectivo .....	38

### Índice de Gráficos

Gráfico 1. Anulaciones Generales Falta de Pago Periodo 2020-2021 .....	24
Gráfico 2. Ingresos Periodo 2020-2021 .....	25
Gráfico 3. Comparativo Ingresos Periodo 2020-2021.....	26
Gráfico 4. Rangos Vencimiento Cartera Proveedor .....	28
Gráfico 5. Fases proceso Implementación Portal de Pagos.....	35

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Situación Problemática

A lo largo de la historia el mundo ha sufrido varias pandemias, una de las más recordadas fue la gripe española en el año 1918, los efectos fueron desoladores provocando una gran cantidad de pérdidas familiares, miedos en la población, deterioro en la economía de los países y las compañías de seguros con problemas financieros por la cantidad de fallecidos.

Debido a la situación que se ha presentado a raíz de la pandemia Covid-19, en el sector asegurador han disminuido el flujo de efectivo, por varias razones tales como: ventas, desempleo o cambio de necesidades en las personas sobre las líneas de seguros, por ejemplo, la pandemia aceleró la contratación por parte de los ciudadanos de un seguro de salud dándole prioridad sobre un seguro de vehículos.

La utilidad de la industria también se ha visto afectada, principalmente por el alto nivel de siniestros atendidos en seguros de vida. Hasta septiembre 2020, acumulaba un resultado de USD 20,9 millones, que representa una caída del 43% en comparación con igual período del año pasado y la falta de pagos en las primas emitidas (REVISTA LIDERES, 2020).

El Covid-19 está afectando al mercado asegurador de distintas maneras tales como continuidad de negocio, atención a clientes, siniestralidades altas, valuación de reservas y gastos operativos propios del entorno, lo cual se ve reflejado en los estados financieros de la compañía, así como su flujo de efectivo.

Una vez que se presentó la emergencia sanitaria y las políticas decretadas por parte del Gobierno Ecuatoriano para tratar de controlar la transmisión del COVID-19 se han visto afectados los sectores económicos entre ellos el mercado asegurador, por los

altos montos que se deben cubrir frente a siniestros o indemnizaciones en especial de los ramos de vida y Asistencia médica.

Adicionalmente, en base al Decreto Ejecutivo 1165 Artículo 6 emitido, se imposibilitaba cancelar las pólizas por falta de pago, así disminuyendo los ingresos de dinero a las compañías. Por otro lado, existía una fuerte salida de dinero, lo que conllevó a tener dificultades en cubrir las obligaciones de las compañías de seguros. (Gonzalez Medina, 2021)

Es importante mencionar que este tipo de situaciones se dieron a nivel mundial y no solo en el sector ecuatoriano. (Z, 2020)

## **1.2. Formulación del Problema**

### ***Problema General***

¿Liberty tiene opciones de pago efectivas e incentivos que permite la recaudación de primas para el incremento de flujo de efectivo en la compañía, acorde a las necesidades de la estrategia de ventas y del mercado asegurador?

### ***Problemas Específicos***

1. ¿Los clientes tienen la información de los mecanismos de pago al momento de contratar su póliza, para el pago de primas dentro del tiempo establecido que evite el proceso de anulación o suspensión de coberturas?
2. ¿Los montos de Anulaciones por falta de pago afectan a la cartera de primas por cobrar y disminuyen el portafolio de clientes, generando la disminución del flujo de efectivo que afecta a la compañía, así como la pérdida de clientes sin opción a recuperarlos?

3. ¿La información de contacto de los asegurados, es necesaria para realizar una gestión de cobro efectiva y evitar el proceso de anulación por falta de pago y subir nuestros niveles de contractibilidad para el recaudo?

### **1.3. Justificación teórica**

Dada la situación del Covid-19 se han presentado varios factores que han afectado los aspectos emocionales, económicos y laborales de las familias, en consecuencia, esto se ha visto reflejado en varios sectores empresariales entre los que están las aseguradoras.

Esta afectación se ha presentado tanto en ventas como en recaudo, causada por las medidas tomadas por parte de las autoridades competentes, para tratar de mitigar los efectos que conlleva la pandemia, tales como confinamiento, restricción vehicular, teletrabajo, etc., esto ha llevado a que se busquen nuevas estrategias comerciales para adaptarse a la nueva realidad que se está viviendo en el mundo. (Burbano, 2021)

Frente a este tipo de situaciones es necesario que se realice un análisis donde se determine las estrategias para tener un flujo de efectivo y viable para la compañía, sin tener pérdidas por las bajas ventas que puede conllevar una pandemia.

Otra opción es realizar un estudio de gastos en donde la compañía identifique las áreas de mejora, así mismo definir los rubros de inversión, optimizando la operación de Ecuador, esto permitirá ser más eficiente sin generar costos importantes.

Estos pasos constarán en el manual de procesos para tenerlos presentes frente a situaciones similares al Covid-19 o crisis que pueda enfrentar la empresa.

#### **1.4. Justificación práctica**

En el último año Liberty S.A ha disminuido su nivel de recaudo, es por ello, que se crea la necesidad de adaptar los medios de pago existentes en el mercado asegurador, garantizando el cobro de sus ventas sin generar días de vencimiento en su cartera. De la misma manera, establecer facilidades de pago para las personas que mantengan una deuda y por los factores mencionados anteriormente, se encuentren en mora.

Debido a la falta de flujo de efectivo por el bajo nivel de recaudo de primas, pueden generarse a futuro un déficit en la compañía, el cual permita cubrir las necesidades propias del negocio como son: pago de siniestros, proveedores, nóminas, impuestos y beneficios a los colaboradores de Liberty S.A.

Otro aspecto en el que se ha visto afectado la empresa es la calidad de datos de contacto de los clientes, la cual afecta directamente al proceso de cobranzas. Tener una buena calidad de data nos ayudará a tener un acercamiento más efectivo al momento de realizar gestiones de cobro y mantener una comunicación constante con el cliente para solventar sus posibles dudas o inquietudes. (Veiga Copo, 2022)

La necesidad de Liberty es tener herramientas y opciones de cobro de fácil acceso sin mayores trámites, que permitan optimizar y regularizar las cuentas pendientes de pago así como la recuperación de cartera, incremento de flujo, disminución de provisiones mensuales. Al implementar la mejora se podrá tener un mayor control sobre las cuentas por cobrar de primas, mejorando los flujos de efectivo, disminución de carga laboral como optimización de tiempos en el proceso de registro de pagos y sobre todo la satisfacción del cliente.

## **1.5. Objetivos**

### ***1.5.1. Objetivo general***

Diseñar estrategias para la mejora del proceso de recaudo incrementando el flujo del efectivo, las mismas que estén acorde al mercado asegurador y sea de fácil acceso para los asegurados.

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

1. Determinar los métodos de pagos existentes en el mercado e incentivos que contribuyan al recaudo de primas y apoyen al proceso de ventas del equipo comercial con el fin de tener una mejor rentabilidad, liquidez e incrementar las ventas.

2. Disminuir el número de anulaciones por falta de pago, brindando nuevas facilidades a los asegurados, para que cancelen sus deudas adquiridas antes del período de anulación, simplificando las acciones que conlleva el trámite de realizar un pago.

3. Determinar alternativas eficientes para aumentar el porcentaje de efectividad en el contacto directo con el cliente sea vía telefónica o correo electrónico y establecer convenios de pago efectivos antes de la venta.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Una vez que se presentó la emergencia sanitaria y las políticas decretadas por parte del Gobierno Ecuatoriano para tratar de controlar la transmisión del COVID-19, se han visto afectados los sectores económicos entre ellos el mercado asegurador, por los altos montos que se deben cubrir frente a siniestros o indemnizaciones, en especial de los ramos de vida y Asistencia médica. (Andrade V. Z., s.f.)

A continuación, se detallan cuáles son las posibles causas que pueden afectar a la compañía dada esta situación, así mismo, por dichas razones se ve en la necesidad de

crear nuevos mecanismos de cobro que permitan recuperar los mayores valores de prima para mantener a nuestros clientes creando un vínculo de fidelidad entre el nivel de servicio que se entrega y la satisfacción.

El principal riesgo que detectamos es el crecimiento económico el cual para este año se tenía previsto un crecimiento del 7%, sin embargo, lo tenemos en un 5,5% en la industria, dadas las situación económica del país en donde las familias poseen menos ingresos, empresas con menores ventas y el Estado, el cual tiene menos inversión por la deuda externa, disminuye las obras públicas, contrataciones de servicios, disminución de ventas en vehículos, créditos así como el sector inmobiliario reduciendo la actividad económica. (AEADE, 2020)

En este punto, es en donde como compañía se tiene la obligación de analizar todos los contratiempos que se puedan presentar e incentivar nuevos mecanismos de cobro u opciones que nos permitan retener a los clientes. También dar una opción de recobros a las primas pendientes de pago que no ha sido posible anular por las distintas razones que se presenten en los ramos que maneja la empresa o ya sea por temas legislativos, para esto tenemos las normativas vigentes con respecto a los contratos de seguros. (Stiglitz)

Se crea la necesidad de establecer presupuestos de cobro y flujos de caja, para estar preparados frente a posibles situaciones como la emergencia sanitaria COVID -19 una vez que se hayan establecidos los respectivos mecanismos de cobro existentes en el mercado y los debamos adaptar a la compañía, reduciendo el número de cancelación y pérdida de portafolio de clientes. (Parrado Penagos, 2021)

El mercado asegurador actualmente está conformado por treinta aseguradoras, las cuales cada una tiene sus diferentes formas y canales de pago, es por ello que se investigan las óptimas, adaptables y factibles tanto para nuestros clientes como los procesos internos.

## 2.1. Enfoques del marketing

El marketing está en un proceso de cambio para descubrir, reestructurar o crear mejores estrategias que permita a la empresa cumplir con los objetivos deseados, entre ellos tenemos:

- Búsqueda de propuestas adecuadas para mejorar el servicio al cliente.
- Adaptación de mecanismos de cobro, gestión entre los servicios que ofrece el mercado o similares ideas.
- Captación de clientes que sean selectivos y nuestros servicios cumplan con las expectativas.
- Creación de soluciones adecuadas, valiosas y sostenibles con nuestros clientes.

En la búsqueda de mejorar la experiencia de nuestros clientes se debe incorporar una planificación a largo y mediano plazo que se adapte al constante cambio del mercado en el que hoy en día nos encontramos, de igual manera estas herramientas deben estar al alcance de los asegurados; tomando en cuenta la situación que se vivió en el COVID -19, donde las empresas como Liberty Seguros no estuvieron preparadas para el cambio y sobre la marcha tuvieron que adaptarse y llegar a sus clientes.

Podemos decir que Liberty es una organización saludable y sostenible en el tiempo porque ha ido evolucionando frente a los paradigmas de la práctica, como los nuevos retos que se han enfrentado.

En la búsqueda de mejores herramientas se realizó un análisis a la empresa, para determinar las oportunidades que tenemos con clientes, competidores y proveedores.

Para ello se realizaron las siguientes Matrices.

Tabla 1. *Análisis de Pestel*

<b>ANÁLISIS DE PESTEL</b>		
<b>Políticos – Legal</b>	1	Ley de protección de datos de nuestros asegurados
	2	Normativas emitidas por la Ley de comercio en efectos de pandemia, la cual no permitía la cancelación o suspensión de coberturas cuando la póliza se encontraba impaga, además que se podía solicitar la reprogramación de cuotas.
	3	Expectativa por la posesión del nuevo gobierno, lo cual genera nuevas confianzas para la inversión en el país, así mismo, se pudo evidenciar una mejora en el riesgo país por 824 puntos.
<b>Económicos</b>	1	Recuperación de la economía ya que existió una desaceleración por el tema de emergencia sanitaria que hasta el momento nos encontramos atravesando.
	2	El incremento del desempleo en el país.
	3	Altos costos gubernamentales, entre ella la deuda externa.
<b>Sociales</b>	1	Falta de cultura, desconocimiento del manejo del seguro y previsión de posibles riesgos que puedan existir para la toma de un seguro, ya que actualmente es una práctica que no todo el mercado ecuatoriano lo conoce o piensa que nunca va a ser necesitarlo.
	2	Incremento en la inseguridad del país que también ha sido un efecto de la pandemia, esto ha provocado que la ciudadanía ya piense en contratar un seguro ya sea para sus bienes o para su propia vida y salud; que también en estos momentos se vuelve muy importante por los escasos del servicio de salud pública.

<b>Tecnológicos</b>	1	La utilización de la tecnología se volvió muy importante en estos momentos, hoy en día se incrementó el acceso de internet a varias zonas que antes no lo tenían.
	2	Resistencia al uso de las nuevas herramientas tecnológicas, en donde permite tener una solución de manera inmediata hacia el cliente o bróker, sin embargo, aún existen personas que desean a una persona física o telefónicamente para la solución a sus requerimientos.
	3	Actualización de portales WEB.
	4	Manejo de redes sociales para campañas de la compañía.

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

Una vez identificados los factores externos que tienen incidencia hoy en día en el desempeño de la operatividad, resultados actuales y futuros de Liberty Seguros, podríamos obtener posibles escenarios que deban ser considerados para la toma de decisiones, y para anticiparse encontrando soluciones con el fin de no afectar el cumplimiento a los planes estratégicos de la compañía.

## **2.2. Fuerzas De Porter**

Porter en su aporte a la economía, a través de las 5 fuerzas desea determinar la rentabilidad de una empresa u organización en el largo plazo, por ende, el siguiente apartado se realiza en función de análisis de la empresa Liberty S.A. (Porter, 2008)

- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES**

Hoy en día, las empresas orientadas a la prestación de servicios de seguros, crece en el mercado de manera latente, por la necesidad de cubrir ciertas situaciones que las persona las prioriza.

La aseguradora Liberty tiene un enfoque hacia clientes pequeños y medianos (PYMES), que no representa una elevada severidad al reportarse un siniestro y cuyo comportamiento es más predecible.

Los ramos de vehículos, accidentes personales y vida colectiva se mantendrán como los principales ramos de Liberty Seguros Ecuador, conservando el perfil de riesgos – rentabilidad que tiene la aseguradora. En estos ramos, se espera la potencialización de su comercialización a través de canales digitales, que sirvan para bróker, como para la venta directa.

El poder de negociación es relativamente medio – alto, por el enfoque y servicios que prestan dentro de la empresa, dirigiéndose a un sector específico (PYMES), donde buscan cubrir siniestros que no representan mayores gastos a la empresa.

Pero al ser una empresa a nivel internacional instalada en más de 30 países con una sede en Ecuador, tiene más competencia con bróker de seguros locales y nacionales de los países; por ende, es necesario establecer fidelidad y a atracción de servicios a los clientes, con la finalidad que se instalen a largo plazo.

- **AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES**

A nivel nacional e internacional, existen diversos intermediarios de seguros que prestan igual o mejores servicios que la empresa LIBERTY, debido a que los servicios son básicos, orientados al público de las PYMES y que tienen que estar orientados a las necesidades actuales del sector; siendo un factor de competencia bastante alto con respecto a otras organizaciones.

Esta empresa forma parte de un mercado de oligopolio, porque existen empresas que brindan dichos servicios en diferentes ofertas, donde la rivalidad entre los competidores es bastante fuerte debido a la concentración e instalación de nuevas empresas en el sector.

En Ecuador, las empresas de seguros tienen un entorno bastante competitivo, según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, las empresas más fuertes en nuestra nación son:

Tabla 2. *Aseguradoras Mercado Ecuatoriano*

<b>Aseguradoras Mercado Ecuatoriano</b>			
1	Chubb Seguros Ecuador S. A	16	La Unión Compañía Nacional De Seguros S. A
2	Aig Metropolitana Cia. De Seguros Y Reaseguros S.A.	17	Mapfre Atlas Compañía De Seguros S. A
3	Aseguradora Del Sur C.A.	18	Oriente Seguros S.A.
4	Ama América S.A. Empresa De Seguros	19	Pan American Life De Ecuador Compañía De Seguros S.A.
5	BMI Del Ecuador Compañía De Seguros De Vida S.A.	20	Seguros Del Pichincha S.A. Compañía De Seguros Y Reaseguros
6	Bupa Ecuador S.A. Compañía De Seguros	21	Seguros Sucre S. A
7	Constitución C.A. Compañía De Seguros	22	Seguros Unidos S.A.
8	Compañía De Seguros Condor S.A.	23	Seguros Colon S.A.
9	Zúrich Seguros Ecuador S.A.	24	Seguros Alianza S.A.
10	Equivida Compañía De Seguros S.A.	25	Seguros Confianza S.A.
11	Compañía De Seguros Ecuatoriano Suiza S. A	26	Seguros Equinoccial S.A.
12	Generali Ecuador Compañía De Seguros S. A	27	Sweaden Compañía De Seguros S.A.
13	Hispana De Seguros S. A	28	Compañía Francesa De Seguros Para El Comercio Exterior Coface Sucursal Ecuador S.A.
14	Interoceánica C.A. De Seguros.	29	Vazseguros S.A. Compañía De Seguros
15	Latina Seguros C. A		

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

Son 29 empresas que se encuentran en el sector de los seguros, las cuales brindan o prestan seguros a la ciudadana ecuatoriana en las mismas o mejores condiciones y características acorde a las necesidades.

Los nuevos entrantes en el sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación en el mercado, lo que ejerce presión sobre precios, costos y la tasa de inversión a competir.

La amenaza de nuevos entrantes al sector de seguros pone límites de rentabilidad potencial. En este caso, el riesgo es relativamente alto, por tanto, la empresa de seguros debe estar en constante innovación de sus paquetes de servicios para que sean atractivos al cliente y generen tanta fidelidad como confiabilidad.

Es importante enfocarse en la competencia nueva, debido a la declaratoria de emergencia del COVID – 19, surgen nuevas necesidades por cubrir a los clientes, orientándose a que seguros de la salud crezcan latentemente; y a su vez se creen nuevos brókeres de seguros que se enfoquen a la línea de prestación de este tipo de servicios.

Por lo que la empresa LIBERTY en Ecuador, debe generar nuevos paquetes de seguros orientados a la pandemia del COVID-19, tomando en cuenta que hoy en día el seguro del IESS no satisface la necesidad de forma inmediata, lo que obliga a la ciudadanía en general busque nuevas alternativas de cubrir necesidades de salud, tales como:

- Atención Médica, Accesos a la medicación, Citas Médicas, Exámenes Médicos, Servicios de Inhumación, Cremación entre otros.

Servicios que anteriormente, no eran tan necesarios porque no eran muy recurrentes como hoy en día; por tal razón surge la necesidad y, por ende, asoman nuevos competidores que ofrecen dichos servicios, generando una alerta para que las empresas

que se encuentran con un buen posicionamiento en el mercado cambien su visión y se enfoque a las nuevas necesidades.

Si bien es cierto, LIBERTY es una empresa con fuerte posicionamiento en el mercado, no está demás tener presente la innovación de sus servicios, para que nuevos competidores no le quiten fuerza en el mercado de la PYMES, y pueda continuar con su posicionamiento en más de 30 países.

Este análisis va orientado a los siguientes puntos:

Tabla 3. *Barreras de Entradas - Porter*

Economías de Escala	<p>Las economías de escala del sector se encuentran prácticamente en todas las cadenas de valor.</p> <p>Los seguros hoy en día generan valor, siempre y cuando existan servicios de mayor atracción al cliente.</p> <p>Al existir empresas posicionadas en el mercado, el ingreso de nuevos competidores es poco probable.</p>
Diferenciación de Producto	Empresa de servicios de bróker de seguros orientados a las PYMES del Ecuador
Requisitos de Capital	La mayor inversión en la actualidad de la empresa son servicios orientados al COVID – 19
Políticas de Gobierno	Se rigen a la Superintendencia de Compañías.

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES**

Uno de los puntos fuerte de la empresa LIBERTY, es que cuenta con un grupo amplio de proveedores orientados a los servicios de seguros de vehículos y de salud; entre los más reconocidos son:

- Teojama Comercial, Mavesa, Kia Motor, Centro Médico Metropolitano, Metrored, Veris

El 2020 trajo desafíos importantes para el sector asegurador ecuatoriano, al igual que para la economía en su conjunto, debido a la situación de emergencia sanitaria producida por la propagación del virus COVID-19, y su impacto en la producción nacional, el empleo, la liquidez y la propensión al consumo.

Por ende, el poder de negociación debe ser con más fuerza con los proveedores, debido a la emergencia sanitaria, esto implica que la empresa de seguros potencie la negociación; con la finalidad de que existan proveedores que establezcan seguros con el bróker de seguros, orientados a los beneficios de los clientes.

Para elegir al mejor proveedor, hay que tomar en cuenta los beneficios adicionales preestablecidos en un inicio, con respecto:

- ❖ **SERVICIOS MÉDICOS**

- Agendamientos de citas rápidas, cobros accesibles y con descuentos, recetas médicas con descuentos, derivaciones a clínicas cercanas.

- ❖ **AUTOMOTRIZ**

- Mantenimiento gratis por 1 año, garantías por choques y daños externos, servicios de limpieza y lavado.

Actualmente, se debe siempre mantener estrecho contacto con los proveedores, para futuras necesidades de los clientes.

- **AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS**

En este caso la empresa de seguros no cuenta con una amenaza de sustitutos alta.

Es decir, actualmente no existen paquetes de servicios sustitutos, ya que en la mayoría de las empresas de seguros ofrecen los mismos servicios.

- **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES**

La competencia entre las empresas es fuerte, según datos de la Superintendencia de Compañías existen alrededor de 29 organizaciones que prestan prácticamente los mismos servicios.

Por tal razón, la competitividad en el mercado es relativamente alta, el enfoque siempre tiene que estar orientado a las prestaciones de servicios con mayor innovación acorde a las nuevas necesidades que surgen de los clientes.

Las principales empresas que compiten son:

- Seguros Equinoccial, Zurich, AIG Metropolitana, Equivida, Chubb Seguros

La competencia entre las diferentes compañías existentes selecciona varias formas de llegar a sus clientes entre ellos: precios, descuentos, promociones, paquetes y otros beneficios que contribuyen a llamar la atención de sus potenciales asegurados. Mientras mayor sea el grado de rivalidad mayores serán las limitantes para el crecimiento de la rentabilidad del sector.

Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y aspiran a ser líderes, sobre todo si tienen metas que van más allá del desempeño económico en ese sector en particular. (<https://coggle.it/diagram/YMz0mXiS5HvQKgPy/t/5-fuerzas-de-porter>, s.f.)

Para continuar con el análisis se evaluarán los factores internos y externos de la empresa para determinar de forma objetiva los aspectos en los que existe una ventaja

respecto de su competencia y las áreas que muestra debilidades que pueden ser corregidas y evitadas.

Tabla 4. *Análisis Foda*

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Factores Endógenos</b>	F1. Óptima organización estructural de la empresa.	D1. Participación reducida en nichos del mercado.
	F2. Excelente atención para mediadores y clientes.	D2. No intervención en proyectos del estado.
	F3. Inversiones con capital extranjero.	D3. Falta de experiencia en algunos seguros.
	F4. Alta inversión en publicidad.	D4. No cumplimiento del plan estratégico 2022.
	F5. Uso de tecnología para todos sus procesos.	D5. Disminución de personal por inclusión tecnológica.
	F6. Buena cultura organizacional.	D6. Eliminación de procesos manuales.
	F7. Experiencia de valor en cada producto.	
	F8. Índice de inversiones rentables para clientes y proveedores.	
	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Factores Exógenos</b>	O1. Empresa reconocida a nivel mundial y con gran cantidad de años de experiencia en el mercado	A1. La alta competitividad en el mercado de seguros
	O2. Cambios de gobierno que fomentan la inversión extranjera al país	A2. Escasez en nuevos segmentos de participación pérdida de liquidez

03. Fusiones con nuevas compañías y disminución de competitividad del mercado	A3. Estancamiento de la economía ecuatoriana actualmente que enfrenta.
04. Investigaciones de irregularidades en el mercado de las principales aseguradoras del país	A4. La reducción de la liquidez de la economía y la desaceleración del crédito en el país.
05. Creación de nuevas normas y leyes para el sector asegurador	A5. Continuidad en el crecimiento de siniestralidades.
06. Mayor inversión del estado en infraestructura, trayendo consigo un mayor número de contratación pública	A6. Que logren una mayor eficiencia los demás competidores a menores costos.
07. Creación de nuevas coberturas que aún no hay en el sector.	A7. Contratación de seguros en mercados internacionales con propuestas competitivas

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

- Al realizar el análisis interno se pudo evidenciar que la empresa posee grandes fortalezas, lo que le puede permitir generar nuevos planes estratégicos para aprovechar al máximo las oportunidades. Entre las principales fortalezas que podemos mencionar son la fuerte inversión en marketing, la incorporación de tecnología para la mejora continua de los procesos y también está la excelente atención y comunicación para mediadores y clientes, siendo estos dos grupos de gran importancia en el giro de negocio.
- Mejorar los canales de promoción y distribución de los diferentes tipos de seguros para así poder ampliar las coberturas y poder llegar a más personas que desconocen de los servicios.

### **3. METODOLOGÍA**

Se realizó la revisión, evaluación y explicación de cuál fue el efecto covid-19, donde se determinó la mejor opción para incrementar los flujos de efectivos hacia la compañía, sin dejar de lado a otros departamentos y sobre todo en apoyo a nuestro portafolio de clientes. (<https://ekosnegocios.com/revistas>, s.f.)

#### **3.1. Unidad de Análisis**

La documentación que se seleccionó para el trabajo fue la siguiente:

1. Reporte general proceso de anulaciones de pólizas por falta de pago periodo 2020-2021
2. Reporte Ingresos Nacional período 2020-2021
3. Reportes de Gestión cobro, proveedor externo periodo 2021
4. Detalle Formas de pago Vigentes en el mercado Asegurador.

#### **3.2. Población**

El trabajo contó con la información solicitada a la empresa Liberty Seguros S.A.

Una vez desarrollado el trabajo y todos los aspectos que se tomaron en cuenta, la población universal fue de 12 empleados de la empresa Liberty S.A, que forman parte del equipo Financiero, de la cual se obtuvo una muestra de colaboradores claves que formen parte de los departamentos encargados del proceso y que contribuyeron con la información.

Adicionalmente, esta información se encuentra de forma pública en los balances que la compañía notifica de manera mensual a las entidades de Control. Además, se recolectaron las opiniones referentes al proceso de recaudo, ingresos y cancelaciones de las pólizas emitidas en la compañía.

### 3.3. Tamaño de muestra

La muestra tomada para el trabajo fue de 11 colaboradores que corresponden a los departamentos estratégicos-encargados del proceso, las cuales entregaron la información requerida para el análisis y realizaron el acompañamiento en el proceso de investigación.

$$\text{Tamaño Muestra} = \frac{\frac{z^2 * p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$
$$\text{Tamaño Muestra} = \frac{\frac{1,28^2 * 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2}}{1 + \left(\frac{1,28^2 * 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2 * 12}\right)}$$

$$\text{Tamaño Muestra} = 11,181$$

### 3.4. Selección de la muestra

Una vez seleccionada la muestra en base a los atributos de cada departamento y la contribución que se otorgó de acuerdo con el conocimiento de data, se detalla la muestra.

- Equipo 1.- Conformado por 11 personas del departamento Financiero.

### 3.5. Métodos para emplear

#### 3.5.1 Método Descriptivo - Analítico

En la investigación se utilizó el método descriptivo – analítico, porque el tema hace referencia al impacto del COVID- 19 en la recaudación de Liberty S.A, tiempo en el cual el país se encontraba en emergencia sanitaria, para ello se obtuvieron los datos históricos de los años 2020 y 2021 específicamente los montos de Ingresos y Anulaciones procesadas por falta de pago, a través de los balances publicados en la página de la empresa y entidades de control como la Superintendencia de Compañías.

La información que se obtuvo fue fundamental para la medición de los porcentajes de disminución e incremento de recaudos y anulaciones dadas en el periodo 2020 – 2021, datos que apoyaron a tomar la mejor propuesta metodológica para el cumplimiento de los objetivos. (Sampieri, 2014)

### ***3.5.2 Método Cualitativo***

Se aplicó el método cualitativo porque se realizó la recopilación de información de las distintas formas de pago que poseen las aseguradoras en el mercado ecuatoriano, esto se hizo a través de la observación de las páginas web de cada aseguradora, así mismo como la realización de cotizaciones para validar que formas de pago ofrecían a cada cliente es por ello que se pudo evaluar si nuestras formas de pago están acordes al mercado y no estar en desventajas frente a nuestros competidores, es decir esto permitió determinar la mejor forma de pago y herramienta que se adaptará a la compañía.

Adicionalmente, se pudo observar los distintos manuales de cartera que se tienen de cara al cliente y corredor el cual se efectuó una mayor revisión de los procesos correspondiente a la recaudación.

## **3.6. Identificación de las necesidades de información**

### ***3.6.1 Fuentes Primarias***

En el levantamiento de la información se aplicó la técnica de observación en donde, se ingresó a la página <https://compara-ecuador.seguros123.com/> en la cual se realizaron cotizaciones de seguros de Vehículos, Vida y Asistencia médica comparando los precios y formas de pago habilitados para cada aseguradora, con el fin de realizar su

análisis respectivo en comparación con las vigentes en Liberty y poder determinar las mejores opciones para los asegurados.

### ***3.6.2 Fuentes Secundarias***

Para analizar el desarrollo de los objetivos se utilizaron: los balances generales, reportes de ingresos, reportes de anulaciones, normativas vigentes para el sector asegurador de acuerdo con el Código de Comercio y la Ley Humanitaria vigente.

La información se obtuvo a través de los reportes de los procesos que forman parte de la investigación.

## **3.7. Técnicas de recolección de datos**

### ***3.7.1 Datos Cualitativos***

Se realizó la técnica de recolección de información basada en la observación, porque fue necesario el ingreso a las distintas páginas web de aseguradoras y corredores, en donde se simularon cotizaciones de distintos ramos y montos de prima con el fin de obtener más información de las formas de pago que cada empresa tiene habilitada, entendiendo que esta data se comparó con los medios de cobro habilitados para Liberty.

### ***3.7.2 Datos Cuantitativos***

La información requerida para el documento se obtuvo a través de las conversaciones realizadas con el departamento contable así como la revisión de la página web de Liberty <https://libertyseguros.ec/sites/default/files/2020-04/Balance%20General%202020.pdf>, obteniendo los siguientes datos:

- Reporte general proceso de anulaciones de pólizas por falta de pago periodo 2020-2021
- Reporte Ingresos Nacional período 2020-2021
- Reportes de Gestión cobro, proveedor externo periodo 2021

Los datos fueron procesados en tablas dinámicas de la herramienta Excel, generando tableros informativos, donde se identifica las variaciones que tuvo cada reporte, de esta manera se pudo analizar el impacto del COVID – 19 durante el periodo de emergencia sanitaria.

### **3.8. Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información**

Del levantamiento de información realizada a la empresa y de las diferentes aseguradoras se aplicaron las siguientes herramientas, las cuales permitieron realizar un análisis y revisión de las condiciones en la cual se encuentra Liberty.

- **Excel:** se utilizó la herramienta de tablas dinámicas, en donde se puede observar los valores, detalles, periodos y porcentajes de variación en base a la información que se obtuvo para el cumplimiento de los objetivos, la misma se puede clasificar de distintas maneras como son mensuales, semestrales, anuales así como la utilización de gráficos dinámicos que permitan visualizar el comportamiento de los recaudos y anulaciones.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Después de haber realizado el análisis de los resultados podemos identificar los siguiente:

- Reporte general proceso de anulaciones de pólizas por falta de pago periodo 2020-2021.

Tabla 5. *Anulaciones por falta de pago Periodo 2020-2021*

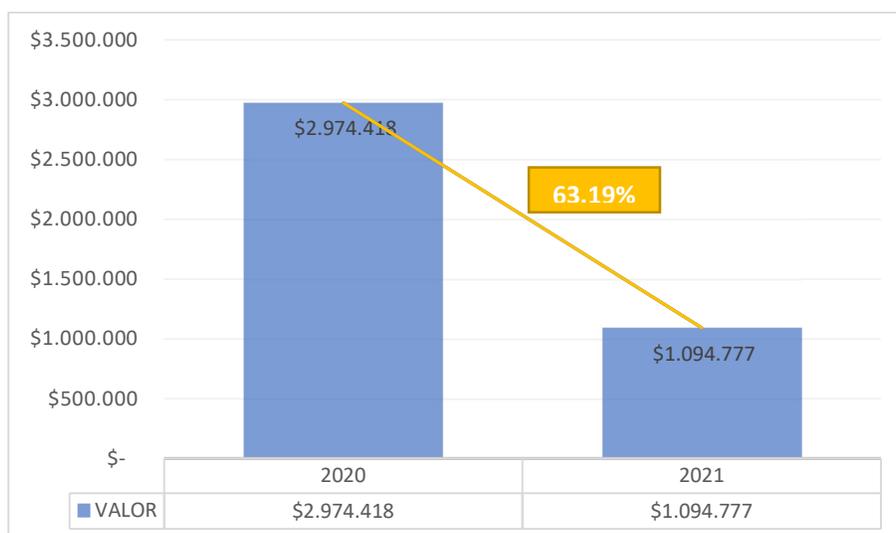
<i>Año</i>	<i>Detalle</i>		<i>Valor</i>
2020	Anulaciones por falta de pago	\$	<b>2.974.418</b>
2021	Anulaciones por falta de pago	\$	<b>1.094.777</b>

Fuente: [www.libertyseguros.ec](http://www.libertyseguros.ec) Año: 2020 -2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En la tabla 5. el análisis que se ha podido identificar que en el año 2021 existió una baja considerable en el valor de anulaciones con respecto al 2020 con un 63.19%, esto se da porque en el año el país se encontraba en proceso de reactivación en donde la compañía trató de buscar alternativas de pago para la recuperación de cartera, sin embargo, aún es un monto considerable de anulaciones que pudieron convertirse en un ingreso para la compañía contribuyendo al flujo de efectivo.

Gráfico 1. Anulaciones Generales Falta de Pago Periodo 2020-2021



Fuente: [www.libertyseguros.ec](http://www.libertyseguros.ec) Año 2020-2021  
 Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En el gráfico 1 se puede observar la disminución notoria del proceso de anulaciones en comparativo de los dos años que se obtuvo la información dado por los distintos eventos mencionados.

- Reporte Ingresos Nacional período 2020-2021

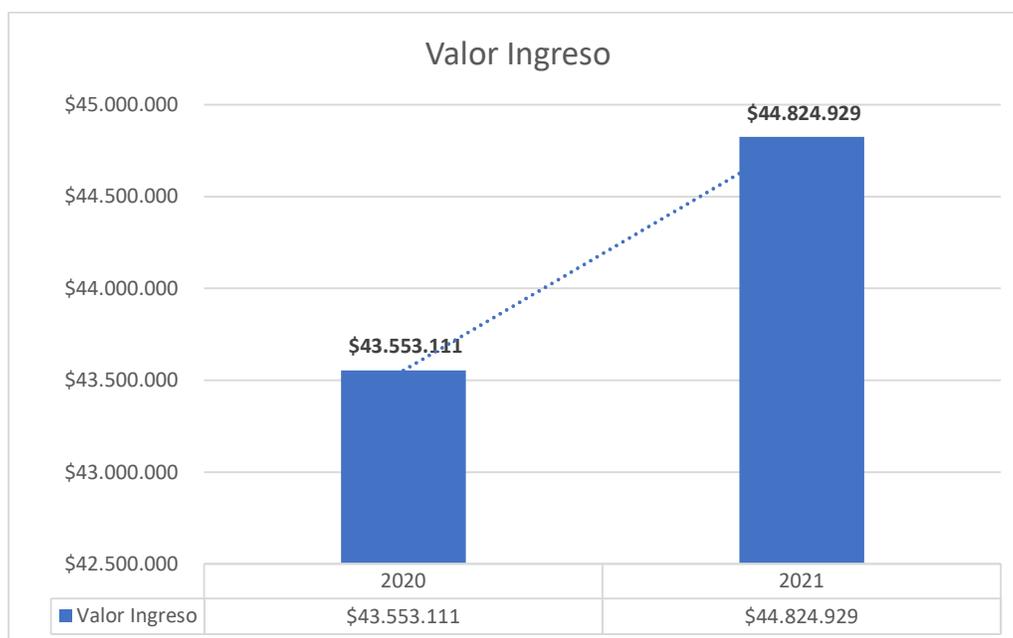
Tabla 6. Detalle Ingresos Periodo 2020-2021

<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
2020	\$ 43.553.110,69
2021	\$ 44.824.929,16

Fuente: [www.libertyseguros.ec](http://www.libertyseguros.ec) Año 2020-2021  
 Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En la tabla 6 se puede observar que en los análisis realizados a los ingresos en el año del 2021 hubo un incremento del 2,92% con relación al 2020, lo que indica que, en efecto, la situación económica del país estuvo mejorando con respecto al año cero de pandemia.

Gráfico 2. Ingresos Periodo 2020-2021



Fuente: [www.libertyseguros.ec](http://www.libertyseguros.ec) Año: 2020 - 2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En el gráfico 2 es importante mencionar que para el año 2021 se habilitaron parcialmente los negocios, esto fue determinado por el Estado para contribuir a la mejora en la economía del país en la cual, como aseguradora se obtuvo un mayor recaudo de primas.

- Reporte modalidades de pago de los clientes de Liberty período 2020-2021

Tabla 7. Formas de Ingreso (Pago) Periodo 2020-2021

<b>Formas de pago</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<i>Caja ingresos</i>	\$ 39.782.662	\$ 41.368.310
<i>Débito automático</i>	\$ 3.770.448	\$ 3.456.619
<b>Total</b>	<b>\$ 43.555.131</b>	<b>\$ 44.826.950</b>

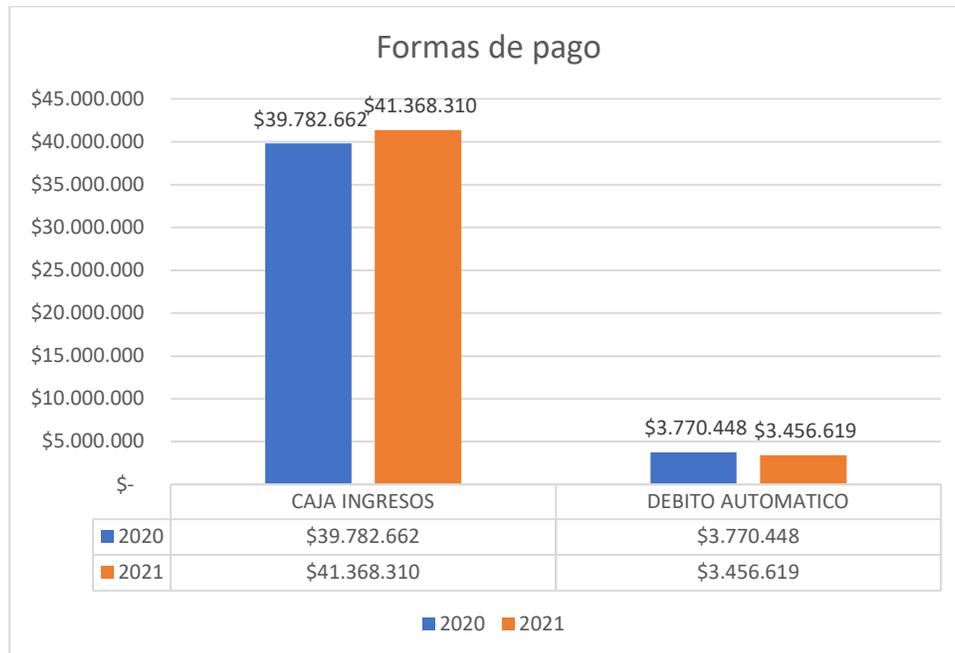
Fuente: Departamento Contable LSA. Año 2020-2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En la tabla 7. En Liberty se mantuvo la modalidad de pagos semivirtuales esto quiere decir que no se habilitaron ventanillas de pago físicos como en su momento se

realizaban, la compañía se adaptó al medio virtual con ciertas limitaciones y es por ello que en el análisis que se detalla podemos visualizar que el cliente tuvo dos opciones de pago como son débitos bancarios, tarjetas de crédito, depósitos o transferencias, las cuales en contribución al cliente y empresa se registró una carga laboral mayor.

Gráfico 3. Comparativo Ingresos Periodo 2020-2021



Fuente: Departamento Contable LSA. Año 2020-2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En el gráfico 3 se puede evidenciar la evolución que se tuvo en ingresos de los periodos 2020-2021 con tendencia a subida en el año 2021, a pesar de no tener aún habilitados canales de pago electrónico o físicos que en su momento los clientes estuvieron acostumbrados, pero a raíz de la emergencia sanitaria se tuvo que adaptar a las condiciones de los clientes y colaboradores.

- Reporte Reportes de Gestión cobro, proveedor externo periodo 2021

Tabla 8. *Gestión Cobro Proveedor-segmentado por Rangos Vencimientos*

CONTACTABILIDAD RANGOS DE MORA	DICIEMBRE - REGISTROS			TOTAL
	CONTACTABLE	NO CONTACTABLE	EXCLUIDO	
A.-DE 0-30	0	0	0	0
B.-DE 31-60	102	62	45	209
C.-DE 61-90	71	86	53	210
D.-DE 91-120	50	40	17	107
E.-DE 121-180	61	45	21	127
F.-DE 181-360	116	69	26	211
G.-MAYOR A 361	431	458	5	894
<b>TOTAL</b>	<b>831</b>	<b>760</b>	<b>167</b>	<b>1758</b>

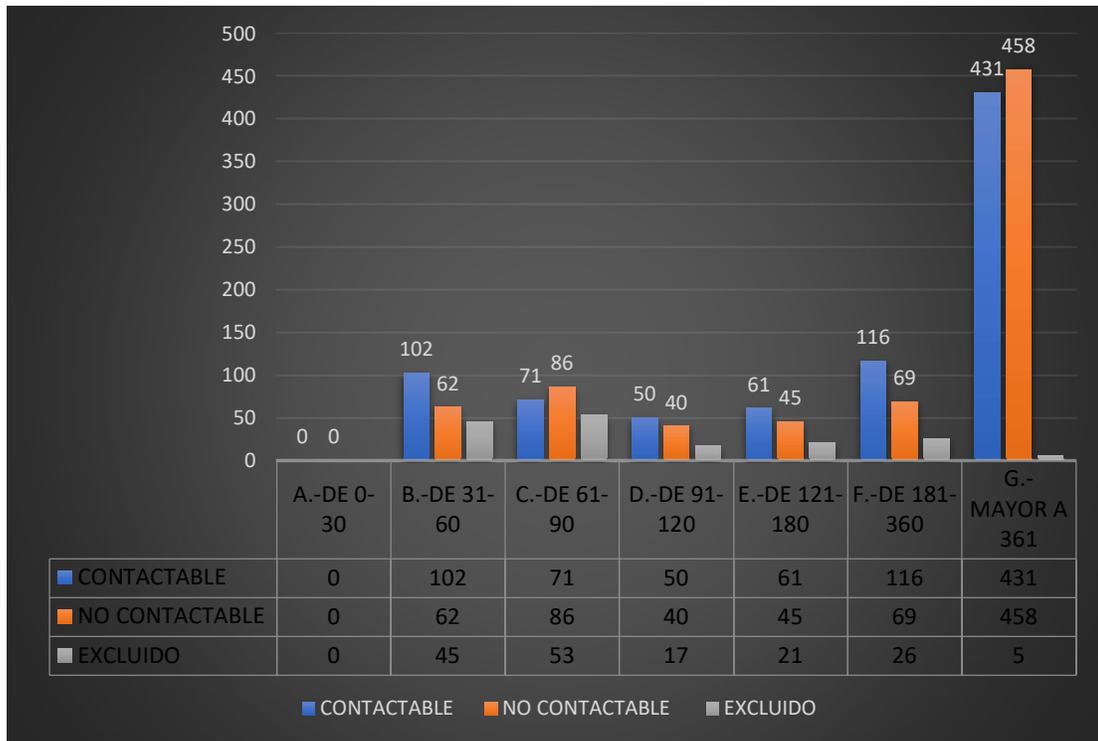
Fuente: Departamento Cartera LSA. Año 2020-2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En la tabla 8 se realizó el análisis a la cartera entregada al proveedor, del 100% el 47,27% se tiene contacto telefónico (Contactable), el 43,23% no se puede tener un acercamiento al cliente (No Contactable) y un 9,5% ha sido excluida del proceso de cobro por alguna problemática con el corredor (Excluido).

También se determinó que en el grupo de clientes No Contactables el mayor porcentaje se encuentra concentrado en el rango de mora G (Mayor a 361 días), por lo tanto, su recaudación es más difícil y muy posiblemente se tenga que proceder con el castigo acorde a los lineamientos establecidos como compañía y medios legales.

Gráfico 4. Rangos Vencimiento Cartera Proveedor

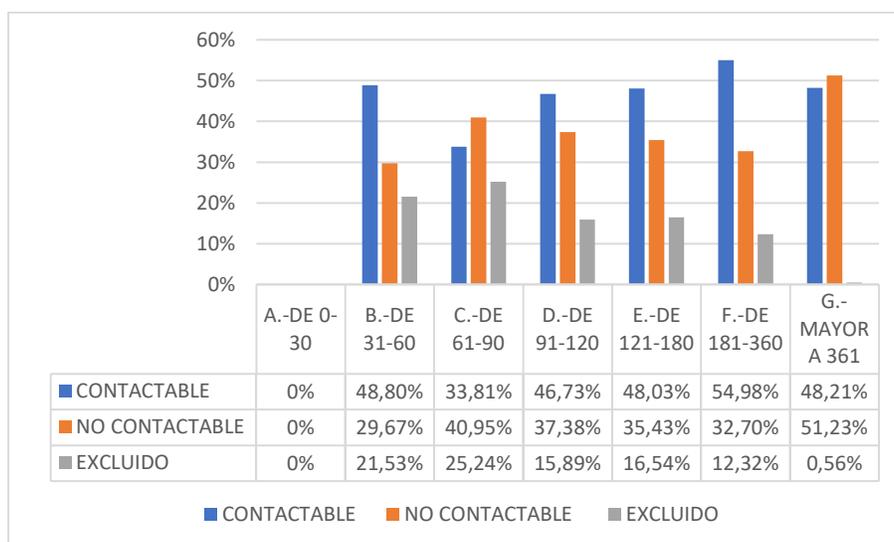


Fuente: Departamento Cartera LSA. Año 2020-2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En el gráfico 4 se puede observar la cantidad de clientes que se tiene en un estado contactables, no contactables o excluido, clasificado por rangos de vencimiento acorde a las fechas en las cuales debieron realizar sus pagos, esto permite apoyarse con el proveedor para dar un mayor seguimiento al grupo de clientes antes de que la cartera genere una mayor provisión.

Tabla 9. *Distribución por Rangos de Vencimiento*



Fuente: Departamento Cartera LSA. Año 2020-2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En la tabla 9 se puede identificar los porcentajes de afectación que se tiene frente a cada rango de vencimiento en la cartera, de igual manera clasificado por su estado de contactabilidad.

Una vez que se ha ejecutado la revisión de resultado se puede determinar lo siguiente:

En el año 2021 hubo un incremento del valor de ingresos porque el país comenzó a tener una mayor actividad económica, a su vez los ciudadanos tuvieron mayor capacidad adquisitiva, sin embargo, también como compañía se pudo evidenciar que no estuvo preparada tecnológicamente frente a este tipo de situaciones, es por ello que en el intento de incrementar los recaudos se accedió a una mayor carga laboral junto con procesos manuales, los que posiblemente se tenga un margen de error, afectando a los asegurados, por ende el trabajo se puede tomar como base para enfrentar posibles situaciones similares y las compañías puedan tomar acciones preventivas antes que correctivas como lo hizo la empresa.

Los posibles resultados que se dan en el trabajo son:

El Impacto financiero de la compañía se da por la reducción de sus ventas a nivel nacional y a su vez la disminución de ingresos, el incremento de siniestros y pagos realizados frente a las coberturas que se dan en las pólizas, flexibilidad para la recuperación de valores en primas pendientes de pagos, así mismo, el acompañamiento de la normativa emitida por el Estado, el cual no permitió en su momento anular las pólizas por falta de pago que también era un riesgo importante por la disminución del portafolio de cliente sin opción a recuperarlos.

Dada esta situación se vio la necesidad de diseñar y reprogramar las estrategias para la continuidad del negocio, es por ello que se crea la necesidad de implementar herramientas de pago al alcance de los clientes, periodos de pago, reprogramaciones de deudas sin demasiados trámites, dando como resultado final que el cliente se sienta satisfecho, disfrute los beneficios de la póliza, la compañía pueda recuperar valores y se apoye al equipo comercial e ir fortaleciendo las ventas cada día.

Después de haber recolectado la información dio como resultado utilizar las siguientes herramientas de cobro que facilitarán los procesos tanto para los clientes como la aseguradora. (Segundo Mogro, s.f.)

**Botón o portal de pago:** herramienta de fácil acceso para los clientes, la cual va atada a la factura electrónica y permite realizar el pago en ese momento sin necesidad de intervención de un equipo operativo de Liberty, así mismo su registro es inmediato.

**Descuento por pronto pago:** una vez emitida la póliza el asegurado tendrá acceso al descuento del 5% de su prima total siempre y cuando el mismo realice el pago a través de transferencias, cheques o depósitos en un tiempo de 15 días laborales posteriores a su emisión.

**Débitos bancarios:** la póliza del cliente puede ser atada a débitos mensuales ya sea a una cuenta corriente, ahorros o tarjeta de crédito con un periodo de 30 días de gracias.

**Depósitos referenciados:** el cliente puede realizar depósitos en los Bancos Produbanco y Banco Pichincha con su número de cedula y realizar los pagos de sus pólizas, esto optimiza el registro en el sistema disminuyendo tiempos y respuesta a los clientes en un lapso de 3 días laborables a 1 día.

En el caso de pólizas del ramo de Fianzas al ser un ramo que no se puede ejecutar anulaciones o suspender la cobertura, se otorgan planes de pagos previo análisis de sus valores pendientes, rangos de vencimiento, opciones entregadas por el asegurado y sean válidas para la compañía.

Con estas facilidades de cobro se estima disminuir el porcentaje de anulaciones en la compañía de un 5% a un 3% con respecto a su producción.

El presente trabajo puede ser utilizado para futuras situaciones en donde las compañías deben estar adaptadas a los cambios que el mercado exige y estar a la vanguardia de la tecnología, porque como se pudo evidenciar el momento en que el país tuvo que atravesar la emergencia sanitaria, la compañía asumió procesos manuales que no eran los óptimos, sin embargo, se los tuvo que hacer para evitar mayores riesgos económico y evitar el no cobro de las pólizas.

#### **4.2. Propuesta Metodológica o Tecnológica**

La propuesta Metodológica a determinar para este proceso es:

- **Implementación del portal de pago:** Generar un portal de acceso fácil para el cliente y corredor a través de la página web de Liberty Seguros, en donde el cliente

en cualquier momento y desde cualquier parte del país o del mundo pueda realizar sus pagos sin ningún tipo de inconveniente; como hoy nos encontramos en un mundo en constante cambio el cual nos permite tener todo a la mano, que mejor que esta herramienta permita el acceso a todos los clientes finalizando el proceso de compra. La herramienta nos permite realizar el pago con las tarjetas de crédito que se tienen convenio hasta 12 meses sin intereses y tarjeta de débito, aportado a la económica del cliente sin necesidad de un cargo adicional en sus pagos como se ha podido evidenciar en las compañías de seguros del mercado ecuatoriano.

Adicionalmente, la herramienta también va a permitir que todo su proceso de ingreso y registro de pago en el sistema de Liberty sea totalmente automático, reduciendo así los tiempos de respuesta que hoy se tiene en el momento que los clientes reportan los pagos, pasando de 3 días laborales a 5 horas de registro.

#### ***4.2.1. Premisas o supuestos***

Una vez establecidos la propuesta metodológica se requiere lo siguiente.

- Mesas de trabajo con las áreas involucradas en un inicio de manera interna: con los departamentos de marketing, comercial, cobranzas; en donde se mencionen los lineamientos que se tomarán en el proceso de implementación, es decir los lineamientos que como negocio vamos a solicitar e incluso tener alguna observación adicional que no se haya tomado en cuenta.
- Negociaciones con el proveedor externo del grupo de tarjetas que maneja la compañía, en este caso es Paymentz, empresa encargada de realizar los pagos en

línea para cualquier comercio a nivel nacional, esta empresa recibe todos los pagos de las marcas de tarjetas de crédito, débito con las cuales se tiene convenio.

- Tiempos de entrega con el equipo de Sistemas de Liberty, proveedor y departamento de cartera, el cual permita integrar el portal de pagos y el sistema Sise, la misma que debe ser de manera automática, como bien lo mencionamos este proceso debe ser fácil y rápido para el cliente como para Liberty disminuyendo procesos manuales que hoy se tiene al momento de realizar los cobros con tarjetas de crédito.

#### ***4.2.2. Objetivo de la propuesta metodológica***

- Aplicar los pagos de tarjetas de crédito y débito de manera automática, de fácil acceso a los clientes, lo que contribuye al incremento de ingresos, disminución de anulaciones y cierre del proceso a la venta de la póliza.

#### ***4.2.3. Objeto de la propuesta***

- Reducir los cobros manuales que hoy en día se hacen y provoca desconfianza en los clientes al tener que entregar la información de tarjetas de crédito en un documento manual, los tiempos de respuesta actuales son de 2 días laborables.
- Emplear herramientas tecnológicas al mercado vanguardista que hoy el sector asegurador lo exige.

### 4.3. Responsables de la implementación y control

Tabla 10. Responsables del proceso implementación portal de pagos

Propuesta	Fase	Responsables
Implementación del portal de pago	Negociación	Supervisor de Cartera
		Paymentez Proveedor Externo
		Supervisor Sistemas
	Implementación	Supervisor de Cartera
		Paymentez Proveedor Externo
		Supervisor Sistemas
	Comunicación	Supervisor Marketing
		Jefes Comerciales por unidad de negocio
		Supervisor de Cartera
	Control	Supervisor de Cartera
		Supervisor Sistemas
		Paymentez Proveedor Externo

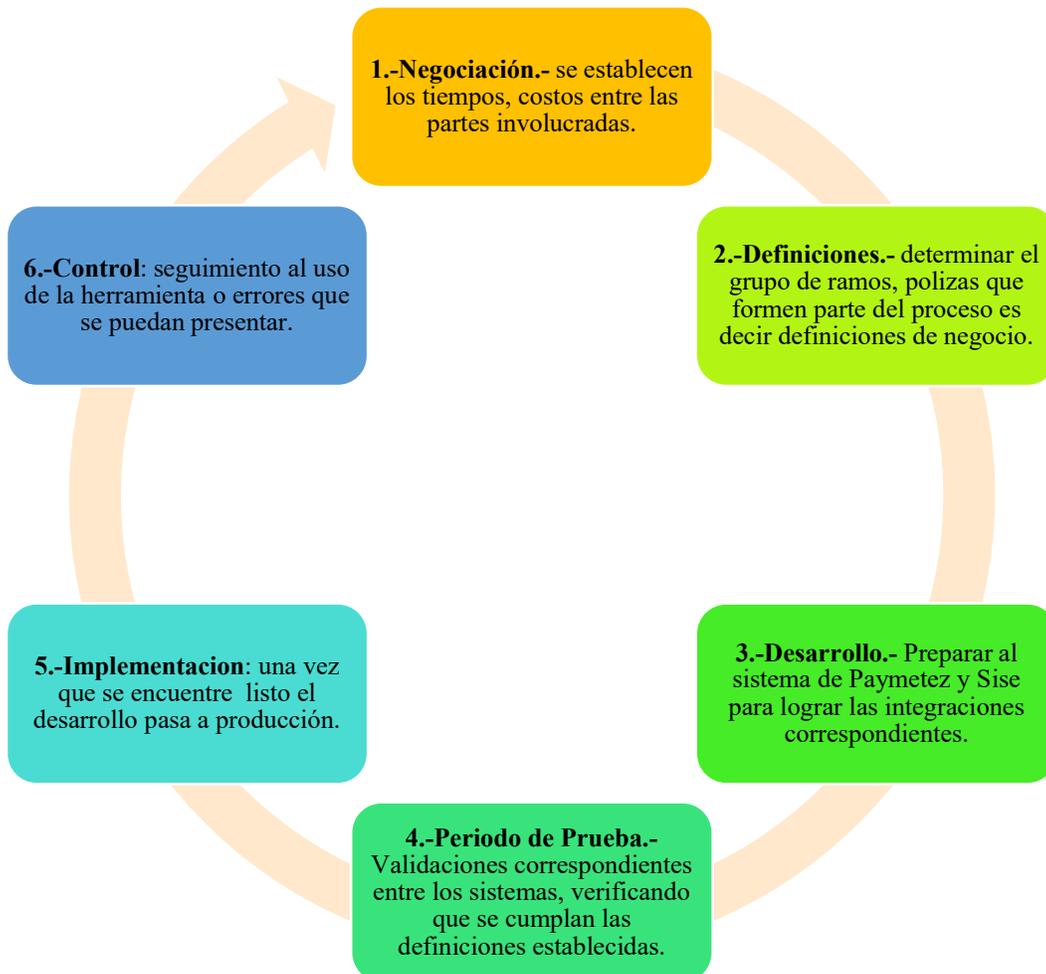
Fuente: Organigrama Talento Humano Año: 2022

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

- **Supervisor de Cartera:** persona a cargo de los procesos de cartera encargada del seguimiento al proceso de implementación de la herramienta bajo las políticas y lineamientos establecidos como negocio en las mesas de trabajo.
- **Paymentez Proveedor Externo:** entidad con la cual se llevará a cabo el proceso de negociaciones e implementación de la herramienta para poder integrar los pagos en el sistema SISE y el sistema de cobro de Paymentez.
- **Supervisor Sistemas:** persona que se encarga de la implementación del proceso.
- **Supervisor Marketing:** Persona encargada de la elaboración de folletos de comunicación, así como la divulgación del proceso una vez implementado.
- **Jefes Comerciales:** Personas a nivel nacional que apoyen a la divulgación del nuevo proceso en sus reuniones con los corredores y clientes.

#### 4.4. Fases para su puesta en práctica

Gráfico 5. Fases proceso Implementación Portal de Pagos



Elaborado: Jessica Aroca – Autor (2022)

Tabla 11. *Fases del Proceso*

Fases de la propuesta metodológica		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1	Negociación Proveedor								
2	Definiciones Negocio								
3	Desarrollo								
4	Periodo de Prueba								
5	Implementación								
6	Control								

Elaborado: Jessica Aroca – Autor (2022)

#### 4.5. Indicadores de evaluación

Tabla 12. *Indicadores de Evaluación*

Detalle	Indicadores	Resultado Esperado
Validación del % de ingresos con respecto al año anterior.	$\frac{\text{Recaudo Año 2022}}{\text{Recaudo Año 2021}}$	Superior a 100%
Validación del % de ingresos con respecto al año anterior.	$\frac{\text{Transacciones Portal Pagos}}{\text{Total de Pagos realizados en el mes}}$	Superior al 10%
Reducción Valor Anulaciones	$\frac{\text{Total anulaciones mes}}{\text{Total producción emitida (primas totales)}}$	Igual o Inferior al 3%
Indicador error Aplicativo	$\frac{\text{Transacciones erroneas portal de pagos}}{\text{Total Transacciones Portal Pagos}}$	Inferior al 1%

Elaborado: Jessica Aroca – Autor (2022)

Los indicadores de gestión establecidos van a contribuir al seguimiento y control de la herramienta así como la detección de posibles situaciones que afecten y corregirlas a tiempo.

Es importante mencionar que en base a la propuesta metodológica planteada se tiene la proyección de los ingresos a partir del mes de Agosto 2022

Tabla 13. *Proyección de Ingresos*

<b>INGRESOS</b>					
<b>MES</b>	<b>2020</b>	<b>Crecimiento 2020 – 2021</b>	<b>2021</b>	<b>Crecimiento 2021 - 2022</b>	<b>2022</b>
<i>ene</i>	\$ 3.640.233,21	3,99%	\$ 3.785.637,05	-1,09%	\$ 3.744.238,63
<i>feb</i>	\$ 4.383.998,78	-16,73%	\$ 3.650.348,07	-12,10%	\$ 3.208.521,46
<i>mar</i>	\$ 3.236.335,67	24,78%	\$ 4.038.198,15	19,87%	\$ 4.840.747,39
<i>abr</i>	\$ 2.270.990,96	61,98%	\$ 3.678.487,04	-3,00%	\$ 3.568.059,28
<i>may</i>	\$ 3.198.897,58	6,69%	\$ 3.412.879,44	-0,65%	\$ 3.390.836,90
<i>jun</i>	\$ 3.159.536,78	18,10%	\$ 3.731.401,22	6,29%	\$ 3.966.201,82
<i>jul</i>	\$ 3.921.408,25	-6,06%	\$ 3.683.654,52	-2,11%	\$ 3.605.911,51
<i>ago.</i>	\$ 4.019.032,51	-6,44%	\$ 3.760.233,66	3,00%	\$ 3.873.040,67
<i>sep.</i>	\$ 3.980.940,29	-6,40%	\$ 3.726.164,98	4,00%	\$ 3.875.211,58
<i>oct</i>	\$ 3.532.051,44	-2,42%	\$ 3.446.720,15	6,00%	\$ 3.653.523,36
<i>nov</i>	\$ 4.036.614,22	-3,10%	\$ 3.911.428,67	8,00%	\$ 4.224.342,96
<i>dic</i>	\$ 4.173.071,00	-4,15%	\$ 3.999.776,21	10,00%	\$ 4.399.753,83
<b>Total general</b>	<b>\$43.553.110,69</b>		<b>\$44.824.929,16</b>		<b>\$46.350.389,39</b>

Fuente: Departamento Contable LSA. Año 2020-2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En la tabla 13 se puede observar los ingresos registrados desde el año 2020 hasta Julio 2022.

A partir del mes de Agosto 2022 se establece la proyección de ingresos en base a la implementación de la propuesta metodológica, se puede evidenciar que con las medidas tomadas existirá un crecimiento para los últimos meses del año 2022 con relación al mismo periodo del año 2021.

Tabla 14. *Flujo de Efectivo*

<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>Año 2021</b>	<b>Año 2022</b>	
				<b>Proyectado</b>
+	Ingresos	\$ 44.824.929,16	\$ 46.350.389,39	
-	Costos de ventas	\$ 31.254.634,00	\$ 34.282.201,00	
=	Utilidad bruta	<b>\$ 13.570.295,16</b>	<b>\$ 12.068.188,39</b>	
-	Gastos Administrativos	\$ 11.848.107,00	\$ 10.221.159,80	
-	Gasto Depreciación	<b>\$ 103.500,00</b>	<b>\$ 131.719,40</b>	
-	Gasto Amortización	<b>\$ 583.050,00</b>	<b>\$ 582.267,20</b>	
=	Utilidad operativa	<b>\$ 1.035.638,16</b>	<b>\$ 1.133.041,99</b>	
-	Gastos Financieros	\$ 169.647,00	\$ 131.476,43	
=	Utilidad antes de Participación LAB	<b>\$ 865.991,16</b>	<b>\$ 1.001.565,57</b>	
-	15% Rep. A trabajadores	\$ 129.898,67	\$ 150.234,83	
=	Utilidad Antes de impuestos	<b>\$ 905.739,49</b>	<b>\$ 982.807,16</b>	
-	Imp. A la renta	\$ 226.434,87	\$ 245.701,79	
=	Utilidad Neta	<b>\$ 679.304,61</b>	<b>\$ 737.105,37</b>	<b>8,51%</b>
	Utilidad Operativa	\$ 1.035.638,16	\$ 1.133.041,99	
+	Depreciación y Amortización	\$ 686.550,00	\$ 713.986,60	
-	Impuestos	\$ 356.333,55	\$ 395.936,62	
=	<b>Flujo Efectivo Operativo</b>	<b>\$1.365.854,61</b>	<b>\$1.451.091,97</b>	<b>6,24%</b>
-	Gastos Financieros	\$169.647,00	\$131.476,43	
=	<b>Flujo Efectivo Neto</b>	<b>\$1.196.207,61</b>	<b>\$1.319.615,54</b>	<b>10,32%</b>

Fuente: Departamento Contable LSA. Año 2020-2021

Elaborado: Jessica Aroca – Autor

En la tabla 14 se detalla el flujo de Efectivo en comparación del año 2021 y la proyección del año 2022, en donde podemos visualizar que en base a la propuesta establecida se puede tener un incremento del Flujo de efectivo Operativo del 6,24%, lo cual es un beneficio para la compañía porque se cubren los egresos en base a los ingresos de la propia actividad de la empresa.

## 5. CONCLUSIONES

Una vez finalizada la investigación que se basa en una propuesta metodológica podemos decir que, la base para que una compañía genere más ingresos y disminuya su porcentaje de anulaciones como es el caso de Liberty Seguros es la implementación de

esta herramienta portal de pagos junto con un proceso efectivo de comunicación hacia los clientes para el cumplimiento de los objetivos planteados en un inicio.

La compañía Liberty Seguros aún se encuentra en proceso de adaptación a las nuevas tecnologías que el mercado asegurador el día de hoy nos exige, estas herramientas permitirán que la compañía y que sus clientes puedan reducir sus tiempos, tanto en cotización, contratación de la póliza y principalmente el pago efectivo del cliente evitando retrasos que generan más gastos para la compañía.

Al habilitar la opción del portal de pagos los asegurados tienen una herramienta de fácil acceso mediante la cual pueden realizar sus pagos sin mayores contratiempos, con convenios hasta 12 meses sin intereses. Esto contribuye a la compañía para disminuir sus porcentajes de anulaciones con relación a los años anteriores.

El momento en que el país tuvo que pasar por la pandemia COVID se detectó que la empresa no estuvo muy bien preparada para este proceso ya que en un inicio se tuvieron inconvenientes en que los clientes estuvieron acostumbrados siempre a un pago físico, es decir; ellos entregaban cheques o en tal caso se tenía que enviar un mensajero para que realice el cobro con las tarjetas de crédito de forma manual. Es por lo que la propuesta metodológica establecida contribuye a la reducción tiempos, costos, facilidades y seguridad a los clientes en el proceso de pagos con tarjetas de crédito.

El porcentaje de contractibilidad directo con el cliente no se pudo aumentar debido a que el proceso de contratación de la póliza se lo hace directamente con el corredor, el mismo que en muchas ocasiones no proporciona la información correcta con respecto a correos y teléfonos del cliente, se están evaluando nuevas estrategias para aumentar el porcentaje de contacto con los clientes.

## 6. RECOMENDACIONES

- La empresa debe estar en constante cambio para estar a la par a las otras compañías aseguradoras del Ecuador. Asimismo, recordemos que esto es un trabajo en conjunto con todos los líderes que integran la compañía, entendemos que el hecho de aplicar nuevas tecnologías a la empresa conlleva a costos, sin embargo, los beneficios que se pueden tener a mediano y largo plazo son mayores.
- Es importante la capacitación continua de los clientes frente a los procesos nuevos que se implementen y poder generar la mayor utilidad posible para que le inversión sea recuperada.
- Mantener la comunicación constante entre los distintos departamentos, en especial cobranzas, comercial y marketing para generar un proceso consolidado desde la cotización, contratación y pago de la póliza en donde no quede ningún proceso descubierto.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 91). México: M Graw Hill.
- Rodriguez A. & Jouvin M. (2012). Impacto de compañías de seguros en el Ecuador. Recuperado el 12 de 07 de 2018, de Impacto de compañías de seguros en el Ecuador
- Rodríguez Ponce, E., Pedraja-Rejas Liliana, Delgado Almonte Milagros, & Ganga Contreras, Francisco. (2017). La relación entre la gestión financiera y la calidad en las instituciones de educación superior.
- Baptista, H. S. (2014). Metodología de la Investigación. En H. S. Baptista, *Metodología de la Investigación* (pág. 174). México: McGraw - Hill.

Andrade, V. Z. (s.f.). *www.ekosnegocios.com*.

Andrade, V. Z., Chávez, S., & Vaca, M. J. (2019). *Ranking de seguros*. EKOS, Quito.

Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ranking-de-seguros>

Burbano, N. (2021). Impacto del COVID-19 en los costos de siniestros del sector asegurador en Ecuador: un enfoque en los ramos de vida y salud. *X-pedientes Económicos*, X-pedientes Económicos, 5(12), 58-64.

David, F. R. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*, . México : Pearson Educación.

Gonzalez Medina, K. M. (2021). *Análisis del impacto de la siniestralidad de las compañías del seguro del sector Vida de la ciudad de Guayaquil periodo de pandemia Covid 19*.

<https://coggle.it/diagram/YMz0mXiS5HvQKgPy/t/5-fuerzas-de-porter>. (s.f.).

<https://docplayer.es/>. (s.f.). *Doc Player*.

<https://ekosnegocios.com/revistas>. (s.f.).

[https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/reglamento\\_general\\_ley\\_organica\\_apoyo\\_humanitario\\_oct2020.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/reglamento_general_ley_organica_apoyo_humanitario_oct2020.pdf). (s.f.).

[https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/reglamento\\_general\\_ley\\_organica\\_apoyo\\_humanitario\\_oct2020.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/reglamento_general_ley_organica_apoyo_humanitario_oct2020.pdf). (s.f.).

- Parrado Penagos, K. T. (2021). Análisis del impacto financiero generado por el Covid 19 en las aseguradoras del sector bancario colombiano. . *Corporación Universitaria Minuto de Dios*.
- Ponce Talancón , H. (2007). *LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES*. México: Universidad de Santo Tomás.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review, 86(1), 58-77.
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación . En R. H. Sampieri, *Metodología de la investigación* (pág. 91). Mexico.
- Schmid, P. (Abril de 2013). ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL CACAO ECUATORIANO Y PROPUESTA DE INDUSTRIALIZACIÓN LOCAL. *ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL CACAO ECUATORIANO Y PROPUESTA DE INDUSTRIALIZACIÓN LOCAL*. Quito, Pichincha, Ecuador : Universidad Internacional del Ecuador .
- Segundo Mogro, N. B. (s.f.). [https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/Panorama-del-Mercado-de-Seguros-en-Ecuador-2015-2018\\_FINAL.pdf](https://investigacionyestudios.supercias.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/Panorama-del-Mercado-de-Seguros-en-Ecuador-2015-2018_FINAL.pdf).
- Steffens, G. (2017). *E análisis PESTEL*. Titivillus.
- Upegui, D. (13 de Julio de 2013). *Repositorio Universidad EAN*. Obtenido de [repository.ean.edu.co](http://repository.ean.edu.co).

Veiga Copo, A. B. (2022). El seguro de pérdidas de beneficios por interrupción de la actividad de la empresa. El impacto Covid (Parte II).

## 8. ANEXOS

1. Reporte general proceso de anulaciones de pólizas por falta de pago periodo 2020-2021

Año 2020		
Tipo endoso	Meses	Suma de Prima Emitida
<b>CANCELACION POR CARTERA VENCIDA</b>	ene	-3.131,40
	feb	-1.295,16
	mar	-32.381,47
	abr	-9.044,67
	may	-2.205,78
	jun	-262,41
	jul	-40.886,03
	ago	-38.878,65
	sep	-4.957,83
	oct	-2.700,43
	nov	-529,33
	dic	-244.151,39
<b>Total CANCELACION POR CARTERA VENCIDA</b>		<b>-380.424,55</b>
<b>EXCLUSION POR FALTA DE PAGO</b>	ene	-158,00
	feb	-507,15
	jul	-1.601,27
	ago	-358,32
	sep	-31.224,91
	oct	-9.352,38
	nov	-9.189,81
<b>Total, EXCLUSION POR FALTA DE PAGO</b>		<b>-52.391,84</b>
<b>TERMINACION POR IMPOSIBLE RECAUDO</b>	ene	-56.782,08
	feb	-167.251,47
	mar	-90.389,51
	may	-46.872,89
	jun	-142.971,81
	jul	-419.635,00
	ago	-205.509,92
	sep	-817.466,14
	oct	-179.639,98
	nov	-308.952,08
	dic	-106.130,61
	<b>Total, TERMINACION POR IMPOSIBLE RECAUDO</b>	
<b>Total, general</b>		<b>-2.974.417,88</b>
<b>AÑO 2021</b>		

<b>Tipo endoso</b>	<b>Meses</b>	<b>Suma de Prima Emitida</b>
<b>CANCELACION POR CARTERA VENCIDA</b>	ene	-5.486,00
	feb	-2.102,97
	mar	-3.316,17
	abr	-17.616,62
	may	-32.736,47
	jul	-2.917,57
	ago	-104,09
	dic	-17.713,75
<b>Total, CANCELACION POR CARTERA VENCIDA</b>		<b>-81.993,64</b>
<b>EXCLUSION POR FALTA DE PAGO</b>	ene	-937,32
	feb	-315,59
	abr	-254,69
	may	-1.720,71
	jun	-4.143,14
	jul	-13.187,98
	ago	-290,41
	sep	-9.914,59
	oct	-144,23
	nov	-5.083,65
	dic	-10.876,08
	<b>Total, EXCLUSION POR FALTA DE PAGO</b>	
<b>POR SOLICITUD DE CARTERA</b>	nov	8.324,93
	dic	471,91
<b>Total, POR SOLICITUD DE CARTERA</b>		<b>8.796,84</b>
<b>TERMINACION POR IMPOSIBLE RECAUDO</b>	ene	-121.085,39
	feb	-83.831,32
	mar	-70.391,86
	abr	-74.515,79
	may	-70.526,11
	jun	-83.730,35
	jul	-74.971,23
	ago	-78.166,97
	sep	-88.970,50
	oct	-97.966,67
	nov	-63.408,67
	dic	-67.147,04
<b>Total, TERMINACION POR IMPOSIBLE RECAUDO</b>		<b>-974.711,90</b>
<b>Total, general</b>		<b>-1.094.777,09</b>

2. Reporte Ingresos Nacional período 2020-2021

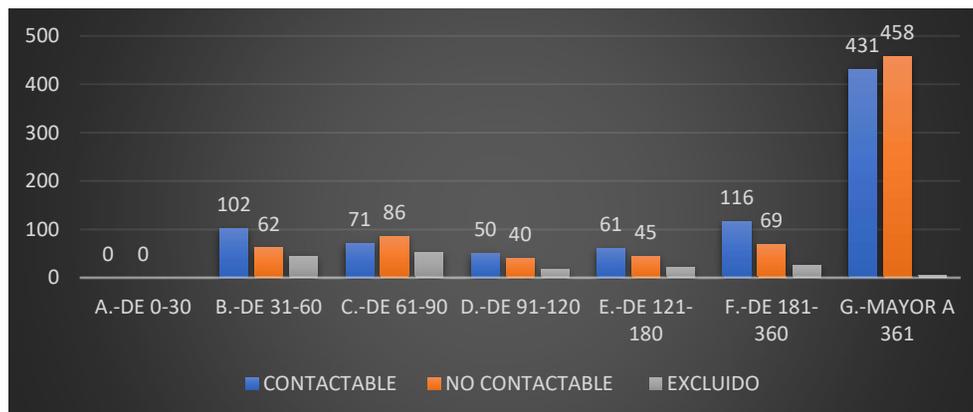
<b>Recaudo 2020</b>	<b>Recaudo total</b>
ene	3.640.233
feb	4.383.999
mar	3.236.336
abr	2.270.991
may	3.198.898
jun	3.159.537
jul	3.921.408
ago	4.019.033
sep	3.980.940
oct	3.532.051
nov	4.036.614
dic	4.173.071
<b>Total general</b>	<b>43.553.111</b>

<b>Recaudo 2021</b>	<b>Suma de Recaudo total</b>
ene	3.785.637
feb	3.650.348
mar	4.038.198
abr	3.678.487
may	3.412.879
jun	3.731.401
jul	3.683.655
ago	3.760.234
sep	3.726.165
oct	3.446.720
nov	3.911.429
dic	3.999.776
<b>Total general</b>	<b>44.824.929</b>

3. Reporte Reportes de Gestión cobro, proveedor externo periodo 2021

<b>CONTACTABILIDAD</b>	<b>DICIEMBRE - REGISTROS</b>			<b>TOTAL</b>
	<b>RANGOS DE MORA</b>	<b>CONTACTABLE</b>	<b>NO CONTACTABLE</b>	
A.-DE 0-30	0	0	0	0
B.-DE 31-60	102	62	45	209
C.-DE 61-90	71	86	53	210
D.-DE 91-120	50	40	17	107
E.-DE 121-180	61	45	21	127
F.-DE 181-360	116	69	26	211
G.-MAYOR A 361	431	458	5	894

<b>TOTAL</b>	<b>831</b>	<b>760</b>	<b>167</b>	<b>1758</b>
--------------	------------	------------	------------	-------------



CONTACTABILIDAD EN PORCENTAJE	DICIEMBRE - REGISTROS			TOTAL
	RANGOS DE MORA	CONTACTABLE	NO CONTACTABLE	
A.-DE 0-30	0%	0%	0%	0%
B.-DE 31-60	49%	30%	22%	100%
C.-DE 61-90	34%	41%	25%	100%
D.-DE 91-120	47%	37%	16%	100%
E.-DE 121-180	48%	35%	17%	100%
F.-DE 181-360	55%	33%	12%	100%
G.-MAYOR A 361	48%	51%	1%	100%
<b>PROMEDIO</b>	<b>47,27%</b>	<b>43,23%</b>	<b>9,50%</b>	<b>100,00%</b>

#### 4. Detalle Formas de pago Vigentes en el mercado Asegurador.

ASEGURADORA	TARJETA DE CREDITO
Generali	Hasta 12 Meses Sin Interés
Aig Metropolitana	Hasta 12 meses sin interés
Zurich Seguros	1 a 10 meses sin intereses
	11 a 12 meses con intereses
Seguros Equinoccial	Hasta 12 meses sin interés
Aseguradora del Sur	Hasta 12 meses sin interés
Seguros Cóndor	Valor mayor a \$ 500 hasta 12 meses sin interés
	Valor menor de \$ 500 hasta 6 meses sin interés
Ecuatoriano Suiza	Hasta 12 meses sin interés
Seguros Oriente	Hasta 9 meses sin interés
	Tarjeta diners hasta 12 meses sin interés pasado los \$ 400
Latina Seguros	Hasta 12 meses sin interés
Sweaden	Hasta 9 Meses Sin Interés Con Las Tarjetas De Banco Pichincha Y Pacifico

5. Cotizaciones realizadas en el portal web seguros 123

 <p><b>AAA</b> ★★★★★</p>	<p><b>SEGUROS EQUINOCCIAL - EQUINOCCIAL TRADICIONAL</b></p> <p>Responsabilidad Civil: \$ 35,000 por evento (Límite único combinado) Muerte Accidental: \$ 5,000 por ocupante Gastos Médicos: \$ 3,000 por ocupante</p> <p><a href="#">Coberturas ?</a> <a href="#">Deducible ?</a> <a href="#">Beneficios ?</a></p>	<p><b>\$ 73.56</b> 12 cuotas mensuales</p> <p><b>\$ 882.68</b> Incluido impuestos Pago con tarjeta de crédito</p> <p>ELEGIR PLAN</p>
 <p><b>AA</b> ★★★★☆</p>	<p><b>SWEADEN - CROSS</b></p> <p>Responsabilidad Civil: \$ 25,000 anual Muerte Accidental: \$ 5,000 por ocupante Gastos Médicos por Accidente: Límite por ocupante \$ 2,000 Amparo Patrimonial: No aplica</p> <p><a href="#">Coberturas ?</a> <a href="#">Deducible ?</a> <a href="#">Beneficios ?</a></p>	<p><b>\$ 74.38</b> 9 cuotas mensuales</p> <p><b>\$ 669.46</b> Incluido impuestos Pago con tarjeta de crédito</p> <p>ELEGIR PLAN</p>
 <p><b>AAA</b> ★★★★★</p>	<p><b>SEGUROS UNIDOS - SU AUTO</b></p> <p>Responsabilidad Civil: \$ 30,000 anual Muerte Accidental: \$ 5,000 por ocupante, Gastos Médicos: \$ 2,500 por ocupante</p> <p><a href="#">Coberturas ?</a> <a href="#">Deducible ?</a> <a href="#">Beneficios ?</a></p>	<p><b>\$ 50.60</b> 12 cuotas mensuales</p> <p><b>\$ 607.19</b> Incluido impuestos Pago con tarjeta de crédito</p> <p>ELEGIR PLAN</p>
 <p><b>AAA</b> ★★★★★</p>	<p><b>ALIANZA - SI23 GAMA MEDIA</b></p> <p>Responsabilidad Civil: \$ 30,000 anual Muerte Accidental: \$ 5,000 por ocupante Gastos Médicos: \$ 2,000 por ocupante</p> <p><a href="#">Coberturas ?</a> <a href="#">Deducible ?</a> <a href="#">Beneficios ?</a></p>	<p><b>\$ 54.64</b> 9 cuotas mensuales</p> <p><b>\$ 491.73</b> Incluido impuestos Pago con tarjeta de crédito</p> <p>ELEGIR PLAN</p>
 <p><b>AAA</b> ★★★★★</p>	<p><b>LATINA - SI23 LATINA</b></p> <p>Responsabilidad Civil: \$ 30,000 anual Muerte Accidental: \$ 10,000 por ocupante Gastos Médicos: \$ 2,500 por ocupante</p> <p><a href="#">Coberturas ?</a> <a href="#">Deducible ?</a> <a href="#">Beneficios ?</a></p>	<p><b>\$ 45.70</b> 12 cuotas mensuales</p> <p><b>\$ 548.34</b> Incluido impuestos Pago con tarjeta de crédito</p> <p>ELEGIR PLAN</p>



**GENERALI - S123 GENERALI**

Responsabilidad Civil: \$ 40,000 anual (Límite único combinado)  
 Muerte Accidental: \$ 8,000 por ocupante  
 Gastos Médicos: \$ 3,000 por ocupante

AA

★★★★☆

Coberturas ? Deducible ? Beneficios ?

**\$ 40.98**

12 cuotas mensuales

**\$ 491.73**

Incluido impuestos  
 Pago con tarjeta de crédito

**ELEGIR PLAN**

<https://compara-ecuador.seguros123.com/vehiculo/paso2/?from=home>

COTIZACION SEGURO VEHICULAR				
NUMERO DE COTIZACION: 61521				
Producto			<b>REPARACION TALLERES CASABACA</b>	
CLIENTE: E-MAIL: MARCA: MODELO:	AROCA AGUALONGO JESSICA MICHELL JESSYAROCA@GMAIL.COM TOYOTA HILUX SR 2.7 CD 4X4 TM	TELEFONO: Año: VALOR COMERCIAL:	2022 45999.00	
Aseguradoras				
Tasa Neta	2.40%	2.70%	2.40%	0.00%
Prima Total	1286.42	1447.15	1286.42	0.45
Diferido Tarjeta de Crédito hasta	12 meses	12 meses	12 meses	12 meses
Cuota Mensual	107.20	120.60	1286.42	0.45
AMPAROS ADICIONALES				
Tipo de cobertura	Todo Riesgo	Todo Riesgo	Todo Riesgo	Todo Riesgo
Desgravamen	NO	SI	SI	SI
Responsabilidad civil hasta	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00
Accidentes personales (por ocupante)	\$5.000,00	\$10.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Gastos médicos por ocupante	\$3.000,00	\$3.500,00	\$5.000,00	\$3.500,00
Exceso de Grúa	\$300,00	Limite 400km	\$200,00	Limite 400km
Amparo Patrimonial	SI	SI	SI	SI
Llave protegida (1 al año)	NO	\$250,00	\$250,00	NO
Documentos protegidos (1 al año)	NO	\$100,00	\$100,00	NO
Gastos Legales vía reembolso	\$2.000,00	NO	\$500,00	NO