

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**Tesis previa a la obtención del Título de:
INGENIERO COMERCIAL**

**TITULO:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA
AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS EN LA
CIUDAD DE QUITO ENFOCADA EN SEGUROS INDIVIDUALES
TANTO PERSONALES COMO PATRIMONIALES**

**AUTOR:
ANDRÉS SEBASTIÁN ESPINEL CÁRDENAS**

**DIRECTOR:
LCDO. JORGE ZAPATA MSC.**

QUITO, ENERO DE 2012

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, Enero 2012.

(f) _____

Andrés Sebastián Espinel Cárdenas

171664690-4

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer Dios antes que nada por permitirme vivir un día más cada día y por bendecirme en cada paso que doy; estoy sería algo imposible sin su bendición, gracias padre por todos los dones que me has entregado; se que cada paso que doy tu estas a mi lado y me bendices. Quiero agradecer a mi padre y a mi madre Mauricio y Olivia por haberme formado y contribuido en mi educación de una manera total, gracias por su esfuerzo, gracias por ese granito de arena, gracias por ese dólar diario, sin su ayuda esto hubiera sido imposible, gracias porque sé que hoy siempre me apoyarán y estarán conmigo en cada paso que de hasta el final. Quiero agradecer a mis hermanos: Maury, Suzzy y Majo por alegrarme la vida y ser mi soporte en los momentos más difíciles. Quiero agradecer a todos los profesores de Universidad Politécnica Salesiana por contribuir en mi formación académica gracias por entregarme su conocimiento y dedicación; el mismo fue bien captado y gracias por estar comprometidos con la formación de nuevos líderes. Un especial agradecimiento para mi director de tesis el Licenciado Jorge Zapata un ser humano lleno de calidad gracias por la guía para culminar mi carrera universitaria gracias por su asesoría y conocimiento entregado para culminar este proyecto.

Andrés Sebastián Espinel Cárdenas

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo:

A Dios Sobre todas las cosas; a mis padres y a mis hermanos, a mis amigos, a mis primos y a mis tíos, a mis amigos de Tecniseguros y a mis maestros; gracias por su aporte el mismo que considero valioso y oportuno gracias a cada uno de ustedes por contribuir en mi formación y felicidad.

Quiero dedicar aquí de manera especial este trabajo a este ser amado y muy especial que es nuestro angelito mi abuelita la mamá Teresita; gracias por todo el amor que me entregaste a mí y a mis hermanos; por tu amor somos grandes mamita.

Andrés Sebastián Espinel Cárdenas

ÍNDICE

CAPITULO I	1
ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACION	1
1.1.- Antecedentes.....	1
1.2.- El problema de la investigación.....	4
1.3.- Formulación del problema.....	6
1.4.- Sistematización del problema	6
1.5.- Justificación.....	6
1.6.- Metodología de la investigación.....	10
1.6.1.- Métodos	10
CAPITULO II	13
ESTUDIO DE MERCADO	13
2.1.- Objetivos del estudio de mercado.....	13
2.2.- Aspectos generales de los seguros.....	13
2.2.1.- Definición de los seguros.....	14
2.2.2.- Características económicas del servicio.....	15
2.2.3.- Beneficios de los seguros.....	19
2.3.- La demanda.....	21
2.3.1.- Mercado del proyecto	22
2.3.1.1.- Características de la demanda de los seguros.	22
2.3.1.2.- Análisis de la demanda de los seguros.....	24
2.3.1.3.- Mercado de Seguros.	37
2.3.1.4.- Clasificación de los mercados en la actividad aseguradora.	38
2.3.2.- Diseño del plan de investigación	40
2.3.2.1.- Formato del cuestionario	52
2.3.2.2.- Tabulación y análisis de datos	55

2.4.- La oferta.....	70
2.4.1.- Análisis de la oferta	70
2.4.2.- La demanda insatisfecha.....	78
2.5.- Estrategias del Mercado.....	84
2.5.1.- Precios.....	85
2.5.2.- Comercialización	86
CAPITULO III.....	87
ESTUDIO DE LOCALIZACION	87
3.1.- Localización de la Empresa	87
3.1.1.- Análisis y criterios de Macro localización.....	88
3.1.2.- Análisis y criterios de Micro localización.	89
3.2.- Factores determinantes de la localización	89
3.2.1.- Cercanía al mercado	90
3.2.2.- Disponibilidad de mano de obra requerida.....	91
3.2.3.- Selección equipos de trabajo	91
CAPITULO IV	92
INGENIERIA DEL PROYECTO	92
4.1.- Definición de los procesos de los seguros.	92
4.2.- Ingeniería del Proyecto.....	95
4.2.1.- Objetivos del proceso de producción de los seguros.	101
4.2.2.- Análisis y definición de los costos de un proyecto.....	102
4.2.3.- Gastos administrativos.....	102
4.2.4.- Gastos generales.	104
4.2.5.- Gastos de venta.....	104
4.3.- Inversión inicial.	105
4.3.3.- Activo fijo.....	106

4.3.3.1.- Vehículo de trabajo.....	107
4.3.3.2.- Equipos de oficina.	107
4.3.3.3.- Muebles y enseres.....	108
4.3.4.- Gastos de organización.	109
4.3.4.1.- Gastos de organización o constitución.....	109
4.3.4.2.- Gastos de instalación. Nic 38.....	110
4.3.4.3.- Gastos de promoción. Nic 38.....	111
4.3.4.4.- Capacitación al personal.	112
4.3.5.- Capital de trabajo.	113
4.3.5.1.- Suministros de oficina.	113
4.3.5.2.- Implementos de limpieza, aseo y cafetería.	114
4.3.5.3.- Sueldos y salarios	115
4.3.5.4.- Sueldo indirecto.	118
4.3.5.5.- Caja bancos.....	118
4.4.- Definición de los ingresos.	118
4.4.1.- Vehículos.	122
4.4.2.- Accidentes personales.....	139
4.4.3.- Vida y asistencia médica.	140
4.5.- Punto de Equilibrio.....	147
CAPITULO V	149
ESTUDIO FINANCIERO	149
5.1.- Objetivos del Estudio financiero del proyecto.....	149
5.2.- Gastos de Administración.....	149
5.3.- Gastos de ventas.	150
5.4.- Gastos Financieros.....	151
5.5.- Presupuesto de inversión	152

5.5.1 Inversiones Fijas.	153
5.5.2.- Capital de Trabajo.....	154
5.6.- Fuentes de financiamiento.....	156
5.7.- Forma de financiamiento y tabla de pago de la deuda.....	157
5.8.- Proyección Costos y Gastos totales del proyecto.	158
5.9.- Ingresos del proyecto.....	159
CAPITULO VI.....	164
EVALUACION DEL PROYECTO	164
6.1.- Objetivos de la evaluación financiera.....	164
6.2.- Estados Financieros Pro-forma.....	164
6.2.1.- Estado de situación inicial.	165
6.2.2.- Estado de Resultados	165
6.2.3.- Flujo de Caja.....	166
6.2.4.- Balance General.....	168
6.2.5 Flujo neto del efectivo.....	169
6.3 Indicadores de rentabilidad	171
6.3.1 Tasa de descuento o costo promedio del capital (TMAR).....	171
6.3.2 Valor actual neto (VAN).....	173
6.3.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	175
6.3.4 Periodo de recuperación de la inversión	176
6.4.- Indicadores financieros.....	177
6.4.1.- Rentabilidad total (ROI)	177
6.4.2 Rendimiento del patrimonio (ROE).....	178
6.4.3.- Coeficiente de endeudamiento.....	179
6.4.4.- Índice de apalancamiento	179
6.4.5.- Índice de Cobertura.....	180

6.5.- Punto de Equilibrio.....	181
CAPITULO VII	184
ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	184
7.1.- Compañía de responsabilidad limitada	184
7.1.1.- Concepto.....	185
7.1.2.- Naturaleza	185
7.1.3.- Del Capital	185
7.1.4.- Nombre	186
7.1.5.- Numero de Socios.....	186
7.1.6.- Objeto Social	186
7.2.- Borrador de una minuta de escritura de constitución de la compañía	186
7.3.- Entidades relacionadas al proyecto.....	198
7.4.- Leyes conexas.....	199
7.5.- Análisis organizacional.....	201
7.5.2.- Visión.....	201
7.5.3.- Valores.....	202
7.5.4.- Políticas	203
7.5.5.- Objetivos.....	204
7.5.6.- Organigrama estructural	204
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	205
Conclusiones	205
Recomendaciones	207
BIBLIOGRAFIA:	209
ANEXOS	211

RESUMEN EJECUTIVO

Los seguros tiene sus inicios hace miles de años conjuntamente con las aventuras marinas de los griegos, en el Ecuador los seguros datan a finales del siglo XIX. Se conoce muy poco acerca de este servicio y la importancia que tiene el mismo; la cultura de seguros entre los ecuatorianos no se encuentra posicionada totalmente; las personas no saben lo que es transferir el riesgo de una eventualidad a un tercero a cambio de una prima de seguro; transfiriendo así el riesgo a una empresa aseguradora la mismas que se encuentra financiera y técnicamente en capacidad de asumirlo.

En la actualidad en el Ecuador hasta el año 2009 se registran 604 compañías asesoras de seguros; las mismas que captaron comisiones por: \$ 113, 244,740.31 millones de dólares; dándonos a entender que el mercado ecuatoriano empieza a despuntar con la venta de seguros y que las personas empiezan a tomar conciencia.

La razón de contratar una póliza de seguros es de que cubra una posible eventualidad como un siniestro que afecte nuestra vida o patrimonio; minimizando así el riesgo financiero de los clientes de manera inmediata; a pesar de esto muchas personas una vez que termina la vigencia de su póliza de seguros u obligación financiera deciden no renovarla; dando como consecuencia que quienes asumen el riesgo de una pérdida no es la empresa de seguros si no las mismas personas que al momento de un siniestro se verán seriamente afectados en su parte económica.

Como hemos podido determinar con nuestro estudio de mercado la ciudad de Quito es un mercado en crecimiento donde existe la posibilidad de encontrar nuevos y potenciales clientes; en base a esto hemos visto la necesidad de crear una Agencia Asesora Productora de Seguros en la ciudad de Quito; la misma que se dedicará exclusivamente a la comercialización de seguros individuales tanto personales como patrimoniales como son los seguros de: asistencia médica, vida, vehículos, accidentes personales.

Sabemos que la industria a la cual queremos incursionar hay un gran número de competidores operando, sin embargo, nuestra empresa se preocupará en ofrecer a nuestros clientes un servicio y asesoría especializada; contando con productos que se ajusten a las necesidades reales de las personas; con esto captaremos un gran número de clientes y nos posicionaremos rápidamente en la industria de los seguros.

Para empezar las operaciones contaremos con los permisos funcionamiento así como con las credenciales aprobadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros para poder trabajar en todos los ramos de seguros que nos hemos planteado y con el tiempo ir expandiendo nuestro negocio.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACION

1.1.- Antecedentes

“La historia del Seguro se remonta a las antiguas civilizaciones de donde se utilizaban prácticas que constituyeron los inicios de nuestro actual sistema de Seguros. Probablemente las formas más antiguas de Seguros fueron iniciadas por los babilonios y los hindús. Estos primeros contratos eran conocidos bajo el nombre de Contratos a la Gruesa y se efectuaban, esencialmente, entre los banqueros y los propietarios de los barcos. Con frecuencia, el dueño de un barco tomaría prestados los fondos necesarios para comprar carga y financiar un viaje.

El contrato de Préstamos a la Gruesa especificaba que si el barco o carga se perdía durante el viaje, el préstamo se entendería como cancelado. Naturalmente, el costo de este contrato era muy elevado; sin embargo, si el banquero financiaba a propietarios cuyas pérdidas resultaban mayores que las esperadas, este podía perder dinero.

Con el crecimiento del comercio durante la Edad Media tanto en Europa como en el Cercano Oriente, se hizo necesario garantizar la solvencia financiera en caso que ocurriese un desastre de navegación. Eventualmente, Inglaterra resultó ser el centro marítimo del mundo, y Londres vino a ser la capital aseguradora para casco y carga.

El Seguro de Incendio surgió más tarde en el siglo XVII, después que un incendio destruyó la mayor parte de Londres.

Después de ese suceso se formularon muchos planes, pero la mayoría fracasaron nuevamente debido a que no constituían reservas adecuadas para enfrentar las pérdidas subsecuentes de las importantes conflagraciones que ocurrieron.

Las sociedades con objeto asegurador aparecieron alrededor de 1.720, y en las etapas iniciales los especuladores y promotores ocasionaron el fracaso financiero de la mayoría de estas nuevas sociedades.

Eventualmente las repercusiones fueron tan serias, que el Parlamento restringió las licencias de tal manera que sólo hubo dos compañías autorizadas. Estas aún son importantes compañías de Seguros en Inglaterra como la Lloyd's de Londres.

Los vestigios del Seguro de Vida se encuentran en antiguas civilizaciones, tal como Roma, donde era acostumbrado por las asociaciones religiosas, coleccionar y distribuir fondos entre sus miembros en caso de muerte de uno de ellos.

Los Seguros en Ecuador:

A fines del siglo XIX Existían únicamente compañías extranjeras, se ofertaban los seguros de transporte e incendio.

Código Comercial 1.906; Eloy Alfaro dicta tres normas principales:

- Las aseguradoras extranjeras tienen que tener un apoderado para contestar demandas
- El capital mínimo un millón de pesos
- Inversiones obligatorias de capital

Los Seguros en El Ecuador desde 1.920 a 1.955:

En 1.933 se faculta para que la Superintendencia de Bancos sea el Organismo de Control; en este período se crean compañías nacionales, siendo las primeras:

- 1.940 La Nacional. Hoy día es Generali
- 1943 Unión

Los Seguros desde el periodo de 1.955 a la fecha

- 1.976 Gran Incendio de la Shell en Guayaquil
- Desarrollo de la actividad aseguradora mediante la creación de compañías nacionales
- Proliferación y tecnificación de nuevos ramos
- En 1.980 se dictó la Tarifa obligatoria del Seguro de Incendio que luego se abolió.
- Estructuración Jurídica en el mercado de seguros.

En 1.998 se dicta la Nueva Ley General de Seguros.

El seguro es un contrato por el cual una de las partes (el asegurador) se obliga, mediante una prima que le abona la otra parte (el asegurado), a resarcir un daño o cumplir la prestación convenida si ocurre el evento previsto, como puede ser un accidente o un incendio, entre otras.

El contrato de seguro puede tener por objeto toda clase de riesgos si existe interés asegurable, salvo prohibición expresa de la ley. Por ejemplo:

- Los riesgos de los incendios.
- Los riesgos de las cosechas.
- La duración de la vida de uno o más individuos.
- Los riesgos del mar.
- Los riesgos de los transportes por aire o tierra.”¹

El asegurador por lo general es una compañía de seguros organizada bajo la forma de sociedad anónima; pero también existen cooperativas y mutualidades de seguros.

El contrato de seguro es consensual, bilateral y aleatorio. Es consensual porque se perfecciona por el mero consentimiento de las partes y produce sus efectos desde que se ha realizado la convención; es bilateral puesto que origina derechos y obligaciones recíprocas entre asegurador y asegurado, y es aleatorio porque se refiere a la indemnización de una pérdida o de un daño producido por un acontecimiento o un hecho incierto, pues no se sabe si se va a producir y en el caso contrario como ocurre con la muerte no se sabe cuándo ello ha de acontecer.

A pesar que los seguros se iniciaron hace miles de años; en el Ecuador el conocimiento de los seguros y sus beneficios es muy escasa; los beneficios de tener asegurada la vida o un bien implica transferir el riesgo de un eventual siniestro a una empresa aseguradora; la misma que se encuentra financiera y técnicamente en capacidad de asumirlos.

¹ <http://re0150/intranet/indexac.htm>

En la actualidad en el Ecuador existen más de 604 brokers de seguros dentro de los cuales 5 ocupan el mayor nicho de mercado; entre estos están: Tecniseguros, Nova Ecuador, Ecuaprimas, Asertec y Alamo.

Es por esto que el principal objetivo sobre la creación de una agencia asesora productora de seguros es el de brindar una asesoría personalizada a las personas ya que no saben lo que es un seguro y los beneficios que estos tienen.

1.2.- El problema de la investigación

El problema de investigación se basa en la necesidad actual de Asesorar; un Asesor de Seguros es la Persona o Entidad que le sugiere que tipo de seguro es el más conveniente, ya sea para su casa, auto, negocio o para usted mismo.

En la vida se ve la necesidad de estar asegurados contra cualquier siniestro; ya que estamos expuestos a muchas situaciones que pueden repercutir negativamente en nuestra salud, nuestras pertenencias o, incluso, privarnos de la vida.

Todo ello lleva consigo, además, un gasto económico que, la mayoría de las veces, resulta muy elevado. Es por ello que quizá sea conveniente la adquisición de un seguro que cubra el daño, al menos en cuanto a los gastos se refiere.

A través de los años se ha podido observar que la actividad económica en el mercado asegurador ha ido en aumento y cada vez son más las personas y empresas que buscan asegurar su vida y patrimonio; es por esto que buscan un seguro que cubra sus necesidades al corto y largo plazo; por lo cual se ha visto la necesidad de asesorar en cuanto a que seguro le conviene más y crear productos que se ajusten a las necesidades de las personas en determinados momentos; esto con el fin de minimizar los riesgos que pueda traer consigo un siniestro.

Una mala decisión por la persona que adquiere el seguro no podrá garantizar el cumplimiento del mismo; al tener un asesor de seguros este le brindará la asesoría, presentará las ofertas que más le convengan y en el caso de un siniestro el asesor le ayudara a gestionar el tramite y hará que la aseguradora responda en el menor tiempo posible; él asegurado se sentirá respaldado por su agencia asesora de seguros y por la opción recomendada.

En el Ecuador hay una falta de culturización y concientización sobre lo que es el seguro; las personas dentro de la cultura ecuatoriana están a la espera de que les suceda una determinada eventualidad, suceso para después de esto tomar las medidas preventivas de cada caso; tal es el caso de los sucesos de los terremotos en Haití y Chile en el cual las perdidas por estos terremotos son económicamente muy grandes; según artículo publicado en el diario el comercio el “12% de las personas que lo perdieron todo durante esta tragedia pudieron recuperar su patrimonio representando en cifras económicas un monto en siniestros por \$ 4.000 millones de dólares mientras que el 88% de las personas que no estaban aseguradas no podrán recuperar tan pronto su patrimonio perdido”²; las personas no tienen pleno conocimiento sobre los que les puede ofrecer un seguro; el principal problema es la falta de información sobre lo que es un seguro y los beneficios que este puede traer a sus vidas.

Un alto porcentaje de clientes toma la decisión de no renovar sus pólizas una vez terminada la obligación financiera; pudiendo traer consecuencias no para las empresas que aseguradoras que brindad este servicio; es a las mismas personas quienes pueden tener serios inconvenientes al momento de un siniestro el cual afecte onerosamente su economía en un momento determinado, se quiere minimizar el riesgo de que algo así ocurra mediante: información continua a nuestros clientes, capacitación a nuestros asesores de seguros, propuestas de nuevos planes de seguros.

² <http://www.elcomercio.com>

Es por eso que se ha visto la necesidad de crear una Agencia Asesora Productora de Seguros con el fin de ofrecer a las personas y empresas un seguro que se ajuste a las necesidades que estas puedan tener en determinado momento

1.3.- Formulación del problema

Es factible la creación de una agencia asesora productora de seguros en la ciudad de Quito, que ofrezca al mercado potencial una opción de asesoramiento y administración de seguros, caracterizada por ser un servicio personalizado, confiable y profesional, adaptándose a las necesidades individuales de las personas.

1.4.- Sistematización del problema

- 1.- La situación actual del mercado de seguros y su evolución en los últimos años
- 2.- La Cultura de seguros que tienen los ecuatorianos, específicamente en el sector de Quito.
- 3.- Las leyes que rigen en el sector para crear una agencia asesora de seguros
- 4.- La rentabilidad del proyecto a largo plazo
- 5.- Los competidores que existen en el mercado ecuatoriano y que brindan este servicio

1.5.- Justificación

Un Asesor de seguros estudia deseos y necesidades del cliente para formular un programa de protección de sus bienes y de su vida que lo satisfaga realmente; se encuentra en capacidad de recomendarle la póliza y opciones que le dan máxima protección al mínimo costo, analiza cuidadosamente los balances de cada aseguradora para recomendarle la que mayor seguridad y protección le ofrece; en caso de un eventual siniestro le facilitara todos los tramites frente a la aseguradora y agilizara el pago dándole una solución inmediata a su problema.

De la igual forma el cliente puede optar por una opción que cree es de su conveniencia; puede resultar peligroso ya que asegurarse sin asesoramiento profesional puede ser

costoso es por esto; que el asesor de seguros analiza sus necesidades y le propone un plan que provee todos los riesgos a los cuales usted está expuesto y controla que el costo del seguro que usted paga sea razonable con los costos actuales del mercado.

Asegurar solo riesgos aislados no es suficiente, es por esto que las aseguradoras se especializan, operan mejor en unos ramos que en otros, y es aquí que el asesor de seguros da a conocer qué compañía es mejor para cada una de sus necesidades, tiene un panorama más amplio y siempre ve todo desde el punto de vista del asegurado.

Por sus servicios el Asesor-Productor de Seguros recibe una comisión de la aseguradora con la cual:

- Mantiene una estructura
- Estudia y vigila por sus intereses durante toda la vigencia de su póliza.

El asesor de seguros tiene pleno conocimiento sobre cuáles son los principales productos que ofrece el mercado asegurador, los tipos de financiamiento con los que pueden contar; las empresas más calificadas para ofrecer los diferentes tipos de seguros.

Es importante saber que existen diversos productos de seguros y aseguradoras que los ofrecen; es por esto la importancia de contar con un Asesor de Seguros para que guie al cliente a escoger la mejor opción de entre tantos servicios que están al alcance del mismo.

Es por esto que queremos marcar la diferencia ofreciendo un servicio y productos que la competencia no tiene.

Un asesor de Seguros da a conocer los beneficios de un seguro.

Se quiere crear una cultura de seguros a las personas y empresas ya que las mismas carecen de una cultura sobre el mismo; la misma que ha sido generada por falta de información sobre lo que es un seguro y los beneficios que este puede traer a sus vidas.

El fin de un seguro es ofrecer un respaldo, es decir que el asegurado sepa que su patrimonio o vida está asegurado contra cualquier eventualidad que pueda presentarse en el transcurso del tiempo; es decir que la suma asegurable a la que ya tiene derecho desde el momento en que está asegurado será restituida inmediatamente en el caso de un siniestro.

Por esa razón es necesaria la creación de una Agencia Asesora Productora de Seguros que ayude al cliente a minimizar el riesgo; mediante un estudio concreto que nos indique los principales factores que deben intervenir en un seguro.

El mercado asegurador de seguros en Ecuador y especialmente en Quito es un mercado en crecimiento con clientes potenciales, se ha visto la necesidad de crear una agencia asesora productora de seguros que se dedique a los segmentos de individuales personales y patrimoniales como por ejemplo: asistencia médica, vida, vehículos; pues en estos momentos contratar seguros para empresas no sería factible, por el momento ya que la mayoría de estas cuentan ya con sus seguros y la competencia existente para este sector está saturada por las ganancias que este tipo de seguros representan.

Según cifras de Empreseguros, “apenas el 20% de ecuatorianos cuenta con un seguro de salud, de accidentes o preventivo”³ es por esto que se ha visto la necesidad de explotar el mercado Ecuatoriano. Una breve revisión de las opciones en el mercado refleja cierta rigidez en el planteamiento de dichos seguros. “Las cifras en cuanto a cobertura médica llaman la atención: incluyendo la cobertura del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), apenas 20 de cada 100 personas cuentan con un seguro.

³ <http://www.elcomercio.com>

El mercado de los seguros ha crecido en un 30% según las empresas aseguradoras; a partir de los terremotos de Haití y Chile, los ecuatorianos han tomado más conciencia de la necesidad de asegurar su patrimonio; en el primer trimestre de este año la demanda subió en un 30%. Los corredores de seguros hacen cotizaciones con mayor frecuencia.”⁴

Para este estudio se quiere determinar la factibilidad de Asesorar y Producir Seguros; esto lo vamos a realizar mediante un estudio financiero, de mercado y legal con el fin de que nuestros clientes potenciales tengan pleno conocimiento de lo que les puede ofrecer el mercado asegurador y que tengan en cuenta los beneficios que puede ofrecer un seguro.

La incursión en este negocio se vuelve atractiva debido a que puede llegar a ser muy rentable en el largo plazo siempre y cuando se maneje de forma correcta el negocia a través del tiempo, el riesgo se minimizara con un estudio de mercado que determine la meta de los mismos.

1.5.1.- Objetivo General

Crear una agencia asesora productora de seguros en la ciudad de Quito enfocada en seguros individuales tanto personales como patrimoniales mediante un estudio previo de factibilidad.

1.5.2.- Objetivos Específicos

- Determinar la factibilidad comercial de una agencia asesora productora de seguros mediante un estudio de mercado para la comercialización optima de seguros.
- Realizar un estudio de localización del proyecto determinando los factores determinantes de la localización para la ubicación de la agencia.

⁴ <http://re0150/intranet/indexac.htm/Boletín Nacional de Noticias Tecniseguros>

- Analizar los tipos de financiamiento que el proyecto requerirá mediante un estudio financiero que permitirá a futuros inversionistas invertir en el mismo.
- Analizar financieramente el proyecto para determinar su crecimiento y rentabilidad en el tiempo.
- Determinar el Marco legal en el sector para crear una agencia asesora productora de seguros y comprobar que todos los requisitos necesarios son totalmente realizables.
- Establecer los principios institucionales, crear una cultura corporativa mediante un estudio administrativo que nos permita alcanzar metas institucionales.

1.6.- Metodología de la investigación

La metodología de la investigación implica un conjunto de métodos, técnicas y procedimientos de investigación que ayudaran al investigador a descubrir nuevos conocimientos, dentro de los cuales se utilizaran los siguientes:

1.6.1.- Métodos

El método es el conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigados.

Dentro de los principales métodos se utilizaran los siguientes:

- **Método Científico:** Mediante el método científico se aplicaran un proceso de razonamientos que intentan no solamente describir los hechos sino también explicarlos.
- **Método deductivo:** Mediante el método deductivo partiremos de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular que nos sirva para tomar decisiones en la elaboración del proyecto.

- **Método Inductivo:** Mediante el método inductivo partiremos de datos o información particular y los transformaremos en información de tipo general para que sean aceptados como validos en nuestro proceso de investigación.
- **Método Analítico:** El método Analítico tendrá gran importancia en el proceso de investigación ya que nos permitirá descubrir las causas y efectos del tipo información que arroje el proceso de investigación del proyecto. El método analítico consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual.
- **Método Sintético:** Este método nos permitirá reunir varios elementos dispersos de información y que mediante la síntesis nos dará como resultado la nueva formulación de información u teoría.

1.6.2.- Técnicas

Las técnicas de investigación son un conjunto de reglas y operaciones para el manejo de los instrumentos que auxilian al individuo en la aplicación de los métodos. La técnica guarda estrecha relación y coordinación con el método.

Dentro de las principales técnicas se utilizaran las siguientes:

- **Experimentación.-** Mediante la experimentación se podrá comprobar la factibilidad del proyecto y de sus objetivos.
- **Observación Directa.-** Mediante la observación podremos registrar los datos más importantes y sobresaliente para este estudio y así poder confrontar la teoría con la práctica es búsqueda de una verdad objetiva para la investigación.

- **Técnica Documental.-** Mediante esta técnica podremos documentar la información más pertinente para formular y enunciar teorías objetivas que sustenten el estudio de factibilidad. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.
- **Técnica Estadística.-** Mediante esta técnica recolectaremos datos que nos permitirán analizar e interpretar datos que nos ayudaran en la resolución de la toma de decisiones y así poder explicar las condiciones regulares o irregulares que fueron objeto de estudio.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1.- Objetivos del estudio de mercado.

El principal objetivo del estudio de mercado es el de obtener información que nos ayude a enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo sus principales objetivo son:

- Determinar la existencia real de la demanda de los seguros.
- Conocer que tipos de seguro tendrán más demanda.
- Determinar el Tamaño optimo de la muestra
- Conocer los principales competidores del proyecto.
- Determinar la ventaja competitiva del proyecto frente a la competencia.

2.2.- Aspectos generales de los seguros.

El seguro es un contrato por el cual una de las partes (el asegurador) se obliga, mediante una prima que le abona la otra parte (el asegurado), a resarcir un daño, cumplir la prestación convenida si ocurre el evento previsto, como puede ser un accidente o un incendio, entre otras.

El contrato de seguro puede tener por objeto toda clase de riesgos si existe interés asegurable, salvo prohibición expresa de la ley.

El asegurador por lo general es una compañía de seguros organizada bajo la forma de sociedad anónima; pero también existen cooperativas y mutualidades de seguros.

El contrato de seguro es consensual, bilateral y aleatorio.

Es consensual porque se perfecciona por el mero consentimiento de las partes y produce sus efectos desde que se ha realizado la convención.

Es bilateral puesto que origina derechos y obligaciones recíprocas entre asegurador y asegurado.

Es aleatorio porque se refiere a la indemnización de una pérdida o de un daño producido por un acontecimiento o un hecho incierto, pues no se sabe si se va a producir y en el caso contrario como ocurre con la muerte no se sabe cuándo ello ha de acontecer.

2.2.1.- Definición de los seguros.

En la vida todos estamos expuestos a diferentes tipos de riesgos los mismos que pueden repercutir de manera negativa en nuestra salud, nuestros bienes o incluso privarnos de la vida.

Es por esto que nace la necesidad de asegurar a las personas o entidades contra cualquier infortunio que pueda presentarse en la vida; esto repercute en un gasto que muchas de las veces no se tiene previsto y afecta la economía de las personas; la mayoría de veces en un gasto muy oneroso y las personas no se encuentran en la capacidad económica de restituir este valor inmediatamente y se ven forzados a hacer préstamos o buscar alguna forma de financiamiento para restituir la suma económica no prevista.

En estos casos las compañías de seguros son las principales encargadas de cubrir a los beneficiarios en casos de término de la vida, deterioro en la salud de las personas; así como también salvaguardar los bienes de las personas u entidades, los mismos que podemos perder por causas de robo, asaltos.

Es por esto que se ve la necesidad de asegurar a las personas u entidades contra estos siniestros que pudieran presentarse en la vida; las personas no tienen que ver qué es lo van a ganar con su póliza de seguros sino lo que no van a perder por contar con esta, los

seguros garantizan la restitución de sus bienes o gastos por accidentes o enfermedades mediante el pago de una prima mensual a la compañía de seguros.

La finalidad de las agencias asesoras productoras de seguros es la de asesorar a las personas u entidades sobre que seguro es el que más le conviene, analiza sus necesidades y le propone un plan que provee todos los riesgos a los cuales usted está expuesto y controla que el costo del seguro que usted paga sea razonable con los costos actuales del mercado, en el caso de un siniestro le provee de una asesoría para que la compañía aseguradora pague sin ningún contratiempo la cantidad asegurada.

Por todos estos motivos expuestos se puede asegurar de que este proyecto es viable y no requiere de una inversión inicial muy alta para empezar las operaciones del negocio; y a aparte de esto los asesores productores de seguros cuenta con socios estratégicos muy posicionados en el mercado y estas son las principales compañías aseguradoras del país tales como: Equinoccial, QBE Colonial, Aig Metropolitana, Ace Seguros, Rio Guayas, entre otras.

2.2.2.- Características económicas del servicio.

Las normas, reglamentos y procedimientos para mantener una agencia colocadora de seguros están de acuerdo a la resolución N° JB-2005-814 de la Junta Bancaria, la cual dice lo siguiente:

Considerando que de conformidad con lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 8 y artículo 69 de la Ley General de Seguros, la Superintendencia de Bancos y Seguros, con resolución No. SBINS- 99-440 de 20 de diciembre de 1999, publicada en el Registro Oficial No. 354 de 5 de enero del 2000, expidió las normas, para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros, las cuales son las siguientes:

TÍTULO PRIMERO

DE LOS ASESORES PRODUCTORES DE SEGUROS

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

- 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.

CAPÍTULO PRIMERO

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE CREDENCIALES

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

- a) Nombramientos de los administradores y representantes legales debidamente inscritos en el Registro Mercantil
- b) Certificado de afiliación a la Cámara de Comercio del lugar donde la compañía tiene su matriz;
- c) Certificado del Registro Único de Contribuyentes;
- d) Los miembros del Directorio y representantes legales de la Compañía deben cumplir con los requisitos establecidos en los literales a), d), e), f) y g) del artículo 5 de la presente resolución; y,

- e) Además de los documentos señalados en los literales precedentes, la compañía debe disponer de un lugar adecuado para su funcionamiento, debiendo mantener el registro actualizado de su dirección, número de teléfono, fax y correo electrónico del representante legal o de un funcionario expresamente autorizado.

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

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

Las agencias asesoras productoras de seguros, intermediarios de reaseguros y peritos de seguros, personas jurídicas deben informar inmediatamente a la Superintendencia de Bancos y Seguros, el domicilio de la matriz y de las sucursales y agencias y la identificación de sus administradores y apoderados, remitiendo sus respectivos nombramientos, quienes deben cumplir con los requisitos establecidos en la letra d) del artículo 6.

El cliente estará respaldado por su asesor de seguros, el mismo que ha rendido exámenes y cuenta con la experiencia suficiente para ofrecerle el seguro que más le conviene y en el caso de un siniestro brindarle una inmediata asesoría.

El asesor de seguros se encuentra en plena capacidad para recomendarle la póliza y opciones que le den una máxima protección al mínimo costo; esto lo hace ya que conoce las distintas asegurados que ofrecen los diferentes tipos de seguro y analiza los balances

de las mismas para poder garantizarle una indemnización inmediata en el caso de un siniestro.

Las personas u entidades podrán contratar nuestro servicio sin que este tenga un costo alguno; ya que el costo de la asesoría y venta será transmitido inmediatamente a la compañía con la cual recomendamos el seguro.

Proceso del Servicio:

- El servicio que brindara la agencia asesora y productora de seguros de seguros será personalizado, de esta manera el cliente se sentirá respaldado por contratar nuestro servicio.
- El cliente en el tiempo que dure la vigencia de la póliza no tendrá que tratar con la aseguradora, ya que la agencia asesora productora de seguros le indicara cuando vence la vigencia de su póliza y le recomendara una renovación inmediata de la misma sin ningún costo alguno.
- Al brindarle una asesoría al cliente le indicara la forma de pago que más le convenga; ya sea mensual, semestral u anual, el cliente no tendrá que acercarse a la aseguradora a cancelar el pago de sus primas; el mismo asesor le indicara la forma en que puede hacer el pago y posteriormente enviara a un cobrador a su domicilio o empresa para el cobro de la prima el mismo que con oportunidad será enviado a la aseguradora para que el cliente no pierda su cobertura.
- El asesor de seguros le facilitara todos los documentos que son necesarios para que el cliente este asegurado, le indicara que documentos debe firmar y le entregara respaldos de los mismos.

El asesor le indicara las condiciones generales y particulares de la póliza y se asegurara de que la aseguradora las incluya al momento de hacer emitir la póliza todo esto con el fin de evitar cualquier eventualidad al momento de un siniestro.

El asesor de seguros al momento de realizar una venta o renovación de una póliza inmediatamente creara una obligación con la aseguradora a la que refiere el negocio; la misma que tendrá la obligación de pagar mediante un contrato de agenciamiento un porcentaje de comisión por la misma.

2.2.3.- Beneficios de los seguros.

Un Asesor de seguros estudia deseos y necesidades del cliente para formular un programa de protección de sus bienes y de su vida que lo satisfaga realmente; se encuentra en capacidad de recomendarle la póliza y opciones que le dan máxima protección al mínimo costo, analiza cuidadosamente los balances de cada aseguradora para recomendarle la que mayor seguridad y protección le ofrece; en caso de un eventual siniestro le facilitara todos los tramites frente a la aseguradora y agilizara el pago dándole una solución inmediata a su problema.

Es por esto importante destacar los beneficios que le brinda cada póliza y destacar los ramos mas contratados por los clientes:

Seguro de personas:

Es el seguro que cubre los riesgos que afectan a las personas, el contrato de seguro sobre las personas comprende todos los riesgos que puedan afectar a la existencia, integridad corporal o salud de un asegurado.

Seguros Individuales de Vida

Se define como aquel contrato de seguro por el que el asegurador, a cambio de una prima única o periódica, se obliga a satisfacer al suscriptor de la póliza, o a la persona que él designe, un capital o una renta cuando fallezca o llegue a determinada edad la persona asegurada.

Seguro de accidentes:

Cuando el riesgo que se quiere prevenir es la posibilidad de sufrir un menoscabo físico personal como consecuencia de un accidente.

Este seguro cubre la lesión corporal por causa de accidentes entre las que pueden ser una lesión corporal que deriva de una causa violenta, súbita, externa y ajena a la intencionalidad del asegurado, que produzca invalidez temporal o permanente o muerte.

Seguro contra incendio:

Con este seguro se cubre los bienes muebles e inmuebles contra el riesgo de los incendios. La compañía aseguradora indemniza al asegurado por el daño que hubieran sufrido los bienes objeto del seguro, a causa de un incendio, por su puesto siempre que este no haya sido intencional.

Seguro de automóviles:

Responsabilidad civil: Por lesiones causadas a terceros y por daños producidos a cosas de estos. Si el dueño del automotor asegurado, causa por medio de un accidente daños corporales o la muerte de un tercero, la compañía responde hasta un determinado importe. La indemnización por daños materiales es más reducida.

Incendio, accidente y robo: la póliza ampara al propietario del vehículo contra estos riesgos de acuerdo con la suma asegurada. En el caso de accidentes el seguro cubre los daños sufridos por el automotor.

Seguro contra robos:

Cubre la pérdida que puede experimentar una persona por robos o hurtos.

Seguro de asistencia de viajes: Aquel seguro conducente a resolver las incidencias de diversa naturaleza que le hayan surgido durante un viaje.

Seguro de enfermedad:

Es aquel en virtud, en caso de enfermedad del asegurado, se le entrega una indemnización prevista previamente en la póliza.

Seguro de transporte:

Aquel por el que una entidad aseguradora se compromete al pago de determinadas indemnizaciones a consecuencia de los daños sobrevenidos durante el transporte de mercancías.

2.3.- La demanda

“Los Proyectos que generan ingreso monetarios, suponen la estimación de cantidades que pueden ser vendidas a ciertos niveles de precios. Además, aparecen una serie de factores que condicionan y determinan los gustos y preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra.”⁵

La demanda es una función que depende del comportamiento de algunas variables tales como son el nivel de ingreso de los consumidores, el patrón de gastos de los mismos, la tasa de crecimiento de la población, el comportamiento de los precios tanto de los bienes

⁵ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.

sustitutos como complementarios, las preferencias de los consumidores y naturalmente de la acción de los entes gubernamentales.

2.3.1.- Mercado del proyecto

Nuestro servicio para su introducción tendrá un mercado primario que será la ciudad de Quito, en este mercado identificaremos los principales clientes y competencia, con el fin de determinar el poder de cada uno de estos en este mercado primario.

Determinar el mercado del proyecto en este caso; el mercado del proyecto es el sector norte de la ciudad de Quito. Demostraremos de manera general el crecimiento de los seguros a manera de primas y comisiones.

2.3.1.1.- Características de la demanda de los seguros.

La demanda en el mercado de los seguros está Integrada por los consumidores o clientes de seguros los mismos que tienen la necesidad de cubrir riesgos, ellos a cambio de tener una cobertura estarán dispuestos a pagar una prima, la misma que les garantiza una indemnización.

El asegurador ha comenzado a responder a nuevas exigencias, ajustando sus productos y re-valuando sus riesgos; adaptándolos con el tiempo a las necesidades reales de las personas, clientes actuales como potenciales. El cambio va desde la forma de ofrecer el producto como el servicio que se proporcionara al mismo en el transcurso de la duración de la vigencia de la póliza.

La calidad de servicio es un factor determinante para captar nuevos clientes, un buen trato hará al cliente elegir la aseguradora de su gusto o la recomendada por el asesor, el cliente escogerá entre los productos ofrecidos el que más le convenga, la calidad del servicio será un factor determinante en la decisión del cliente.

Un cliente siempre tiene expectativas claras sobre qué es lo que quiere y como lo quiere; es por esto que al momento de ofrecer el servicio se le presentaran los más innovadores que se identifiquen con sus necesidades; primas razonables, coberturas suficientes, atención personalizada.

Un seguro es una inversión que el cliente realiza en el tiempo contra cualquier eventualidad hoy en día es una necesidad humana de seguridad; una seguridad que implica que en el caso de un siniestro el asegurado tendrá una indemnización a cambio de la prima pagada, tendrá una cobertura que le servirá para afrontar un contratiempo.

La finalidad del asegurador es realizar contratos de seguros de forma que agrupe a un número suficiente de sujetos u objetos expuestos al riesgo para poder obtener una regularidad estadística que permita evitar desviaciones importantes o imprevistas de la siniestralidad.

Los asesores productores de seguros deben conocer el giro del negocio; para poder ofrecer a sus clientes productos innovadores ya sean los ofertados por las distintas aseguradoras o por productos creados por su Asesor de seguros, deben analizar el mercado en el que se desenvuelven mediante estudios que les permitan determinar las necesidades reales de las personas.

El desarrollo de nuevos productos, debe satisfacer las necesidades del asegurado, deben ser adecuados en cuanto a sus características ya que estos van enfocados a diferentes sectores de la sociedad; es por esto que al tener un producto especializado los clientes van a requerir de una asesoría para entender el tipo de cobertura que brinda determinado producto, los mismos que deben cumplir con las necesidades de los clientes.

2.3.1.2.- Análisis de la demanda de los seguros.

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 comporta 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 mejora de la cuota de mercado y para las autoridades decisoras 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.

Es por esto que para este estudio se quiere determinar a todos los posibles demandantes de este servicio, es por esto que segmentar a la sociedad será de gran importancia ya que determinara el número de demandantes reales a los cuales se quiere ofrecer el servicio.

Para este estudio analizaremos la demanda que han tenido los seguros en los diferentes ramos.

El segmento al que se va a dirigir el estudio es la ciudad de Quito, en especial a bachilleres, estudiantes universitarios, ejecutivos empresariales, personas particulares; puesto que en este segmento ya un alto grado de concientización sobre lo que es un riesgo y la manera de estar prevenidos.

Para empezar el análisis de la industria, lo realizaremos con la parte que es de nuestro mayor interés que son las agencias colocadoras de seguros, conocidas en el medio como bróker o agencias asesoras productoras de seguros.

“Las Agencias Asesoras Productoras de Seguros son personas jurídicas, con organización propia, cuya única actividad es la de gestionar y obtener contratos de seguros, para una o varias empresas de seguros o de medicina pre-pagada autorizada a operar en el país. Las empresas de seguros serán solidariamente responsables por los actos ordenados o ejecutados por los agentes de seguros y las agencias asesoras productoras de seguros, dentro de las facultades contenidas en los respectivos contratos.”⁶

Para empezar el análisis nos enfocaremos en el crecimiento y/o decrecimiento que las agencias colocadoras de seguros y/o agentes de seguros han tenido desde el año 2005 hasta el 2010.

La información aquí presentada la hemos logrado obtener de la página Web de la Superintendencia de Bancos que es el ente regulador tanto de las compañías de seguros y reaseguros como de los intermediarios de seguros (agencias colocadoras y agentes de seguros) y reaseguros en el Ecuador.

Con lo que detallaremos a continuación lo que queremos demostrar es que la industria de seguros a pesar de parecer que se encuentra en madurez debido al largo recorrido durante los años, es una industria que sigue en crecimiento.

⁶ SUPERINTENDENCIA DE BANCOS. [www.superban.gov.ec]. **Asesoras Productoras de Seguros**

Evolución del Número de Brokers y Comisiones Promedio por Broker en el Ecuador

Cuadro (1)

Año	Cantidad	Total Comisiones Ganadas	Comisión Promedio por Broker
2005	600	65,007,312.58	108,345.52
2006	608	74,547,245.90	122,610.60
2007	627	84,449,091.74	134,687.55
2008	627	105,041,193.58	167,529.81
2009	604	113,244,740.31	187,491.29

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaborado por: El Autor.

Evolución del Número de Corredores de Seguros en el Ecuador

De acuerdo a lo que podemos ver En el cuadro (1); el número de agencias colocadoras de seguros en el transcurso de los años ha venido siendo cada vez más grande, a pesar de la disminución en 2009 de agencias asesoras de seguros en un 3.67% esta disminución no afecto al total de comisiones ganadas en el 2009 el mismo que se vio incrementado en un 7.81% dándonos a entender el crecimiento de los seguros en el Ecuador.

Con esta información podemos concluir que el mercado de seguros ha venido creciendo desde el año 2005 hasta la fecha, lamentablemente hasta el momento la Superintendencia de Bancos solo ofrece información hasta el 2009, no ofrece de años posteriores para que la información y el estudio sea completo; a pesar, de esta falta de información vemos que el mercado de seguros en general ha crecido ya que de la misma forma que crecen las agencias colocadoras también crecen las compañías de seguros, unas más que otras.

Por otro lado también tenemos las compañías de seguros que con el paso de los años han venido fundándose o desapareciendo o cambiando de nombre, pero con el paso de los años y la reactivación económica hemos visto que los niveles han regresado a la normalidad. La información detallada anteriormente la podemos comprobar revisando la siguiente información estadística que la Superintendencia de Bancos nos ofrece:

Evolución del Número de Corredores de Seguros en el Ecuador

Cuadro (2)

Año	No de Aseguradoras	Prima Neta Recibida
2005	36	532,110,472.77
2006	38	604,800,554.49
2007	40	666,188,124.72
2008	40	875,779,520.02
2009	42	942,561,989.65
2010	43	1,107,593,045.85

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaborado por: El Autor.

Comparando esta última información Cuadro (2); con la detallada anteriormente, referente al número de agencias asesoras y colocadoras de seguros, podemos determinar que el porcentaje de comisión promedio que las aseguradoras pagan a las agencias o a los agentes de seguros es el 12% (Comisiones Ganadas / Prima recibida). Tomando en consideración este 12% de comisión promedio, podemos concluir que para el año 2010 el Total de Comisiones Ganadas por todas las agencias colocadoras de seguros y/o agentes de seguros a nivel nacional será de US\$ 132.911.165,50 incrementando el 17% con respecto al año 2009, comprobando una vez más que el sistema de seguros mantiene un crecimiento sostenido en el tiempo.

Primas Pagadas de seguros por ramo.

Como podemos ver en el cuadro (3); en el año 2010 el ramo con mayor demanda es el ramo de Vehículos, que genero primas por \$ 287,920,221.39 millones de dólares con una demanda del 26% sobre los otros ramos siendo el primer más cotizado en el mercado ecuatoriano.

El segundo ramo con mayor demanda fue el de vida en grupo el mismo que genero primas por \$ 162,973,924.66 millones de dólares con una demanda del 14.71% sobre los otros ramos siendo el segundo más cotizado en el mercado ecuatoriano.

El tercer ramo más vendido fue el de Incendio y líneas aleadas con \$90,144,451.05 millones de dólares con una demanda del 8.14% sobre los otros ramos siendo el tercer más cotizado en el mercado ecuatoriano.

Adicionalmente en este cuadro podemos ver que los ramos de seguros con primaje mas alto son los de accidentes personales con el 7.79% de demanda y el ramo de transporte con el 5.23% de demanda; siendo estos los más cotizados en el mercado ecuatoriano.

Es importante recalcar que dentro de los ramos más cotizados por el mercado ecuatoriano; son los ramos en los cuales este proyecto se va a enfocar para ofertar seguros.

Total Generado por Ramos del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2010 Cuadro (3)

Detalle	Total	%
Otros riesgos técnicos	-	-
Seriedad de oferta	281,694.05	0.03%
Obras civiles terminadas	509,354.17	0.05%
Pérdida de beneficio por rotura de maquinaria	728,011.08	0.07%
Crédito interno	953,569.69	0.09%
Lucro cesante a consecuencia de riesgos catastróficos	984,949.08	0.09%
Ejecución de obra y buena calidad de materiales	1,571,368.30	0.14%
Agropecuario	1,719,457.42	0.16%
Otras garantías	1,937,190.55	0.17%
Crédito a las exportaciones	2,094,127.13	0.19%

Detalle	Total	%
Todo riesgo petrolero	3,674,769.13	0.33%
Montaje de maquinaria	3,756,584.78	0.34%
Bancos e instituciones financieras (BBB)	3,795,150.05	0.34%
Dinero y valores	5,002,221.86	0.45%
Lucro cesante a consecuencia de incendio y líneas aliadas	6,622,171.46	0.60%
Fidelidad	6,647,980.95	0.60%
Garantías aduaneras	6,739,597.12	0.61%
Multirisgo	10,638,124.90	0.96%
Equipo y maquinaria de contratistas	10,876,210.03	0.98%
Riesgos especiales	11,898,114.91	1.07%
Robo	14,438,106.01	1.30%
Todo riesgo para contratistas	14,893,891.18	1.34%
Rotura de maquinaria	16,042,693.67	1.45%
Vida individual	18,412,409.89	1.66%
Equipo electrónico	19,676,566.29	1.78%
Marítimo	21,946,039.16	1.98%
Cumplimiento de contrato	24,480,170.45	2.21%
Riesgos catastróficos	27,114,068.40	2.45%
Responsabilidad civil	30,060,461.27	2.71%
Asistencia médica	31,421,169.01	2.84%
Aviación	33,539,160.06	3.03%
Buen uso de anticipo	43,958,218.62	3.97%
Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito – SOAT	46,036,893.19	4.16%
Transporte	57,873,168.01	5.23%
Accidentes personales	86,230,786.88	7.79%
Incendio y líneas aliadas	90,144,451.05	8.14%
Vida en grupo	162,973,924.66	14.71%
Vehículos	287,920,221.39	26.00%
Total general	1,107,593,045.85	100%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaborado por: El autor.

Primas Pagadas a las Aseguradoras

Como podemos ver en el cuadro (4); en el año 2010 la aseguradora que mas primas recibió fue QBE Colonial; que recibió primas por \$ 136,025,554.41 millones de dólares teniendo un incremento en relación al año 2009 del 25% en el aumento de su producción, siendo la aseguradora líder en el mercado de seguros.

La segunda aseguradora con mayor producción en el año 2010 fue Seguros Sucre que recibió primas por el valor de \$ 81,852,578.91 millones de dólares teniendo un incremento en relación al año 2009 del 56% en el aumento de su producción.

La Tercera aseguradora con mayor producción en el año 2010 fue Seguros Equinoccial que recibió primas por el valor de \$ 78,791,135.69 millones de dólares teniendo un incremento en relación al año 2009 del 7% en el aumento de su producción.

Adicionalmente en este cuadro podemos ver que las primas recibidas por cada compañía de seguros han crecido en porcentajes considerables en relación a años anteriores; esto nos indica la concientización de la gente sobre adquirir seguros y también podemos determinar el posicionamiento de las aseguradoras en el mercado ecuatoriano, esta información es importante ya que podemos determinar el grado de confiabilidad que tienen los clientes con las distintas aseguradoras.

En el cuadro también podemos ver la entrada de nuevos competidores al mercado de los seguros los mismos que han recibido una cantidad razonable en primas de seguros en el año 2010; todas estas firmas aseguradoras son potenciales socios estratégicos de la Agencia Asesora Productora de Seguros.

PRIMA NETA PAGADA (RECIBIDA) POR COMPAÑÍA ASEGURADORA Cuadro (4)

COMPAÑÍA	dic-06	dic-07	dic-08	dic-09	dic-10	Incremento Dic09- Dic10
PRIMMA	209,971.29	362,848.24	568,499.06	560,484.80	477,350.42	-15%
COFACE S.A.					1,287,175.30	0%
LONG LIFE SEGUROS	-	-	-	174,458.74	1,603,102.46	819%
CAUCIONES S.A.				368,003.23	2,081,964.78	466%
COLON	1,920,200.48	2,045,605.14	2,928,885.55	2,933,716.45	2,703,998.62	-8%
LATINA VIDA	1,357,857.06	1,807,592.41	3,303,141.64	4,633,090.63	4,011,605.28	-13%
BALBOA	2,268,616.43	2,945,790.46	6,036,184.05	5,395,414.28	5,336,138.51	-1%
BUPA	1,438,749.77	1,969,309.30	2,817,599.68	3,256,231.39	5,410,101.45	66%
BMI	3,278,536.95	3,737,368.28	3,899,479.87	4,677,119.99	6,007,967.43	28%
CONSTITUCION	4,276,690.80	3,720,206.38	8,572,101.95	9,761,212.86	6,123,713.67	-37%
TOPSEG	-	815,491.27	5,300,997.85	5,700,478.26	6,927,098.91	22%
CENSEG	1,776,103.88	3,573,064.89	8,093,537.91	10,031,763.40	7,790,319.99	-22%
CONDOR	8,701,841.35	10,045,866.46	10,829,122.59	9,606,605.07	8,256,331.97	-14%
VAZ SEGUROS	4,610,561.98	5,431,152.02	6,757,629.93	7,198,694.31	8,382,836.92	16%
COLVIDA	4,680,596.29	5,617,361.47	7,768,142.39	8,945,102.18	9,300,622.35	4%
SWEADEN	-	48,940.99	4,346,502.79	8,100,501.25	9,448,981.37	17%
PORVENIR	2,887,701.97	6,002,687.31	10,286,088.81	10,251,771.32	9,549,655.24	-7%
LA UNION	9,353,499.98	10,014,647.81	12,042,997.40	13,669,984.08	12,195,965.81	-11%
CONFIANZA	7,558,524.68	8,313,055.88	14,778,633.81	15,582,971.55	16,048,910.43	3%
COOPSEGUROS	14,720,665.74	14,447,179.63	19,028,023.47	15,912,359.70	16,985,063.86	7%
ALIANZA	10,445,175.16	11,870,058.24	17,219,165.90	17,815,328.86	17,670,942.07	-1%
ROCAFUERTE	17,778,352.59	19,645,777.98	13,759,240.76	7,672,523.53	17,677,349.77	130%
CERVANTES	11,762,550.60	12,454,150.95	15,861,984.82	15,524,186.42	17,792,499.28	15%
HISPANA	12,176,327.77	15,779,326.20	20,567,103.27	22,181,757.07	18,473,048.23	-17%
INTEROCEANICA	26,361,075.92	20,463,968.78	30,638,822.28	22,830,452.50	21,111,974.01	-8%
GENERALI	13,969,585.50	17,157,622.88	21,053,469.79	23,367,952.89	25,599,338.27	10%
ORIENTE	10,486,261.06	11,579,722.09	21,195,087.25	23,889,197.44	25,631,771.14	7%
ECUATORIANO SUIZA	14,754,700.46	14,246,067.72	20,789,471.42	22,001,953.83	26,018,088.49	18%
PAN AMERICAN LIFE	18,892,096.70	20,387,651.87	22,300,600.43	21,597,914.11	28,554,445.44	32%
BOLIVAR	25,904,724.76	25,821,195.55	28,067,518.57	24,587,779.66	31,158,383.02	27%
ASEGURADO DEL SUR	21,400,773.20	21,336,079.85	24,641,166.69	27,424,680.77	32,219,375.20	17%
LATINA SEGUROS	25,016,661.73	24,081,231.37	38,234,685.37	37,499,092.59	34,978,182.93	-7%
EQUIVIDA	14,119,695.04	17,249,660.30	25,268,622.38	34,209,540.08	36,533,978.90	7%
MAPFRE ATLAS	21,013,241.87	22,410,203.61	27,841,659.69	36,005,644.43	40,058,355.17	11%
PICHINCHA	16,512,284.12	21,867,186.76	31,391,200.42	37,682,547.10	41,679,490.02	11%
UNIDOS	20,675,574.79	24,561,519.89	29,574,326.59	32,938,036.08	43,723,811.63	33%

COMPAÑÍA	dic-06	dic-07	dic-08	dic-09	dic-10	Incremento Dic09- Dic10
PANAMERICANA DEL ECUADOR	27,031,997.95	27,701,405.90	41,959,481.94	37,289,836.02	47,236,829.78	27%
AIG METROPOLITANA	33,489,653.79	39,732,894.79	50,166,554.88	41,828,949.64	54,578,990.36	30%
ACE	38,184,759.32	38,251,051.56	42,513,157.54	42,476,235.43	54,914,135.06	29%
RIO GUAYAS	19,928,127.16	24,252,290.60	31,419,807.42	41,413,888.84	55,383,883.30	34%
EQUINOCCIAL	58,561,245.61	62,856,042.25	73,586,580.64	73,930,725.50	78,791,135.69	7%
SUCRE	11,196,911.31	13,511,794.22	19,482,140.06	52,507,042.13	81,852,578.91	56%
COLONIAL	66,098,659.43	78,073,053.42	100,890,103.16	109,126,761.24	136,025,554.41	25%
Total general	604,800,554.49	666,188,124.72	875,779,520.02	942,561,989.65	1,107,593,045.85	18%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaborado por: El Autor.

Primas Pagadas por ramos más demandados

Ramo de Vehículos:

Como podemos ver en el cuadro (5); en el año 2010 la aseguradora que mas primas recibió en el ramo de vehículos fue QBE Colonial; que recibió primas por \$ 39,791,962.01 millones de dólares teniendo un incremento en relación al año 2009 del 13% en el aumento de su producción, siendo la aseguradora líder en el mercado de seguros en este ramo; seguida por Seguros Equinoccial que recibió \$32,897,402.33 con incremento en relación al 2009 del 20%, seguida de Rio Guayas que recibió \$ 20,982,007.13 con un incremento del 14% en relación al año 2009.

En total el año 2010 tuvo un incremento importante en el ramo de vehículos; en comparación del año 2009 con un Incremento del 16% Con un total de primas recibidas por \$ 287,920,221.39 siendo el ramo más cotizado en ese año.

Ramo de Vida en Grupo:

En el año 2010 la aseguradora que mas primas recibió en el ramo de vida en grupo fue Seguros del Pichincha; que recibió primas por \$ 31,885,900.33 millones de dólares teniendo un incremento en relación al año 2009 del 10% en el aumento de su producción, siendo la aseguradora líder en el mercado de seguros en este ramo; seguida por Equivida que recibió \$ 21,848,784.85 con incremento en relación al 2009 del 2%, seguida de Seguros Sucre que recibió \$ 14,735,003.63 con un incremento del 130% en relación al año 2009.

En total el año 2010 tuvo un incremento importante en el ramo de vida en grupo; en comparación del año 2009 con un Incremento del 16% Con un total de primas recibidas por \$ 162,973,924.66 siendo el segundo ramo más cotizado en ese año.

Ramo de Incendio y líneas Aleadas

En el año 2010 la aseguradora que mas primas recibió en el ramo de Incendio y líneas aleadas fue AIG Metropolitana; que recibió primas por \$ 9,934,812.92 millones de dólares teniendo un incremento en relación al año 2009 del 7% en el aumento de su producción, siendo la aseguradora líder en el mercado de seguros en este ramo; seguida por QBE Colonial que recibió \$ 9,466,264.81 con incremento en relación al 2009 del 18%, seguida de Mapfre Atlas que recibió \$ 9,338,393.58 con un incremento del 11% en relación al año 2009.

En total el año 2010 tuvo un incremento importante en el ramo de Incendio y líneas aleadas; en comparación del año 2009 con un Incremento del 18% Con un total de primas recibidas por \$ 90,144,451.05 siendo el tercer ramo más cotizado en ese año.

Los ramos accidentes personales y transporte ocupan el cuarto y quinto lugar respectivamente; el primero de estos tuvo un crecimiento en el 2010 del 41% un porcentaje bastante significativo en ese año con primas recibidas por \$ 86,230,786.88; siendo Ace Seguros la aseguradora que mas producción tuvo en este año con primas recibidas por \$ 28,009,598.45; en el ramo de transporte en el año 2010 se observa un crecimiento del 9% con respecto al 2009; la aseguradora líder en este ramo es Ace Seguros con una producción de \$ 7,130,254.55.

Como podemos ver en estos análisis la aseguradora Ace Seguros lidera el mercado no solo en el porcentaje de primas recibidas; si no también dentro de los primeros cinco ramos más cotizados, siendo líder indiscutible en el mercado asegurados ecuatoriano.

Cuadro 5

PRIMA NETA PAGADA (RECIBIDA) POR COMPAÑÍA Y RAMO

RAMO – RIESGO

COMPAÑÍA	Vehículos		Diferencia % dic-09 a dic-10	Vida en Grupo		Diferencia % dic-09 a dic-10	Incendio y líneas aleadas		Diferencia % dic-09 a dic-10
	dic-09	dic-10	%	dic-09	dic-10	%	dic-09	dic-10	%
ACE	990,990.14	1,153,014.82	16%	2,376,669.53	2,631,846.11	11%	8,015,597.59	8,473,314.81	6%
AIG METROPOLITANA	10,256,011.46	11,497,560.02	12%	5,041,078.70	7,998,513.38	59%	9,313,242.63	9,934,812.92	7%
ALIANZA	7,266,674.02	7,762,878.32	7%	-	-		1,874,160.42	1,581,450.62	-16%
ASEGURADO DEL SUR	16,303,851.20	20,103,867.55	23%	-	-		483,598.54	673,658.55	39%
BALBOA	181,468.44	132,449.84	-27%	-	-		78,553.83	126,193.34	61%
BMI	-	-		4,677,119.99	6,007,967.43	28%	-	-	
BOLIVAR	16,625,078.35	19,927,540.80	20%	2,104,146.33	3,479,929.06	65%	1,053,603.41	1,136,794.17	8%
BUPA	-	-		-	-		-	-	
CAUCIONES S.A.	-	-		-	-		-	-	
CENSEG	3,047,446.84	2,350,797.80	-23%	-	-		396,202.77	596,515.49	51%
CERVANTES	1,497,985.90	2,258,464.53	51%	1,810,176.53	2,252,451.06	24%	2,080,880.28	2,680,125.43	29%
COFACE S.A.		-			-			-	
COLON	-	-		-	-		-	-	
COLONIAL	35,234,830.09	39,791,962.01	13%	-	-		7,988,446.18	9,466,264.81	18%
COLVIDA	-	-		4,619,366.65	5,000,799.82	8%	-	-	
CONDOR	1,872,125.78	2,213,953.35	18%	-	-		720,685.42	520,477.04	-28%
CONFIANZA	-	-		-	-		-	-	
CONSTITUCION	2,325,381.73	2,274,584.99	-2%	2,033,428.07	708,489.71	-65%	291,134.62	293,584.74	1%
COOPSEGUROS	3,309,380.62	3,031,642.98	-8%	6,931,523.12	7,574,585.87	9%	490,043.74	683,789.86	40%

	Vehículos		Diferencia % dic-09 a dic-10	Vida en Grupo		Diferencia % dic-09 a dic-10	Incendio y líneas aleadas		Diferencia % dic-09 a dic-10
ECUATORIANO SUIZA	6,272,303.83	7,489,276.85	19%	2,006,190.41	3,323,990.78	66%	1,987,335.68	541,771.83	-73%
EQUINOCCIAL	27,424,563.30	32,897,402.33	20%	134,401.35	117,640.61	-12%	5,282,448.31	6,632,040.61	26%
EQUIVIDA	-	-		21,502,747.78	21,848,784.85	2%	-	-	
GENERALI	6,992,297.17	8,265,814.08	18%	5,637,980.26	6,327,783.84	12%	3,786,045.59	4,377,365.59	16%
HISPANA	8,756,990.08	7,737,419.95	-12%	4,727,963.63	3,935,683.14	-17%	1,051,944.91	792,975.87	-25%
INTEROCEANICA	4,764,980.08	4,417,340.44	-7%	3,512,540.51	4,106,656.29	17%	797,685.10	1,339,857.95	68%
LA UNION	1,571,192.55	1,213,239.31	-23%	139,941.71	86,174.17	-38%	2,637,344.68	1,271,849.67	-52%
LATINA SEGUROS	16,833,083.78	17,181,692.41	2%	-	-		2,696,284.84	1,252,429.76	-54%
LATINA VIDA	-	-		4,117,123.08	2,741,206.13	-33%	-	-	
LONG LIFE SEGUROS	-	-		174,458.74	1,603,102.46	819%	-	-	
MAPFRE ATLAS	5,878,664.58	6,789,285.87	15%	3,303,122.69	3,582,021.47	8%	8,392,221.12	9,338,393.58	11%
ORIENTE	8,696,865.21	10,057,219.57	16%	-	-		411,763.58	383,106.82	-7%
PAN AMERICAN LIFE	-	-		2,267,966.77	2,975,654.26	31%	-	-	
PANAMERICANA DEL ECUADOR	8,825,166.58	12,217,455.37	38%	8,325,423.76	8,766,820.84	5%	3,115,414.07	3,714,926.49	19%
PICHINCHA	-	-		28,934,621.90	31,885,900.33	10%	3,369,540.69	3,546,158.49	5%
PORVENIR	799,536.80	1,362,065.58	70%	4,883,741.65	4,556,294.95	-7%	319,906.40	194,319.27	-39%
PRIMMA	-	-		-	-		-	-	
RIO GUAYAS	18,453,855.66	20,982,007.13	14%	6,175,333.79	6,824,312.46	11%	3,567,069.32	5,768,366.01	62%
ROCAFUERTE	562,947.65	2,494,496.64	343%	4,403,399.99	4,429,262.99	1%	1,221,067.88	3,807,731.15	212%
SUCRE	5,981,941.99	9,759,049.73	63%	6,412,424.35	14,735,003.63	130%	2,348,978.19	8,319,463.44	254%
SWEADEN	4,931,429.36	5,975,323.37	21%	-	-		143,347.99	214,310.94	50%
TOPSEG	-	-		-	-		-	-	
UNIDOS	16,142,037.15	19,928,604.53	23%	3,873,988.98	5,473,049.02	41%	2,481,875.08	2,307,515.80	-7%
VAZ SEGUROS	5,825,740.01	6,653,811.22	14%	-	-		131,128.49	174,886.00	33%
Total general	247,624,820.35	287,920,221.39	16%	140,126,880.27	162,973,924.66	16%	76,527,551.35	90,144,451.05	18%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros

Elaborado por: El Autor.

2.3.1.3.- Mercado de Seguros.

“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.”⁷

Los mercados desde inicios del comercio se manejan de dos formas; por una parte está el ofertante en este caso la persona u entidad que ofrece un determinado bien o servicio y los demandantes quienes son las personas u entidades que están dispuestas a pagar por ese bien u servicio; poniendo en común las necesidades, deseos y recursos de los agentes que participan en él. En cada economía se quiere mantener siempre un punto de equilibrio entre la oferta y la demanda; que la cantidad de bienes u servicios se la misma que los demandantes están dispuestos a comprar.

Además de tener la capacidad económica; saber las motivaciones de consumo, hábitos de compra, opiniones sobre el servicio y de la competencia, su aceptación económica para adquirir el servicio que necesitan y requieren; hacer un estudio legal sobre las diferentes implicaciones que tendría el proyecto a la hora de su lanzamiento. En cuanto se analice este mercado podremos conocer si es posible realizar en el mismo las diferentes transacciones de intercambio.

En resumen podemos decir lo siguiente; el estudio de mercado pondrá en manifiesto, además de los agentes que operan en el mismo, otros aspectos muy interesantes como: las necesidades reales de las personas, diferencias psicológicas que existen entre los distintos grupos de compradores, su capacidad adquisitiva y su predisposición a comprar.

⁷ SAPAG CHAIN, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, 5ta. Edición, Editorial McGraw-Hill, México, 2008.

El mercado es más atractivo por su potencialidad que por su volumen actual.

Podemos definir que los ofertantes serán todas las industrias, compañías y los demandantes serán el mercado al que se quiere llegar con un bien o servicio.

El comportamiento global del mercado estará determinado por el poder adquisitivo de las personas, su necesidad real de comprar en un determinado momento.

En este caso de estudio los principales ofertantes serán las compañías de seguros con sus diversos productos y los demandantes serán todas las personas y empresas que en determinado momento sientan la necesidad de estar asegurados.

2.3.1.4.- Clasificación de los mercados en la actividad aseguradora.

Es importante determinar los diferentes tipos de mercado; con el fin de poder distinguir a quien van a ser ofrecidos nuestros servicios, de aquí dependerá el mercado asegurador al cual queremos llegar; por ende a este tipo de mercado se ofrecerá una cotización, se explicaran los riesgos, se receptaran las primas.

Existen distintos criterios en esta actividad para diferenciar los mercados en función de: su ámbito territorial, los aseguradores que operan y las características de los riesgos.

Por su ámbito territorial se puede diferenciar entre:

- **Mercado Rural.-** Se presenta en áreas no urbanas o pueblos de menos de 20.000 habitantes y pequeñas localidades.
- **Mercado Suburbano.-** Se presenta en núcleos urbanos dependientes o vinculados a las grandes ciudades y se le considera el mercado del futuro. La utilización masiva de uno o varios vehículos por familia, las mejores

comunicaciones y el deseo de vida más independiente creará un importante mercado de seguros.

- **Mercado Urbano.-** Existe en las zonas densamente pobladas.

Por los aseguradores que operan y participan en el mercado se distinguen:

- **Mutualidades.-** Constituyen la mayoría de los mercados de seguros, aunque existen pocas diferencias sustanciales entre compañías y mutuas.
- **Aseguradores Nacionales, Regionales y Locales.-** Normalmente las Sociedades Anónimas (salvo las pequeñas especializadas en ramos como enfermedad o entierro) operan en todo el territorio nacional. En cambio, las mutuas operan en ámbitos locales y regionales, aunque existen algunas de ámbito nacional cuya actuación técnica, administrativa y comercial.
- **Aseguradores Especializados.-** En algunos países esta diferenciación surgida, en parte, de la especialización básica exigida –generalmente- por la legislación sobre Seguros de Vida y Diversos, tiene gran importancia.

Por último, por las características de los riesgos pueden clasificarse en:

- **Agrícolas.-** que se desarrollan en sectores del campo sometidos a un alto proceso de concentración e industrialización (tales como grandes explotaciones agrícolas especializadas, zonas de riesgo y cooperativas).
- **Comerciales.-** referidos a seguros de pequeñas empresas.

- **Industriales.-** relacionados con los seguros contratados por las grandes empresas industriales con coberturas de Responsabilidad Civil derivada de productos o de Pérdida de Beneficios, Rotura de Maquinaria, etc.
- **Riesgos Personales.-** referidos a las personas que contratan seguros que les interesan individualmente, como cabezas de familia. Representan los grandes mercados del porvenir y se espera que crezcan de manera permanente y rápida, beneficiándose de la movilización y especialmente, de la automoción.

2.3.2.- Diseño del plan de investigación

Aparte de realizar un análisis financiero para determinar si el negocio es rentable o no, y un análisis legal para conocer los requerimientos y el proceso para abrir este tipo de empresa, la investigación comercial es de mucha importancia, porque además de ayudarnos a conocer el mercado y las oportunidades, nos ayudará a la toma correcta de decisiones. Para este análisis comercial, el estudio de mercado es una herramienta que nos permite conocer el mercado al que queremos ingresar con nuestra empresa, algunos de los aspectos de este nuevo negocio que queríamos conocer a través de este estudio serán:

Cliente:

- Sus motivaciones para obtener un seguro
- Su cultura actual de seguros
- Sus opiniones sobre la importancia del servicio
- Su aceptación en base a la relación de costo-beneficio

Este aspecto lo investigamos a través de las encuestas realizadas, que analizaremos en las próximas páginas.

El Producto:

- Los diferentes tipos de seguros individuales que podemos ofrecer
- El listado de los seguros individuales que vamos a ofrecer está detallado al final del capítulo.
- La industria y el mercado
- Participación de los asesores de seguros en el mercado actual
- Competencia dentro de la industria de seguros
- Crecimiento del mercado

Uno de los objetivos que nos planteamos era demostrar que en el Ecuador, y específicamente en el sector norte de la ciudad de Quito, no existe una cultura de seguros por lo que existe un campo sin explotar al cual nuestra Agencia Asesora Productora de Seguros podría atender. Para demostrar este punto realizaremos 150 encuestas, que nos ayudarán a confirmarlo.

Para llegar a determinar esta muestra se realizaron los siguientes análisis:

- **Tamaño de la Muestra.**

Al elegir una muestra se espera conseguir que sus propiedades sean extrapolables a la población. Este proceso permite ahorrar recursos, y a la vez obtener resultados parecidos a los que se alcanzarían si se realizase un estudio de toda la población.

Cabe mencionar que para que el muestreo sea válido y se pueda realizar un estudio adecuado (que consienta no solo hacer estimaciones de la población sino también estimar los márgenes de error correspondientes a dichas estimaciones), debe cumplir ciertos requisitos. Nunca podremos estar enteramente seguros de que el resultado sea una muestra representativa, pero si podemos actuar de manera que esta condición se alcance con una probabilidad alta.

En el muestreo, si el tamaño de la muestra es más pequeño que el tamaño de la población, se puede extraer dos o más muestras de la misma población. Al conjunto de muestras de la misma población. Al conjunto de muestras que se puede obtener de la población se denomina espacio muestral. La variable que se asocia a cada muestra su probabilidad de extracción, sigue la llamada distribución muestral.

Por tanto está basada en la confiabilidad que el proyecto demanda para su respectiva evaluación, este muestreo permitirá conocer el número exacto de personas que deberán ser encuestadas para hacer de la entrevista una información confiable y segura. Es necesario destacar que existen dos clases de muestras las probabilística y no probabilísticas.

- **Muestras Probabilísticas.-** Los métodos de muestreo probabilístico se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño n tienen la misma probabilidad de ser elegidas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son por lo tanto, los más recomendables.
- **Muestras no Probabilísticas.-** Para estudios exploratorios, el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso y se acude a métodos no probabilísticos, aun siendo conscientes de que no sirven para realizar generalizaciones, pues no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En general se seleccionan a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando que la muestra sea representativa.

Se puede concluir que la diferencia principal entre los dos muestreos se basa en que el probabilístico hace factible determinar el margen de error posible, mientras que el no probabilístico no ofrece esta posibilidad.

Después del breve análisis de las clases de muestras, se puede concluir que el tipo de muestreo más apropiado para este estudio es el no probabilístico, ya que así permitirá conocer los diferentes criterios de la población del sector de la ciudad de Quito, con la probabilidad de la existencia de un margen de error.

- **Muestreo**

Previamente se determinó que el mercado objetivo para las personas a ser encuestadas tiene una edad de entre los 20 a 64 años, sin segmentación económica debido a que el seguro de uno u otro ramo debería ser accesible a todo mundo, obteniendo que dentro de este grupo se encuentran 213.544 número de Habitantes en el sector norte de la ciudad de Quito, dándonos así esta muestra:

n = 150 (Encuestas)

Para llegar a esta muestra se tomó en cuenta lo siguiente:

1. Identificación del Mercado Global

Para determinar el mercado global se tomará en cuenta la zona con un número de personas considerable; en este caso la ciudad de Quito.

Es por esto que hemos centrado nuestro estudio en la provincia de Pichincha la misma que cuenta con una población de 2,796,838 habitantes según el último censo poblacional 2010 (Cuadro 6)⁸; los mismos que están divididos en 1,985,981 habitantes ubicados en la zona urbana (Quito) y 810,857 habitantes ubicados en la zona rural según (Cuadro

⁸ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. [<http://www.inec.gov.ec>], **Población del Ecuador**

7)⁹; para este estudio solo se tomaran en cuenta las personas ubicadas en el sector urbano y pertenecientes al sector norte de la ciudad de Quito.

Al tratarse de un gran número de habitantes se considero que sector es el que tiene mayor capacidad adquisitiva es por esto que para este estudio tomaremos el sector norte de la capital de Ecuador.

Tomando en cuenta esto se ha podido determinar que el número de habitantes que residen en el sector norte de la ciudad de Quito es de 393.616 habitantes (Cuadro 8)¹⁰; de los cuales 169.993 habitantes (Cuadro 9)¹¹ están económicamente activos en el sector norte de la ciudad de Quito; de los cuales entre los rangos de edad comprendidos entre los 20 a 64 años tenemos 213.544 habitantes (Cuadro 10)¹².

2. Mercado Objetivo

Para el mercado objetivo tomaremos en cuenta a las personas que vivan en el sector norte de la ciudad de Quito, con una edad comprendida entre los 20 a 64 años de edad sin segmentación económica ya que los seguros deben ser accesibles en una u otra forma, siendo en total 213.544 habitantes, siendo este el porcentaje de 54.25% de la población del sector norte de la ciudad de Quito.

La razón por la cual se segmento de esta manera el mercado es la siguiente:

- Al tomar en cuenta a personas de 20 a 64 años de edad se pensó que sin el segmento de mercado que deberíamos tomar debía ser sin segmentación económica debido a que el seguro de uno u otro ramo debería ser accesible a todo mundo.

⁹ <http://www.inec.gov.ec>]; **Demografía**

¹⁰ <http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>

¹¹ <http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>

¹² <http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>

- Son personas que tienen cierto grado de concientización sobre los que es un riesgo y entenderían mejor el porqué lo deben prevenir.
- Son personas que están en plena capacidad de decidir qué es lo mejor para ellos y cuanto estarían dispuestos a pagar por lo mismo.

Este Proyecto tiene la finalidad de beneficiar a los bachilleres, a los estudiantes universitarios, a ejecutivos de las empresas y personas en general, para esto es conveniente ofrecer una muy buena cobertura a una tasa baja; además de una asesoría personalizada desde el principio de su póliza hasta el fin de la misma; brindándoles una asesoría personalizada en el caso de un siniestro garantizándoles que los mismos serán indemnizados en el corto plazo.

Cuadro No 6

PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR PROVINCIAS, SEGÚN GRUPOS DE EDAD; PERÍODO 2001 - 2010

AÑO 2010

GRUPOS DE EDAD	P R O V I N C I A S											ZONAS
	LOS RIOS	MANABÍ	MORONA SANTIAGO	NAPO	PASTAZA	PICHINCHA	TUNGU-RAHUA	ZAMORA CHINCHIPE.	GALÁPAGOS	SUCUMBIOS	ORELLANA	NO DELIMITADAS
TOTALES	780,443	1,366,173	137,254	102,775	81,417	2,796,838	528,613	88,778	24,366	177,561	120,781	93,260
< 1 año	16,522	30,559	4,210	2,989	2,175	51,544	9,633	2,396	465	4,060	3,641	2,130
1 - 4	66,101	114,293	15,809	11,060	8,134	206,717	38,678	9,991	1,795	16,958	12,963	9,141
5 - 9	80,784	142,852	18,675	13,673	10,047	260,060	51,871	11,694	1,979	20,842	15,542	10,896
10 - 14	80,666	145,718	17,611	12,555	8,990	260,672	52,573	11,489	1,847	19,379	14,219	10,637
15 - 19	74,501	131,036	15,023	10,795	8,862	272,108	51,241	9,471	2,035	17,422	11,967	9,461
20 - 24	72,634	121,731	10,467	9,114	7,001	277,075	47,319	6,637	2,414	16,637	11,216	8,136
25 - 29	65,937	111,997	9,802	8,306	6,587	256,410	42,848	5,816	2,724	16,137	10,417	7,394
30 - 34	58,751	101,621	8,435	6,779	5,669	224,443	38,385	5,562	2,572	13,680	8,695	6,636
35 - 39	51,302	87,392	7,483	5,973	5,063	200,354	34,804	4,962	2,267	12,446	7,900	5,843
40 - 44	45,415	77,960	6,363	5,113	4,284	178,390	30,560	4,313	1,734	9,796	6,276	5,067
45 - 49	39,227	69,531	5,215	4,168	3,458	150,392	27,095	3,736	1,262	8,070	4,992	4,330
50 - 54	33,861	59,422	4,548	3,551	2,992	124,405	24,669	3,418	971	6,317	3,974	3,713
55 - 59	28,071	48,141	4,272	2,830	2,507	103,390	21,756	2,947	775	5,140	3,159	2,963
60 - 64	21,121	36,685	3,121	2,020	1,819	71,527	16,814	2,017	518	3,607	2,208	2,279
65 - 69	15,604	28,918	2,110	1,433	1,302	54,745	13,291	1,572	356	2,455	1,442	1,632
70 - 74	12,194	22,655	1,741	1,014	1,036	43,919	10,898	1,079	245	1,791	938	1,215
75 - 79	8,446	17,304	1,083	703	744	31,638	8,712	789	208	1,193	610	830
80 y más	9,306	18,358	1,286	699	747	29,049	7,466	889	199	1,631	622	957

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. [<http://www.inec.gov.ec>].

Cuadro No7

**ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR ÁREAS Y AÑOS CALENDARIO, SEGÚN PROVINCIAS Y CANTONES
PERÍODO 2001 – 2010**

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
PICHINCHA	2,720,764	1,936,195	784,569	2,758,629	1,960,931	797,698	2,796,838	1,985,981	810,857
QUITO	2,093,458	1,579,186	514,272	2,122,594	1,599,361	523,233	2,151,993	1,619,791	532,202
CAYAMBE	82,093	35,993	46,100	83,235	36,453	46,782	84,388	36,919	47,469
MEJIA	71,557	14,071	57,486	72,553	14,251	58,302	73,557	14,433	59,124
PEDRO MONCAYO	29,122	6,892	22,230	29,527	6,980	22,547	29,937	7,069	22,868
RUMIÑAHUI	74,963	64,092	10,871	76,006	64,910	11,096	77,059	65,740	11,319
SANTO DOMINGO	326,581	225,503	101,078	331,126	228,384	102,742	335,712	231,302	104,410
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	12,194	3,440	8,754	12,364	3,484	8,880	12,535	3,528	9,007
PEDRO VICENTE MALDONADO	11,339	4,439	6,900	11,496	4,496	7,000	11,656	4,554	7,102
PUERTO QUITO	19,457	2,579	16,878	19,728	2,612	17,116	20,001	2,645	17,356

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. [<http://www.inec.gov.ec>].

Cuadro 8

**PROYECCION DE LA POBLACION DE LA ADMINISTRACION ZONAL EUGENIO ESPEJO SECTOR NORTE DE QUITO
POR 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 ADMINISTRACION		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	-	40,003	-	35,001	-	29,557	-	23,926	-
MARISCAL SUCRE	U	18,801	15,841	-1.5	-16	14,569	1.6	12,843	2.1	10,999	2.6	9,094	3.3	7,210	4.1
IÑAQUITO	U	40,792	42,251	0.3	4	41,869	-	40,492	-	38,025	-	34,455	-	29,919	-
RUMIPAMBA	U	28,735	30,318	0.5	6	30,247	2.1	29,501	2.5	27,940	3.1	25,534	3.7	22,364	4.5
JIPIJAPA	U	31,938	35,646	1.0	12	36,303	-	36,337	-	35,326	-	33,145	-	29,810	-
COCHAPAMBA	U	27,557	44,613	4.5	62	52,207	0.2	62,469	0.7	72,966	1.2	82,692	2.0	90,333	2.8
CONCEPCION	U	40,667	37,357	-0.8	-8	35,441	0.1	32,464	0.5	28,878	1.1	24,789	1.8	20,395	2.6
KENNEDY	U	67,298	70,227	0.4	4	69,781	0.5	67,717	0.0	63,810	0.6	58,018	1.3	50,554	2.1
SAN ISIDRO DEL INCA	U	12,675	28,720	7.7	127	38,263	4.0	54,393	3.7	76,331	3.2	105,226	2.5	141,750	1.8
NAYON	AE	5,767	9,693	4.8	68	11,506	-	14,027	-	16,708	-	19,329	-	21,577	-
ZAMBIZA	AE	2,297	2,944	2.3	28	3,155	1.3	3,371	1.7	3,500	2.3	3,512	3.0	3,382	3.8
							0.2		0.6		1.2		1.9		2.7

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ

Cuadro 9

Población económicamente activa en el sector norte de la Ciudad de Quito

EMPLEO, ADMINISTRACION ZONAL EUGENIO ESPEJO SEGUN PARROQUIAS

DESCRIPCION		TOTAL ADMINISTRACION	PARROQUIAS										
			BELISARIO QUEVEDO	MARISCAL SUCRE	IÑAQUITO	RUMIPAMBA	JIPIJAPA	COCHAPAMBA	CONCEPCION	KENNEDY	SAN ISIDRO DEL INCA	NAYON ⁽¹⁾	ZAMBIZA ⁽¹⁾
Población Económicamente Activa (PEA)	Hombres	94,393	11,819	4,176	11,398	7,801	9,246	11,827	9,169	18,002	7,579	2,577	799
	Mujeres	75,600	9,857	3,729	9,864	7,135	7,810	7,599	8,311	14,501	4,676	1,693	425
	Total	169,993	21,676	7,905	21,262	14,936	17,056	19,426	17,480	32,503	12,255	4,270	1,224

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ

Cuadro 10

POBLACION POR EDAD Y SEXO DEL SECTOR NORTE DE QUITO

BARRIO SECTOR	20 a 24	25 a 29	30 a 34	35 a 39	40 a 44	45 a 49	50 a 54	55 a 59	60 a 64	Total		
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Hombre	Mujer	Total
EUGENIO ESPEJO												
MARISCAL SUCRE	1,748	1,533	1,324	1,150	1,078	979	858	641	476	4,578	5,209	9,787
BELISARIO QUEVEDO	5,512	4,386	3,702	3,498	3,085	2,568	2,109	1,472	1,158	12,731	14,759	27,490
IÑAQUITO	4,120	3,934	3,428	3,183	2,929	2,622	2,448	1,922	1,664	12,029	14,221	26,250
RUMIPAMBA	2,961	2,525	2,290	2,256	2,149	1,997	1,841	1,409	1,108	8,271	10,265	18,536
JIPIJAPA	3,972	3,433	2,896	2,578	2,443	2,011	1,700	1,245	1,055	9,786	11,547	21,333
COCHAPAMBA	5,004	4,001	3,621	3,238	2,670	1,873	1,560	1,130	824	11,543	12,378	23,921
CONCEPCION	3,814	3,409	3,039	2,721	2,514	2,131	1,929	1,645	1,315	10,087	12,430	22,517
KENNEDY	8,001	7,105	6,166	5,509	4,813	3,908	3,578	2,778	2,233	20,444	23,647	44,091
SAN ISIDRO DEL INCA	2,712	2,202	1,969	1,750	1,363	1,060	842	552	357	6,194	6,613	12,807
NAYON	989	799	744	657	613	475	409	300	230	2,552	2,664	5,216
ZAMBIZA	315	263	212	207	178	143	123	79	76	786	810	1,596
Total General	39,148	33,590	29,391	26,747	23,835	19,767	17,397	13,173	10,496	99,001	114,543	213,544

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMPT-MDMQ

3.- Calculo de la Muestra:

$$n = \frac{N * (Z^2) (Pm) * (Qm)}{(Z^2) (Pm) (Qm) + (N-1) (Pm-P)^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la Muestra

N= Población

Pm= Probabilidad de que suceda

Qm= Probabilidad de que no suceda

Z= Nivel de Confianza que se adopta (95%)

P= Proporción de la Población

Pm-P= Error muestral de la población (Ep) = 8%

Universo: 213.544 Personas del sector Norte de la Ciudad de Quito.

Unidad de muestreo: Personas

Calculo:

N= 213.544

Pm = 0.50

Qm = 0.50

Z = 1.96

$$n = \frac{213.544 * (1.96^2) (0.50) * (0.50)}{(1.96^2) (0.50) (0.50) + (213.544-1) (0.08)^2}$$

n= 150

Con este resultado podemos determinar que el número de encuestas a realizarse serán de 150.

2.3.2.1.- Formato del cuestionario

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación de una Empresa asesora productora de seguros en la ciudad de Quito.

Agradecemos por dar la información requerida en esta encuesta de fines académicos, y aseguramos su confidencialidad de la información proporcionada.

DATOS INFORMATIVOS:

Fecha:_____ Edad:_____ Sector donde vive:_____

Nivel de instrucción:

Primaria () Secundaria () Superior () Postgrado ()

INSTRUCCIONES:

*Agradecemos dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad las diversas preguntas del cuestionario, lo cual nos permitirá un acercamiento a la realidad actual.

* Favor colocar una X en la respuesta seleccionada.

1. ¿Conoce usted lo que es un seguro?

Si ()

No ()

2. ¿Actualmente cuenta con un seguro?

Si ()

No ()

3. Si su respuesta fue **sí**; ¿Por qué medio lo adquirió?

Recomendación ()

Publicidad ()

Oferta de servicios. ()

Por Internet. ()

4. Si su respuesta fue **no**; ¿Por qué no tiene seguros al momento?

No es Importante ()

No Propuesto ()

Muy Caro ()

Otra Razón -----

5. ¿Le parece importante tener seguros?

Sí ()

No ()

6. ¿En el caso de contratar un seguro le gustaría estar asesorado para saber cuál es la mejor opción para usted?

Si ()

No ()

7. ¿Conoce las funciones de un Broker de Seguros?

Si ()

No ()

8. ¿Tiene Seguro de Vida?

Si ()

No ()

9. ¿Tiene Seguro de Asistencia Médica?

Si ()

No ()

10. ¿Tiene Seguro de Vehículos?

Si ()

No ()

11. ¿Tiene Seguro de Accidentes personales?

Si ()

No ()

12. ¿Cree que el tener un seguro es un gasto o una inversión?

Gasto ()

Inversión ()

13. ¿Cuál de los siguientes atributos le harían decidirse por un seguro?

Costo ()

Cobertura ()

Buen Servicio ()

14. ¿De acuerdo a sus necesidades; ¿Contrataría una póliza de seguro?

Si ()

No ()

15. ¿Si su respuesta fue sí; ¿Con cuál de las siguientes aseguradoras contrataría un seguro?

Colonial ()

Equinoccial ()

Seguros Oriente ()

Equivida ()

BMI del Ecuador ()

Pan American Life ()

Otras _____

2.3.2.2.- Tabulación y análisis de datos

Uno de los objetivos que nos planteamos era demostrar que en el Ecuador, y específicamente en Quito, no existe una cultura de seguros por lo existe un campo sin explotar al cual nuestra Agencia asesora productora de seguros podría atender. Para demostrar este punto realizamos 150 encuestas, que nos ayudaron a confirmarlo. Nuestra muestra la tomamos a partir de los 20 a 64 años de edad y sin segmentación socio-económica debido a que el seguro de uno u otro ramo debería ser accesible a todo mundo.

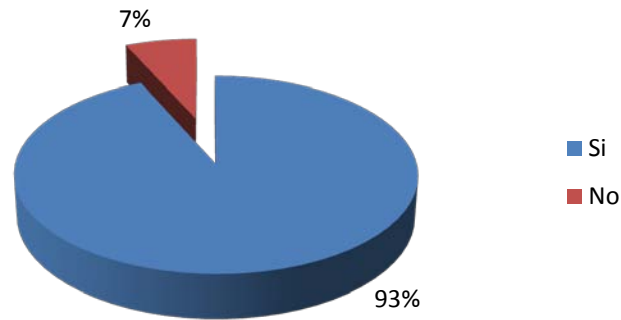
Preguntas:

1. ¿Conoce usted lo que es un seguro?

Si = 140

No = 10

1. ¿Conoce usted lo que es un seguro?



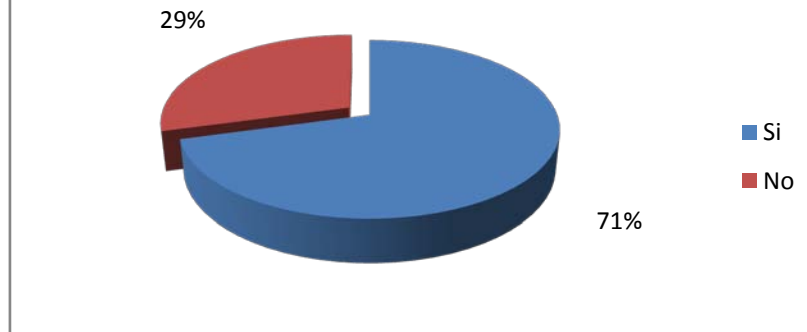
El 93% de nuestra muestra conoce lo que es un seguro, mientras que el 7% restante no conoce lo que significa específicamente un seguro; pero saben que significa en términos generales; esto nos demuestra que un alto grado de conocimiento por parte de las personas sobre lo que es un seguro, la respuesta a esta pregunta no implica que las personas cuenten con un seguro; con esta pregunta queremos identificar el grado de conocimiento de las personas sobre lo que es un seguro y lo que esto implica.

2. ¿Actualmente cuenta con un seguro?

Si = 106

No = 44

2. ¿Actualmente cuenta con un seguro?

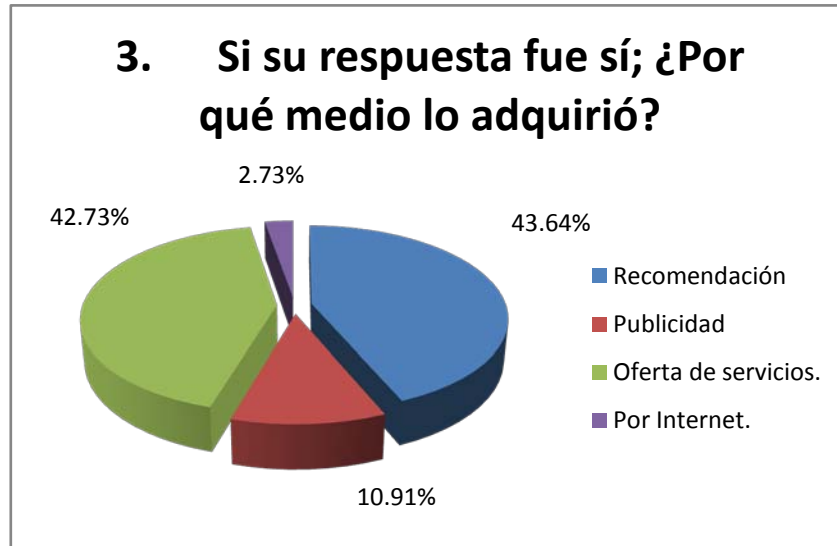


El 71% de los encuestados cuentan con un tipo de seguro; mismos de los cuales entienden el riesgo que implica no estar asegurados; muchos de estos cuentan con un seguro pero quisieran contratar otros para ellos y sus familias; mientras que el 29% de los encuestados no cuentan con un seguro y quisieran contratar uno ya que saben el riesgo que implica el no estar asegurados ya que saben que en la vida uno está expuesto a riesgos que pueden repercutir sobre su vida, bienes, salud.

3. Si su respuesta fue sí; ¿Por qué medio lo adquirió?

Recomendación	48
Publicidad	12
Oferta de servicios.	47
Por Internet.	3

3. Si su respuesta fue sí; ¿Por qué medio lo adquirió?

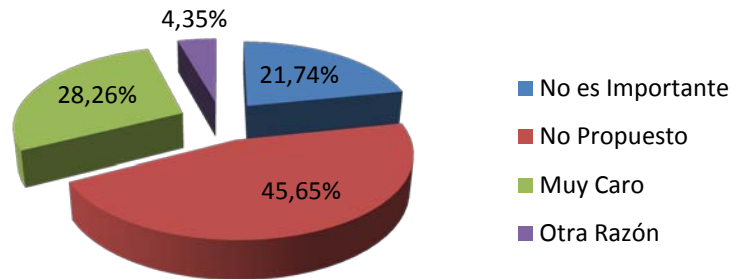


El 43.64% de los encuestados adquirió su seguro por recomendación de terceras personas; 42.73% por oferta de servicios de una agente de seguros, el 10.91% por publicidad de las aseguradoras, el 2.73% lo adquirió por internet; estos resultados nos dan a entender que las empresas de seguros no ofertan sus seguros por medios de publicidad siendo este uno de los principales medios para ofertar servicios, el porcentaje más alto por el cual las personas contrataron seguros fue el recomendado con esto queda claro que las compañías de seguro no ofertan sus servicios de manera directa al público en general, son las mismas personas que están ofertando servicios sean de su conveniencia o no; con una estricta campaña de marketing se podría ofertar seguros a una gran cantidad de personas y con esto reducir el nivel de recomendación al momento de contratar una póliza de seguros.

4. Si su respuesta fue no; ¿Por qué no tiene seguros al momento?

No es Importante	10
No Propuesto	21
Muy Caro	13
Otra Razón	2

4. Si su respuesta fue no; ¿Por qué no tiene seguros al momento?

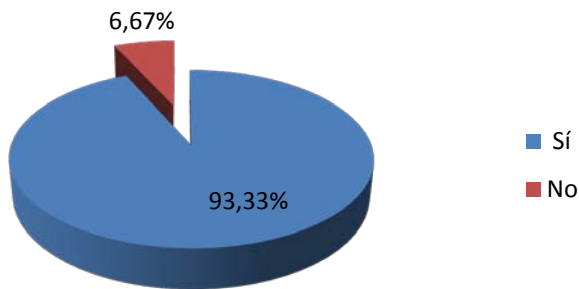


El 45.65% de los encuestados dicen que nunca les han propuesto contratar un seguro pero los mismos estarían dispuestos a analizar las diferentes opciones del mercado para contratar un seguro, al 28.26% considera que contratar un seguro es muy caro, esto nos indica que estas personas no conocen los diferentes tipos de seguro que se ofertan en el mercado con sus diferentes tipos de financiamiento adaptados especialmente para las personas que no pueden hacer sus pago de contado, el 21.74% considera que no es importante contratar un seguro, aquí podemos ver la falta de conocimiento sobre lo que es un seguro y los beneficios que tiene para el asegurado; dentro de la cultura ecuatoriana están esperando que les pase en algo que afecte su patrimonio o su vida para considerar un seguro, el 4.35% restante nos indica que los seguros no son factibles dentro del mercado asegurado.

5. ¿Le parece importante tener seguros?

Sí	140
No	10

5. ¿Le parece importante tener seguros?

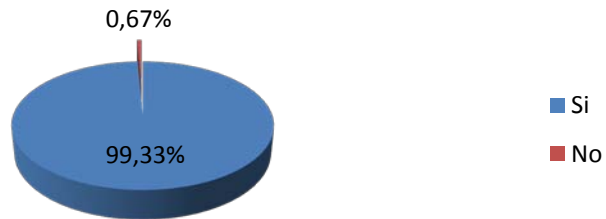


El 93.33% de nuestra muestra considera que tener un seguro es importante, sin especificar qué tipo de seguro, lo cual nos demuestra que la importancia de los seguros no es un cuestionamiento que la población tomara en cuenta al momento de decidir, ya que creemos que la mayoría conoce los beneficios de tener uno pero no han accedido a uno debido a los costos, accesibilidad y más que nada porque a pesar de que puede ser importante no lo aprecian como algo indispensable; mientras que el 6.67% considera que no es importante tener un seguro esto implica que hasta el momento no han tenido un siniestro que afecte su economía o vida.

6. ¿En el caso de contratar un seguro le gustaría estar asesorado para saber cuál es la mejor opción para usted?

Si	149
No	1

6. ¿En el caso de contratar un seguro le gustaría estar asesorado para saber cuál es la mejor opción para usted?

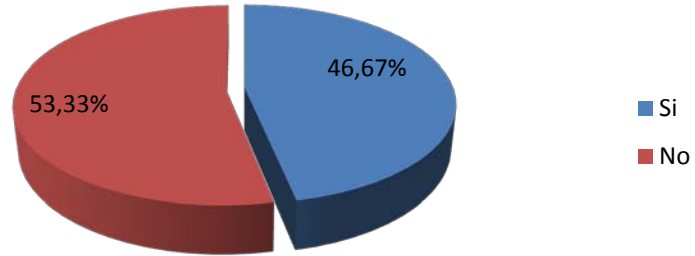


El 99.33% de los encuestados quiere estar asesorado al momento de contratar un seguro, esto nos indica que las personas confiarían en la opinión de un asesor de seguros al momento de contratar un seguro lo cual hace factible la idea de crear una agencia asesora productora de seguros.

7. ¿Conoce las funciones de un Broker de Seguros?

Si	70
No	80

7. ¿Conoce las funciones de un Broker de Seguros?

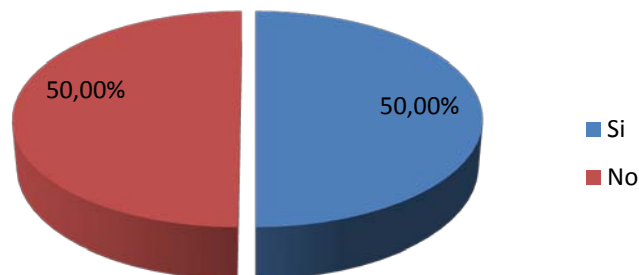


El 46.67% de los encuestados conoce lo que es un bróker de seguros y cuál es su objetivo; mientras que el 53.33% de los encuestados no conoce lo que es un bróker de seguros muchos de los encuestados no conoce lo que es un bróker de seguros pero lo que si saben es que les gustaría estar asesorados para contratar la mejor opción que ofrezca el mercado.

8. ¿Tiene Seguro de Vida?

Si	75
No	75

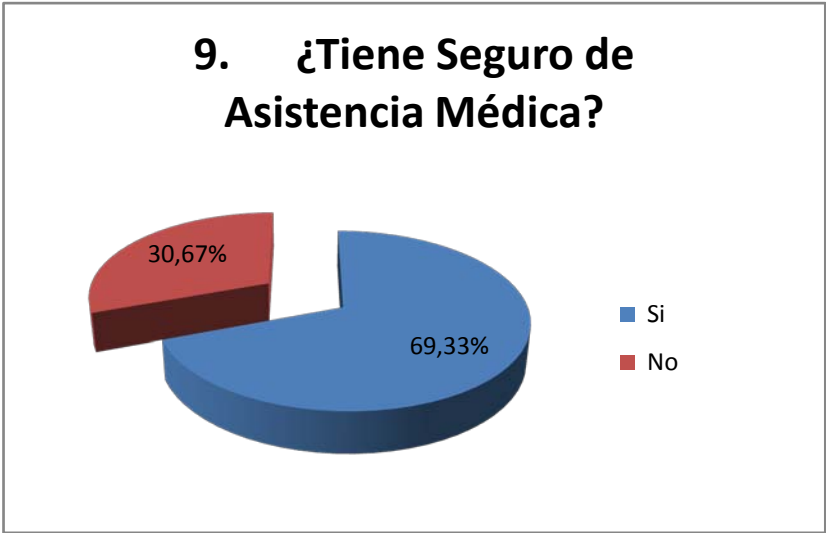
8. ¿Tiene Seguro de Vida?



El 50% de los encuestados poseen un seguro de vida, para lo cual hay que considerar que muchos seguros de vida son ofrecidos en paquete con los seguros de asistencia médica o como un beneficio adicional que es ofrecido en muchos casos por afiliarse a tarjetas de crédito, obtener préstamos o abrir cuentas en bancos, por lo que suelen ser de valores muy bajos, y no verdaderamente atractivos. Por lo que dentro de este 50% puede existir un porcentaje al que le interese contratar un seguro de vida de mayor valor. También debemos tomar en cuenta que existe un 50% de los encuestados no cuenta con un seguro de vida estos pueden convertirse en nuestros clientes a quienes podemos ofertar este tipo de seguro.

9. ¿Tiene Seguro de Asistencia Médica?

Si	104
No	46



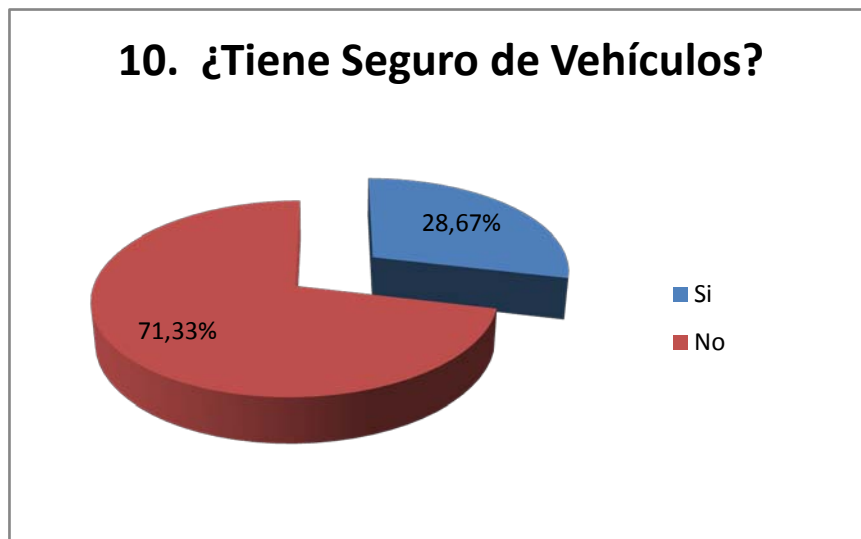
El 69.33% de los encuestados cuenta con un seguro de asistencia médica, últimamente un buen número de empresas privadas contratan paquetes de asistencia médica como un beneficio adicional para sus empleados, subsidiando también parte del costo.

Además por los altos costos de la medicina privada y el mal funcionamiento de la medicina pública, la población se ha afiliado algún tipo de asistencia. Pero de todas formas, de acuerdo a nuestra encuesta existe un 30.67% que no posee ningún tipo de seguros de asistencia médica.

También debemos tomar en cuenta que cuando el seguro de asistencia médica es contratado por medio del empleador se corre el riesgo que una vez terminada la relación laboral no se pueda continuar con la afiliación porque son seguros contratos en grupo, por lo que puede resultar atractivo para las personas el tener un seguro de asistencia médica que no dependa de donde trabaja.

10. ¿Tiene Seguro de Vehículos?

Si	43
No	107



El 71.33% de los encuestados cuenta con un seguro para su vehículo; ahora si analizamos la forma en cómo lo obtuvieron tenemos lo siguiente: actualmente el seguro vehicular es una obligación al comprar un vehículo por medio de un préstamo bancario o financiamiento del mismo concesionario, esta puede ser una de las razones por las que el 71.33% de nuestros encuestados poseen seguro vehicular, pero también existe un gran porcentaje que una vez terminado de pagar el préstamo, los contratos de seguro vehicular no son renovados a los cuales debemos ofertar nuestro servicio. Y según nuestra encuesta existe un 28.67% que sería nuestro mercado objetivo para ofrecer el seguro vehicular.

11. ¿Tiene Seguro de Accidentes Personales?

Si	6
No	144

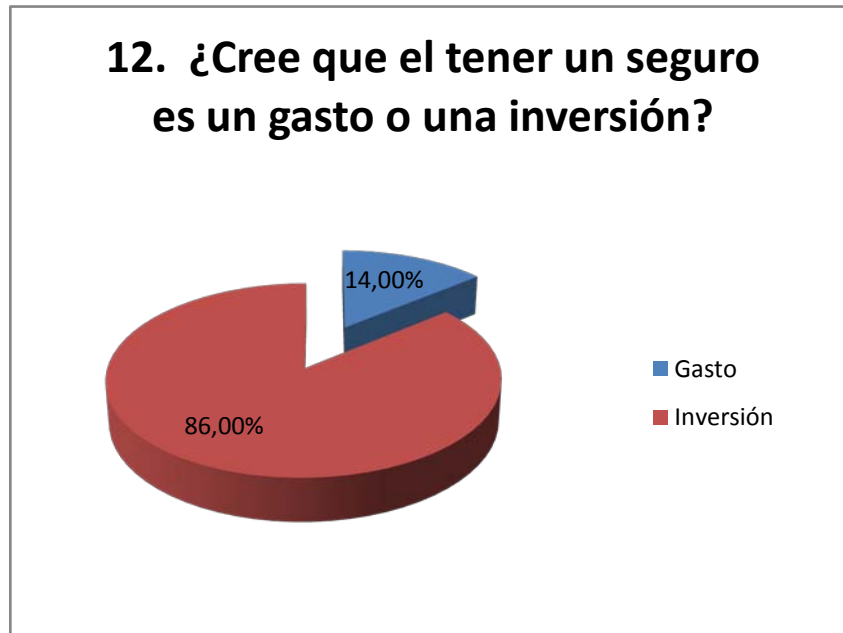


El 76.67% de los encuestados no cuenta con un seguro de accidentes personales aquí podemos observar un campo muy grande para ofrecer nuestros servicios es para la contratación de seguros de accidentes personales, ya que únicamente el 23.33% tiene asegurada su vida y probablemente el porcentaje sea muy bajo también en lo que se refiere a contratos de seguros de pequeños negocios e industrias. Existe un gran

potencial en este mercado ya que vivimos en un país de muchos riesgos, como son los hechos de la naturaleza como que han llevado al ser humano a trabajar en sitios en los cuales su trabajo los expone a muchos riesgos. Por lo que nuestro trabajo en este punto seria el educar a las personas en los beneficios de este tipo de seguros, para que observen que sus inversiones más valiosas como puede ser su vida debe ser protegida.

12. ¿Cree que el tener un seguro es un gasto o una inversión?

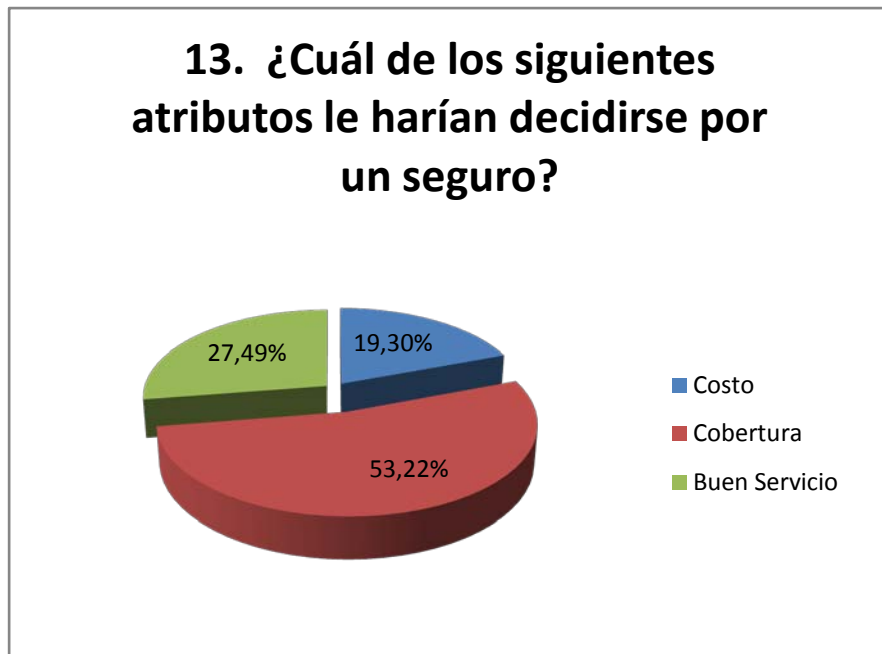
Gasto	21
Inversión	129



El 86% de los encuestados cree que tener un seguro es una inversión a pesar de que muchos de estos no cuentan con un seguro por el momento; pero tienen en mente que contar con un seguro es contar con un beneficio a largo plazo o en lo que dure la vigencia de su póliza; mientras que el 14% de los encuestados considera que tener un seguro es un gasto demostrándonos que no saben a ciencia cierta la finalidad de un seguro, este es el segmento al cual debemos culturizar y hacer cambiar de idea sobre lo que es un seguro.

13. ¿Cuál de los siguientes atributos le harían decidirse por un seguro?

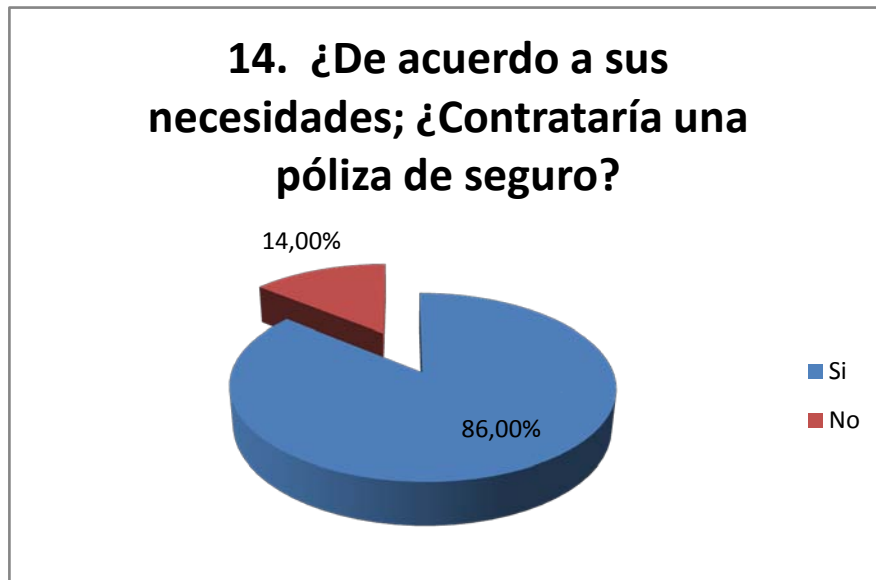
Costo	33
Cobertura	91
Buen Servicio	47



El 53.22% de los encuestados considera que su decisión al momento de contratar un seguro se determinara por la cobertura que este le ofrezca, el 27.49% considera que un buen servicio determinaría su decisión al momento de contratar un seguro; mientras que el 19.30% considera que el costo sería el factor definitivo para contratar un seguro; al cliente lo que se le quiere ofrecer es un seguro que se adapte a estas tres necesidades básicas las que consideramos fundamentales al momento de ofertar un seguro.

14. ¿De acuerdo a sus necesidades; ¿Contrataría una póliza de seguro?

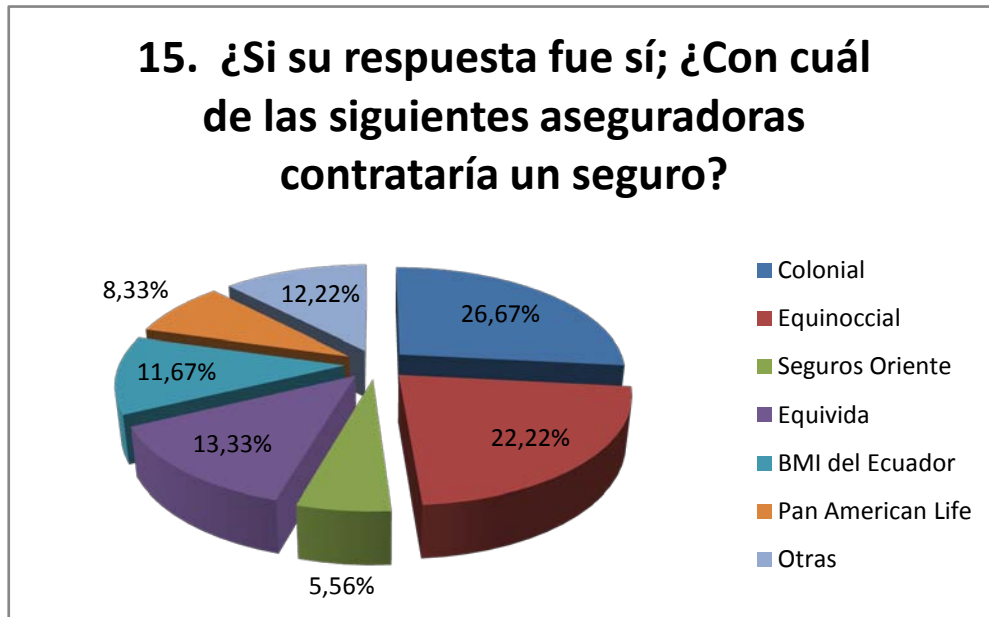
Si	129
No	21



El 86% de los encuestados está dispuesto a contratar un seguro en estos momentos dándonos a entender que las necesidades de las personas van mas allá de los seguros con los que cuentan al momento o no a este grupo de personas debemos enfocarnos para ofrecer nuestros servicios; mientras que al 14% de los encuestados no estarían dispuestos a contratar un seguro indistintamente de cuál sea este.

15.- ¿Si su respuesta fue sí; ¿Con cuál de las siguientes aseguradoras contrataría un seguro?

Colonial	48
Equinoccial	40
Seguros Oriente	10
Equivida	24
BMI del Ecuador	21
Pan American Life	15
Otras	22



Esta pregunta la realizamos con el fi de determinar que aseguradoras están posicionadas dentro de la mente de nuestros clientes potenciales; con estas respuestas podemos determinar posibles socios estratégicos para ofertar seguros y crear productos con estas distintas compañías de seguros, como podemos ver el 26.67% tiene una preferencia por Seguros Colonial, el 22.22% tiene una preferencia por Seguros Equinoccial, el 13.33% tiene preferencia por Equivida que se dedica específicamente a seguros de vida en general, el 11.67% prefiere contratar seguros con BMI del Ecuador, el 8.33% prefiere

contratar seguros con Pan American Life, el 5.56% prefiere contratar seguros con Seguros Oriente y el 12.22% con otras aseguradoras, con todas estas empresas aseguradoras debemos hacer acuerdos para ofertar sus seguros y crear nuevos productos para exigencia de las personas.

2.4.- La oferta

“El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida”¹³

En el mercado de seguros hay muchos ofertantes los mismos que ofrecen distintos tipos de seguros, diferentes tipos de tasas, coberturas, servicios; en el mercado ecuatoriano existen 43 ofertantes de seguros los mismos que potencian sus negocios con la ayuda de las agencias asesoras de seguros las mismas que ayudan a las aseguradoras a conseguir más negocios a cambio de una comisión establecida en un contrato de agenciamiento; de las mismas operan en el país 604 a parte de los corresponsales los mismos que refieren negocios internacionales.

2.4.1.- Análisis de la oferta

La oferta de este servicio está relacionada directamente con las compañías de seguros y los productos o seguros que estas ofrezcan, estas son las principales encargadas de ofrecer seguros a la comunidad, fijan tasas con el objetivo de establecer la prima que

¹³ SAPAG CHAIN, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, 5ta. Edición, Editorial McGraw-Hill, México, 2008.

debe pagar el asegurado, brindan una cobertura por la prima pagada, indemnizar en el caso de un siniestro; estas deben estar preocupadas por los aspectos técnicos y legales.

Podemos decir que el principal vínculo que existe entre la aseguradora y el asegurado es un contrato donde se explican las condiciones particulares del contrato de seguros.

Según nuestro análisis el mercado asegurador debido al crecimiento de la demanda se han visto en la necesidad de ofertar más, los factores que justifican el crecimiento de la demanda serian los diferentes estudios de mercado de las aseguradoras, la oferta de nuevos productos, la concientización de las personas, un enfoque al mercado masivo, la gestión de los asesores de seguros y la innovación de productos.

En el transcurso de los años se ha visto el incremento en la demanda de los seguros según nuestra proyección se espera un crecimiento del 16% para el año 2011 con respecto al año 2010 esto entre seguros generales y de vida.

La producción de las aseguradoras en cuanto a primas recibidas a variado a través de los años; con el transcurso del tiempo han ingresado y salido ofertantes de seguros del mercado; el alto grado de competencia entre la mismas afecta el nivel con el que oferta cada una de estas; unas han aumentado su participación en el mercado mientras otras disminuyen en algunos ramos y aumentan en otros.

La especialización de los productos, de las aseguradoras sus diferentes tipos de tasas han cambiado en el tiempo, todo este comportamiento nos indica que la oferta de este mercado tiende a crecer con el transcurso del tiempo.

- **Entidades Ofertantes**

En el Ecuador existen 43 compañías de seguros que ofertan diversos tipos de seguros, con diversos tipos de tasa por productos; hay productos enfocados a corporaciones así como a segmentos masivos.

Las compañías de seguros que operan en el país están divididas por los ramos o segmentos en que se especializan; hay aseguradoras que se enfocan a ofrecer seguros generales; otras ofrecen seguros generales y de vida y otras que solo se especializan en seguros de vida; la especialización de las mismas juega un papel importante en la hora de contratar un seguro.

Las compañías de seguros operan en diversos ramos con el fin de obtener una cuota de mercado más alta; sin que esto implique especialización en los diversos ramos; a continuación detallamos los diferentes ramos en los que operan las distintas compañías de seguros y en los cuales se va a enfocar la Agencia Asesora Productora de Seguros.

Ramos

- Vida Anual
- Vida En Grupo (Colectivo)
- Asistencia Médica
- Accidentes Personales
- Vehículos.

Dentro del segmento de las aseguradoras podemos identificar a aquellas que se han especializado en ciertos ramos y otras que operan en todos los ramos; hay compañías de seguros que se dedican a ofertar seguros generales, unas que ofertan seguros generales y de vida y otras solamente que se especializan en seguros de vida.

Cuando nos referimos a seguros generales estamos identificando que estas aseguran riesgos como: Bienes, Patrimonio, Fianzas, vehículos, SOAT, Transporte; mientras que las de vida cubre riesgos como: Vida anual, Vida en Grupo, Asistencia Médica, Accidentes Personales.

En el (cuadro 11) podemos ver exactamente que seguros ofertan las distintas aseguradoras; cómo podemos ver dentro de este cuadro hay tres compañías de seguros que se especializan solo en lo que es seguros de vida, ramos generales.

Cuadro 11

RAMOS AUTORIZADOS

**COMPAÑÍAS ASEGURADORAS Y REASEGURADORA
CONSTITUIDAS O ESTABLECIDAS EN EL ECUADOR**

AL 31 de Julio del 2010

ASEGURADORAS NACIONALES	INDIVIDUAL	COLECECTIVO	ASIST. MEDICA	ACC.	VEHICULOS	SOAT	TRANSPORTE	RESPONSABILIDAD.	MULTIRIESGO
	VIDA	VIDA		ACCIDENTES				CIVIL	RIESGO
ACE SEGUROS S.A.		X	X	X	X		X	X	X
AIG METROPOLITANA CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.		X		X	X	X	X	X	X
ALIANZA COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.				X	X	X	X	X	X
ASEGURADORA DEL SUR C.A.				X	X		X	X	X
ATLAS COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.		X	X	X	X		X	X	X
BALBOA COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.				X	X		X	X	
BMI DEL ECUADOR COMPAÑIA DE SEGUROS DE VIDA S.A.	X	X	X	X					
BOLIVAR COMPAÑIA DE SEGUROS DEL ECUADOR S.A.		X	X	X	X	X	X	X	X
BUPA ECUADOR S.A. COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS			X						
CAUCIONES S.A. EMPRESA DE SEGUROS									
CERVANTES S.A. COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS		X	X	X	X	X	X	X	
COLONIAL COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS SA.				X	X	X	X	X	X
COMPAÑIA DE SEGUROS DE VIDA COLVIDA S.A.	X	X		X					
COMPAÑIA DE SEGUROS CONDOR S.A.				X	X		X	X	X
COMPAÑIA DE SEGUROS ECUATORIANO-SUIZA S.A.	X	X		X	X		X	X	X
CONFIANZA COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.									
CONSTITUCION C.A. COMPAÑIA DE SEGUROS		X	X	X	X	X	X	X	
COOPSEGUROS DEL ECUADOR S.A.	X	X		X	X	X	X	X	X
EQUIVIDA COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	X	X	X	X					
GENERALI ECUADOR COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.	X	X	X	X	X		X	X	X
HISPANA DE SEGUROS S.A.	X	X		X	X		X	X	X
INTEROCEANICA C.A. DE SEGUROS Y REASEGUROS		X		X	X	X	X	X	X
LATINA SEGUROS Y REASEGUROS C.A.	X	X		X	X	X	X	X	X
LATINA VIDA COMPAÑIA DE SEGUROS C.A.	X	X	X	X					
LA UNION COMPAÑIA NACIONAL DE SEGUROS S.A.	X	X	X	X	X		X	X	X
LONG LIFE SEGUROS LLS EMPRESA DE SEGUROS S.A.	X	X	X	X					

	INDIVIDUAL	COLECECTIVO	ASIST. MEDICA	ACC.	VEHICULOS	SOAT	TRANSPORTE	RESPONSABILIDAD.	MULTIRIESGO
	VIDA	VIDA		ACCIDENTES				CIVIL	RIESGO
PANAMERICANA DEL ECUADOR S.A. CIA. DE SEG. Y REASEG.	X	X		X	X	X	X	X	X
PRIMMA COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	X	X							
PORVENIR CIA. DE SEG. Y REASEG. S.A. PORVESEGUROS	X	X	X	X	X		X	X	X
RIO GUAYAS COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	X	X	X	X	X		X	X	X
ROCAFUERTE SEGUROS S.A.	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SEGUROS COLON S.A.									
SEGUROS DEL PICHINCHA S.A. COMPAÑIA DE SEG. Y REASEG.	X	X	X	X				X	X
SEGUROS EQUINOCCIAL S.A.		X		X	X		X	X	X
SEGUROS ORIENTE S.A.				X	X	X	X	X	
SEGUROS SUCRE S.A.	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SEGUROS UNIDOS S.A.		X	X	X	X	X	X	X	X
SWEADEN COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.				X	X	X	X	X	
TOPSEG COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.									
VAZ SEGUROS S.A. COMPAÑIA DE SEG. Y REASEG.				X	X	X	X	X	X
TOTAL NACIONALES (41)	18	27	18	35	29	16	29	30	25

ASEGURADORAS EXTRANJERAS	INDIVIDUAL	COLECECTIVO	ASIST. MEDICA	ACC.	VEHICULOS	SOAT	TRANSPORTE	RESPONSABILIDAD.	MULTIRIESGO
	VIDA	VIDA		ACCIDENTES				CIVIL	RIESGO
CIA.FRANCESA DE SEG. PARA EL COMERCIO EXTERIOR COFACE S.A.									
MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A.			X		X		X		
PAN AMERICAN LIFE INSURANCE COMPANY	X	X	X	X					
TOTAL EXTRANJERAS (3)	1	1	2	1	1	0	1	0	0

TOTAL ASEGURADORAS (44)	19	28	20	36	30	16	30	30	25
--------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

REASEGURADORAS	INDIVIDUAL	COLECECTIVO	ASIST. MEDICA	ACC.	VEHICULOS	SOAT	TRANSPORTE	RESPONSABILIDAD.	MULTIRIESGO
	VIDA	VIDA		ACCIDENTES				CIVIL	RIESGO
CIA. REASEGURADORA DEL ECUADOR S.A.	X	X		X	X		X	X	
UNIVERSAL CIA. DE REASEGUROS S.A.	X	X		X	X	X	X	X	
TOTAL REASEGURADORAS (2)	2	2	0	2	2	1	2	2	0

- **Oferta Actual:**

En la Actualidad tanto las Aseguradoras como Agencias Asesoras Productoras de Seguros se ven en la necesidad de estar innovando el mercado con nuevos productos que sean atractivos para las corporaciones como para el segmento de masivos; la competencia en captar clientes de la competencia es el principal error en el que decaen estas compañías; el verdadero nicho de mercado está en las personas y empresas que aun no concientizan sobre porque deben tener un seguro, la falta de culturización de las personas y empresas al no saber que es un seguro y los beneficios de este.

Es aquí donde se debe empezar a operar; concientizando a la gente sobre lo que es un seguro y su importancia; el enfoque de las aseguradoras y Agencias Asesoras de Seguros debe estar dirigido al segmento masivo que no está explotado en su totalidad.

La oferta de este servicio será factible cuan se genere en los clientes potenciales la necesidad de contar con un seguro, es por esta razón que las principales aseguradoras y Agencias asesoras productoras de seguros se encuentran aun en los primeros puestos siendo líderes indiscutibles dentro de los ramos que ofertan.

Factores que afectan la oferta

La oferta de las aseguradoras y su nivel de participación en el mercado puede verse comprometida por diversos factores entre estos podemos mencionar los siguientes:

- La aparición de una nueva aseguradora en el mercado.
- El nivel de Marketing de cada una de estas.
- Alianzas estratégicas entre clientes y aseguradoras.
- El nivel de negociación.
- La competencia entre aseguradoras.
- El nivel de negociación entre las aseguradoras y las Agencias asesoras de seguros.

- El nivel de confianza de los clientes en las aseguradoras.
- El nivel cultural de la personas.
- Alianzas estratégicas con corresponsales del exterior.
- Las fusiones entre aseguradoras tanto nacionales como extranjeras.
- Su posicionamiento en el mercado.
- La estructura de sus negocios.
- El nivel de precios.
- La diversificación de productos.
- Los niveles de cobertura.
- El nivel de especialización.

Todos estos factores afectan directamente al negocio de la aseguradora como de los agentes de seguros.

Oferta de las Agencias Asesoras productoras de seguros

En la actualidad existen 298 Agencias Asesoras Productoras de seguros en el país dentro de los cuales Tecniseguros es el líder indiscutible en el segmento de agencias asesoras productoras de seguros con una producción de \$115,000.000.00 millones de dólares en el año 2010; cómo podemos observar en el (cuadro 12) las comisiones ganadas en el año 2009 por \$ 16,361,048.14 con un porcentaje de participación del 16.29%; seguidos por NovaEcuador con el 7.25% de participación, Ecuaprimas con un porcentaje de participación del 4.27%, estos son los tres primeros lideres en cuanto se refiere a agencias asesoras productoras de seguros en el ecuador.

En el cuadro adjunto podemos ver el nivel de participación de cada uno en cuanto a comisiones se refiere; en la página de la superintendencia de bancos y seguros no tenemos una información sobre el nivel de producción de cada uno de estos participantes del mercado, es por esto que solo detallamos el nivel de producción en cuanto a comisiones.

Cuadro 12**AGENCIAS ASESORAS PRODUCTORAS DE SEGUROS****FECHA DE CORTE: 31/12/2009**

No.	RAZON SOCIAL.	Valor US\$	Porcentaje de Participación
1	TECNISEGUROS S.A.	16,361,048.14	16.29%
2	NOVAECUADOR S.A.	7,279,320.34	7.25%
3	ECUAPRIMAS CIA. LTDA.	4,285,657.11	4.27%
4	ASERTEC S.A.	4,249,261.68	4.23%
5	ALAMO S.A.	3,148,385.59	3.13%
6	ACOSAUSTRO S.A.	2,784,651.58	2.77%
7	COLCORDES SOCIEDAD ANONIMA	2,563,608.12	2.55%
8	Z.H.M. ZULOAGA, HIDALGO & MAQUILON S.A.	2,535,890.95	2.53%
9	RAUL COKA BARRIGA CIA. LTDA.	2,338,639.89	2.33%
10	CLAVESEGUROS C.A.	2,266,237.50	2.26%
11	OTROS	52,615,845.12	52.39%
	Total General	100,428,546.02	100%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros**Elaborado por: El Autor.****2.4.2.- La demanda insatisfecha**

Para poder determinar la demanda insatisfecha del proyecto debemos hacer un cálculo de la demanda del proyecto así como de la oferta del proyecto es por esto que plantearemos los dos escenarios para determinar la demanda insatisfecha y futura de la agencia asesora productora de seguros.

Proyección de la Demanda:

“La confiabilidad y pertinencia de la información capturada permitirá el estudio y análisis de la evolución histórica de la demanda y será garante de los resultados que se obtengan de su proyección.”¹⁴

Para este cálculo hemos recolectado la información suficiente y relevante la misma que nos permitirá tener una idea clara del crecimiento de la demanda en el tiempo.

Son varios los métodos idóneos para calcular la demanda futura; para calcular la proyección de la demanda nos basaremos en los datos históricos; los mismos que para nuestro proyecto serán las primas netas recibidas por las aseguradoras.

Con este concepto aplicaremos dos tipos de mediciones y estas son:

- Regresión lineal en base al crecimiento histórico
- Regresión lineal en base a la formula.

La formula con la que determinaremos el crecimiento de la demanda y la oferta en el tiempo es la siguiente:

Formula:

$$\mathbf{Y = a + b (x)}$$

¹⁴ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.

Regresión Lineal en base al Crecimiento Histórico:

Años	Primas Netas Recibidas	Incremento Anual	Porcentaje de Crecimiento Anual
2006	604,800,554.49	0	0
2007	666,188,124.72	61,387,570.23	1.10
2008	875,779,520.02	209,591,395.30	1.31
2009	942,561,989.65	66,782,469.63	1.08
2010	1,107,593,045.85	165,031,056.20	1.18
2011	1,301,519,018.04	193,925,972.19	1.17
2012	1,518,612,390.25	217,093,372.21	1.17
2013	1,771,916,936.95	253,304,546.69	1.17
2014	2,067,472,682.03	295,555,745.08	1.17
2015	2,412,327,125.39	344,854,443.36	1.17
2016	2,814,703,289.91	402,376,164.52	1.17
2017	3,284,195,798.67	469,492,508.76	1.17
2018	3,831,999,657.89	547,803,859.22	1.17
2019	4,471,177,200.82	639,177,542.94	1.17
2020	5,216,969,557.92	745,792,357.10	1.17

Elaborado por: El Autor.

Regresión Lineal en base a la formula:

$$Y = a + b (x)$$

Año	X	Primas Netas Recibidas por seguros
2006	0	604,800,554.49
2007	1	666,188,124.72
2008	2	875,779,520.02
2009	3	942,561,989.65
2010	4	1,107,593,045.85

Elaborado por: El Autor.

Intersección Eje

582,992,877.42

Pendiente

128,195,884.77

$$Y = a + b (x)$$

$$Y=582,992,877.42+128,195,884.77(X)$$

AÑO	X	Primas Netas Recibidas por seguros	VENTA DE SEGUROS PROYECTADOS CON LA ECUACION
2011	5	1,223,972,301.24	1,223,972,301.24
2012	6	1,352,168,186.01	1,352,168,186.01
2013	7	1,480,364,070.77	1,480,364,070.77
2014	8	1,608,559,955.54	1,608,559,955.54
2015	9	1,736,755,840.30	1,736,755,840.30
2016	10	1,864,951,725.07	1,864,951,725.07
2017	11	1,993,147,609.83	1,993,147,609.83
2018	12	2,121,343,494.60	2,121,343,494.60
2019	13	2,249,539,379.36	2,249,539,379.36
2020	14	2,377,735,264.13	2,377,735,264.13

Elaborado por: El Autor.

Proyección de la Oferta:

“Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán.”¹⁵

Para el cálculo de la oferta hemos determinado la oferta o en este caso las comisiones ganadas por las agencias asesoras productoras de seguros, con esta información realizaremos una proyección sobre la oferta futura de los mismos.

¹⁵ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.

Son varios los métodos idóneos para calcular la oferta futura; para calcular la proyección de la oferta nos basaremos en los datos históricos; los mismos que para nuestro proyecto serán las comisiones ganadas por los Brokers de seguros.

Con este concepto aplicaremos dos tipos de mediciones y estas son:

- Regresión lineal en base al crecimiento histórico
- Regresión lineal en base a la formula.

Regresión lineal en base al crecimiento histórico:

Años	Comisiones Ganadas	Incremento Anual	Porcentaje de Crecimiento Anual
2005	65,007,312.58	-	0
2006	74,547,245.90	9,539,933.32	1.15
2007	84,449,091.74	9,901,845.84	1.13
2008	105,041,193.58	20,592,101.84	1.24
2009	113,244,740.31	8,203,546.73	1.08
2010	122,088,970.72	8,844,230.41	1.15
2011	140,402,316.33	18,313,345.61	1.15
2012	161,462,663.78	21,060,347.45	1.15
2013	185,682,063.35	24,219,399.57	1.15
2014	213,534,372.85	27,852,309.50	1.15
2015	245,564,528.78	32,030,155.93	1.15
2016	282,399,208.10	36,834,679.32	1.15
2017	324,759,089.31	42,359,881.21	1.15
2018	373,472,952.71	48,713,863.40	1.15
2019	429,493,895.62	56,020,942.91	1.15

Elaborado por: El Autor.

Regresión lineal en base a la formula:

$$Y = a + b(x)$$

AÑO	X	Comisiones Ganadas por Brokers
2003	0	65,007,312.58
2004	1	74,547,245.90
2005	2	84,449,091.74
2006	3	105,041,193.58
2007	4	113,244,740.31

Intersección

Eje **63,064,156.19**

Pendiente **12,696,880.31**

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 63,007,312.58 + 12,696,880.31(X)$$

AÑO	X	Comisiones Ganadas por Brokers	Comisiones Ganadas por Brokers
2010	5	126,548,557.76	126,548,557.76
2011	6	139,245,438.08	139,245,438.08
2012	7	151,942,318.39	151,942,318.39
2013	8	164,639,198.71	164,639,198.71
2014	9	177,336,079.02	177,336,079.02
2015	10	190,032,959.33	190,032,959.33
2016	11	202,729,839.65	202,729,839.65
2017	12	215,426,719.96	215,426,719.96
2018	13	228,123,600.28	228,123,600.28
2019	14	240,820,480.59	240,820,480.59

Elaborado por: El Autor.

Demanda Insatisfecha:

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA - OFERTA	RESULTADO
		-	-	
2011	1,223,972,301.24	139,245,438.08	1,084,726,863.16	DEMANDA INSATISFECHA
2012	1,352,168,186.01	151,942,318.39	1,200,225,867.61	DEMANDA INSATISFECHA
2013	1,480,364,070.77	164,639,198.71	1,315,724,872.07	DEMANDA INSATISFECHA
2014	1,608,559,955.54	177,336,079.02	1,431,223,876.52	DEMANDA INSATISFECHA
2015	1,736,755,840.30	190,032,959.33	1,546,722,880.97	DEMANDA INSATISFECHA
2016	1,864,951,725.07	202,729,839.65	1,662,221,885.42	DEMANDA INSATISFECHA
2017	1,993,147,609.83	215,426,719.96	1,777,720,889.87	DEMANDA INSATISFECHA
2018	2,121,343,494.60	228,123,600.28	1,893,219,894.32	DEMANDA INSATISFECHA
2019	2,249,539,379.36	240,820,480.59	2,008,718,898.77	DEMANDA INSATISFECHA

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el cuadro de la demanda insatisfecha; la demanda de seguros tiene un crecimiento constante lo cual nos indica que a través de los años los seguros serán cada vez más demandados y es aquí donde nosotros entraremos a ofertar nuestro servicio; con esto quedaría demostrado que nuestro proyecto es factible en cuanto a su realización se refiere.

2.5.- Estrategias del Mercado

En el mercado de seguros ecuatoriano existen diferentes tipos de estrategias con las mismas que penetran el mercado ecuatoriano a la hora de vender un seguro; muchas aseguradoras se preocupan por el producto que están ofertando y se especializan en el desarrollo de los mismos, otras aseguradoras consideran más importante el nivel de precios para hacer de los productos que ofertan más atractivos para sus clientes potenciales, otras basan sus esfuerzos en campañas publicitarias y otras que se centran en estos tres aspectos.

Los factores determinantes a la hora de ofrecer un seguro se basan en los siguientes parámetros:

- **Producto:** Dentro de un producto ofertado existen diferentes niveles de cobertura.
- **Precio:** Dentro del Producto ofertado existen diferentes tipos de tasas que varían por el valor asegurado.
- **Promoción:** Muchas aseguradoras promocionan sus productos con el fin de hacerlos más atractivos.

Los diferentes tipos de cobertura, precio, buen servicio, posicionamiento de la marca en este caso de la aseguradora de su preferencia, financiamiento jugaran un papel importante al momento de contratar un seguro.

2.5.1.- Precios

La estrategia de precios ha de contribuir a conseguir los objetivos de la empresa y ha de tener en cuenta el tipo de producto, líneas, competencia; así como la novedad del producto, cuanto más innovador sea el producto; mayores serán las alternativas de precios.

El diseño de la estrategia de precios es muy importante, y se han de tener en cuenta en su desarrollo los siguientes criterios:

- Objetivos de la empresa
- Flexibilidad
- Orientación al mercado

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

- El tipo de Seguro.
- La tasa del seguro.
- El tipo de cobertura.
- La competencia.
- El nivel de negociación de nuevos productos.
- Los precios de la competencia.
- Cambios en la economía del país.

Todos estos factores determinaran el precio de los diferentes seguros que se quieran ofrecer a nuestros clientes potenciales.

2.5.2.- Comercialización

La comercialización de este servicio, se refiere a la venta del servicio; este punto no solo se refiere a la venta de los seguros como tal, también implica la forma en que podamos vender nuestra imagen a nuestros futuros clientes, lo que se quiere ofertar con este servicio es seguridad desde que el cliente entra en contacto con nosotros hasta que contrata el servicio.

Tras un posible asesoramiento, oferta de productos, tasas competitivas, diferentes cotizaciones, tramitación de siniestros, debemos vender nuestra imagen la misma con la que la gente se identificara e identificara a nuestra empresa sobre los demás.

La satisfacción del cliente será un factor importante para el crecimiento integral del negocio, ya que un cliente satisfecho en el largo plazo recomendará nuestro servicio a terceras personas.

El nivel de diferenciación en un principio estará ligado en nuestro enfoque como servicio y el nivel de especialización que adquiramos con el transcurso del tiempo.

CAPITULO III

ESTUDIO DE LOCALIZACION

3.1.- Localización de la Empresa

“El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos.”¹⁶

La localización de la empresa se centrara en analizar las diferentes variables que nos ayuden a determinar en donde se ubicara finalmente el proyecto; el estudio de localización será de gran importancia ya que de esto dependerá la ubicación que le dará al proyecto y al considerar todas las variables para el mismo se verán los resultados en la parte financiera del proyecto.

La proximidad que tendremos en el mercado dependerá en gran parte del lugar de ubicación de nuestras oficinas la cual será el principal eje para la generación de la demanda.

Para esto se han tomado en cuenta los siguientes puntos los mismos que se evaluarán y nos ayudarán a determinar la localización apropiada para nuestro proyecto, se ha escogido la opción para la localización de nuestra oficina la ciudad de Quito.

¹⁶ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.

3.1.1.- Análisis y criterios de Macro localización.

La Macro localización tiene relación con la primera aproximación de la localización; es decir la determinación de una región o zona muy grande de probable localización.

Luego de haber analizado las tres posibles zonas donde pueda acentuarse el negocio se escogió la zona de Quito, dentro de este estudio intervienen factores que jugaran un papel importante para el lugar donde estará ubicado el proyecto y que serán analizados:

Los Principales Factores que hemos podido determinar para nuestra investigación son:

- Disponibilidad de Tecnología.
- Nivel Cultural.
- **Disponibilidad tecnológica**

En la ciudad de Quito contamos con las empresas y personas que se dedican a la fabricación de programas; en este caso contar con una herramienta que nos permita almacenar datos que genere el negocio, almacenamiento de datos contables, es de vital importancia, es por esto que se ve la necesidad de contar con un proveedor cuyo negocio este ubicado en la ciudad de Quito por el tiempo que conlleva hacer un programa y por las correcciones que va a tener este con el tiempo.

En lo referente a equipos de computación con los que deberá contar la empresa es importante contar con un proveedor que esté ubicado dentro del sector en que se ubicara la empresa.

- **Nivel Cultural**

Con el nivel cultural queremos indicar el grado de concientización de las personas sobre lo que es una cultura de seguros, con esto identificaremos que la zona a la que queremos llegar no tiene pleno conocimiento de lo que es un seguro y los beneficios del mismo.

3.1.2.- Análisis y criterios de Micro localización.

Se refiere a la ubicación exacta del proyecto.

Para poder encontrar el sitio idóneo para la ubicación de la empresa es necesario tomar en cuenta varios factores que beneficien tanto a los clientes como a la empresa.

Para este estudio se tomarán en cuenta factores cualitativos los mismos que son:

- **Disponibilidad de medios de transporte**

Para la empresa será de vital importancia tener una ubicación; la misma que tiene que ser de fácil acceso tanto para los clientes, como para los empleados de la compañía, la localización de la empresa tiene que ofrecer las mejores ventajas para ser competitivo en el mercado, la existencia de calles, avenidas, rutas, etc. que permitan acceder fácilmente al local, los medios de transporte disponibles para llegar al local, serán de vital importancia para el cumplimiento de los objetivos del negocio.

- **Disponibilidad de servicios a la comunidad**

Fácil acceso y ubicación para clientes potenciales, las oficinas deberán contar con instalaciones que permitan a nuestros futuros clientes tener todas las comodidades necesarias, seguridades dentro y fuera de la oficina, el cliente desde el momento que llega a nuestras oficinas debe percibir seguridad, con esto transmitiremos a nuestros clientes que nuestro negocio es encargarnos de su seguridad a cada momento.

3.2.- Factores determinantes de la localización

La localización del proyecto será de vital importancia para la consecución de los objetivos planteados; ya que con la perfecta ubicación de este servicio el proyecto

contara con una maximización de la producción requerida por el proyecto así como la obtención de beneficios, todo esto conlleva a una reducción de costos.

Para la localización de este servicio se determino que es factible ubicarlo cerca de nuestros proveedores en este caso todas las aseguradoras y cerca del mercado consumidor.

En el caso de la ubicación de la agencia asesora productora de seguros se determino que la ubicación de la misma debe estar en pleno centro del lugar al que queremos llegar inicialmente es decir estar en un punto céntrico tanto para estar en contacto con las aseguradoras como de nuestros clientes potenciales, en un inicio este lineamiento es válido ya que con el transcurso del tiempo y crecimiento de la empresa y la captación de clientes no es necesario realizar otro análisis de localización de la misma ya que la agencia asesora de seguros deberá llegar a cualquier lugar donde haya un cliente potencial sin necesidad de que este venga a nosotros.

Hemos tomado en cuenta que todo el movimiento económico se encuentra en la ciudad de Quito, por motivos de estudio e introducción del servicio se tomara en cuenta solo el sector norte de Quito como mercado potencial con el tiempo se abarcara todo el distrito metropolitano de Quito y demás ciudades del Ecuador.

3.2.1.- Cercanía al mercado

Para nuestra localización el principal factor a considerar para la ubicación de la empresa será la cercanía a las aseguradoras; en Ecuador todas las aseguradoras en pleno funcionamiento tiene su matriz en la ciudad de Quito y sus sucursales en ciudades principales como: Guayaquil, Cuenca, Ambato, Manta, Santo Domingo.

Generalmente la oficina Matriz mueve más negocios que sus sucursales sin querer decir que las sucursales no generen negocios importantes para la empresa; es por esta misma

información que podemos determinar que la cultura de los seguros aun no está generalizada entre los ecuatorianos.

3.2.2.- Disponibilidad de mano de obra requerida.

La facilidad de contar con mano de obra calificada nos indica que en el lugar en el que se va instalar el proyecto, existe la oferta de la fuerza de trabajo la misma que es de vital importancia para el desenvolvimiento del negocio, el negocio debe ubicarse cerca de la potencial y calificada fuerza de trabajo es por esto que se ubicara en el sector norte de Quito.

3.2.3.- Selección equipos de trabajo

Para la selección de nuestro equipo de trabajo es importante la localización de la empresa; en este caso la Agencia asesora productora de seguros estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito; entendiéndose así que en el sector norte de la ciudad de Quito se encuentran ubicadas las mejores universidades del país mismas de las cuales se reclutara al personal más idóneo y entendido en la materia de los seguros; este tipo de personas serán parte de nuestro equipo de trabajo.

CAPITULO IV

INGENIERIA DEL PROYECTO

4.1.- Definición de los procesos de los seguros.

Los seguros tiene dos tipos de procesos de producción; el primero ocurre cuando se realiza la venta de la póliza y el segundo proceso es la renovación de la póliza; esto ocurre cuando ya ha vencido la vigencia de la póliza anterior; detallaremos los dos procesos de producción de la Agencia asesora productora de seguros.

Al ser este un servicio no podemos definir un proceso de producción de un bien, ya que un servicio administrativo que tiene como fin la venta de un servicio; es por esto que nos enfocaremos en las ventas y renovaciones de seguros y los procesos que esto implicaría.

Venta Seguro:

- **Mantenimiento base de datos:**
 - Recopilar toda la información de los clientes potenciales.
 - Ingresar la información del cliente en la aplicación de potenciales.

- **Seguimiento Gestión Comercial:**
 - Controlar gestión de ventas a ejecutivos comerciales
 - Evaluar el cumplimiento de los resultados y hacer correctivos en la gestión comercial.

- **Acercamiento a clientes Potenciales:**
 - Obtener cita con potencial cliente.

- Realizar la presentación corporativa al cliente potencial o enviar una carta de presentación de Tecniseguros cuando no nos puedan recibir
- Obtener aceptación del cliente para presentar cotización.

- **Cotización programa de seguros:**

- Obtener información de necesidades y coberturas de riesgos del cliente
- Comprometer a las aseguradoras con las que se cotizara.
- Solicitar una inspección de riesgos a la aseguradora.
- Diseñar un programa de seguros al cliente.
- Cotizar (negociar costos, deducibles, coberturas, condiciones, comisiones, etc.) del programa de seguros según necesidad del cliente.
- Presentar las cotizaciones al cliente para aprobación de la mejor opción.

- **Cierre de la Venta:**

- Seguimiento al cliente para que tome una decisión con respecto a la propuesta
- Asignar a ejecutivo comercial la cuenta para que la administre.
- Notificar a los departamentos de siniestros y unidad comercial del ingreso del nuevo cliente a la cartera de la empresa.
- Reunión con el cliente para definir detalles.

- **Emisión de las Pólizas:**

- Solicitar a la aseguradora la emisión de las pólizas, y si es el caso coordinar una reunión con el ejecutivo de emisión de la aseguradora.
- Revisar, corregir póliza vs. lo solicitado.

- **Facturación:**

- Entregar las pólizas a la unidad operativa con el direccionamiento correspondiente y desglose de primas netas y comisiones.
- Ingresar datos de la factura del cliente a la aplicación.
- Entregar las pólizas al Ejecutivo Comercial.

Renovación de Seguros:

- **Preparación de información para la renovación:**

- Elaborar los informes de vencimientos de cuentas y revisar el acta de compromisos.
- Confirmar si las aseguradoras requieren inspección de riesgo del cliente a cotizar.
- Revisar Check list para la renovación.
- Analizar la estrategia para renovar la cuenta.

- **Preparar las condiciones para la renovación:**

- Realizar una reunión con el cliente y confirmar si desea renovar su seguro con la aseguradora actual o si desea contratar con otra de su preferencia.
- Revisar en forma conjunta con el cliente el programa de seguros actual.
- Analizar las coberturas, cláusulas, inclusiones, exclusiones, y/o garantías que deben ser modificadas para la renovación.
- Solicitar cotizaciones a las aseguradoras.
- Hacer el seguimiento a las aseguradoras sobre la cotización realizada.
- Elaborar cuadros comparativos con las diferentes cotizaciones, condiciones.

- **Presentación de cotizaciones de renovación:**

- Presentar al cliente carpeta de cotización.
- Realizar re cotizaciones de la oferta en caso de solicitud del cliente.
- Confirmar con el cliente la opción elegida.

- **Emisión y entrega de póliza:**

- Solicitar a la aseguradora la emisión de la póliza.
- Presentar la renovación completa al cliente.
- Entregar póliza al cliente.

Cobranza de comisiones:

- Solicitar la pre-liquidación de comisiones a la aseguradora.
- Verificar que todo lo representado en la pre-liquidación de comisiones de la aseguradora concuerda con todo lo facturado y reportado a la asegura.
- Facturar todo lo verificado en la pre-liquidación de comisiones.
- Envió de factura a la aseguradora.
- Gestión de cobro de la factura.

4.2.- Ingeniería del Proyecto.

“El estudio de la ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.”¹⁷

¹⁷ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.

Como ya hemos determinado que se trata de un servicio lo primero que debemos indicar es los procesos que implican la venta y renovaciones de seguros; debemos indicar cuáles son los equipos que necesita el proyecto para su puesta en marcha, las herramientas tecnológicas, las inversiones, los costos y gastos, mano de obra, los vehículos, suministros de oficina, sueldos y salarios.

Dentro de los aspectos más importantes de la ingeniería dentro del proyecto podemos mencionar el siguiente como el más importante:

Descripción técnica de los productos:

Dentro de estos productos que vamos a ofertar hemos seleccionado los más importantes con los que cuenta el mercado en cada uno de estos ramos con el fin de determinar las características ofrecidas por cada uno de estos:

Seguro de Vehículos:

Los Seguros de vehículos cubren daños o la pérdida como consecuencia del uso de los vehículos automotores. Básicamente protege daño propio del vehículo a consecuencia de choque o volcadura, incendio, robo y rotura de vidrio. Cubre además responsabilidad civil o daños a terceros.

Entre las características de una póliza de vehículos tenemos las siguientes:

La suma Asegurada:

La suma asegurada dependerá del valor comercial de cada automotor en un momento determinado.

Deducible:

- Robo y/o asalto total: 15% valor asegurado
- Pérdidas Parciales: 10% del valor del siniestro, mínimo el 1% del valor asegurado, mínimo \$200.

Responsabilidad Civil:

Livianos Particulares: \$20.000 por evento.

Livianos Uso Comercial, vehículos de transporte de pasajeros y pesados menores a 3.5 toneladas: \$ 8.000.

Accidentes Personales de ocupantes:

Muerte accidental: \$ 5.000 dólares por ocupante.

Invalidez permanente: \$ 5.000 dólares por ocupante.

Gastos médicos: \$ 3.000 dólares por ocupante

Asistencia 24 Horas:

- Asistencia médica por lesión o enfermedad mientras se encuentra en viaje fuera del país.
- Localización del equipaje extraviado en vuelo comercial hacia otro país o una indemnización.
- Estancia y desplazamiento de los ocupantes por avería o accidentes fuera de la ciudad.
- Servicio de conductor profesional en caso de imposibilidad del conductor.
- Corrección de avería ligera en viajes por fallas en: motor de arranque, frenos, dirección, caja de embrague.

Clausulas Adicionales:

- Aviso de Siniestros 10 días calendario.
- Par y juego.
- Avisos y letreros.
- Asistencia legal.
- Gastos de grúa en exceso.

Seguros de Vida:

Cubre el riesgo de muerte que puede sobrevenir al asegurado durante la vigencia del seguro. Hay diferentes modalidades de seguro de vida.

1. **Temporal:** Cuando la vigencia es por un determinado número de años.
2. **De Vida Entera:** Cuando el seguro se mantiene vigente desde su contratación hasta la muerte del asegurado.
3. **Total:** Indemniza el importe de capital previsto en caso de muerte del asegurado en cualquier momento de la vigencia temporaria o, también, en caso de supervivencia del asegurado, al final del plazo de la citada vigencia.

Entre las principales características de estas pólizas tenemos:

- Es un seguro temporal hasta la fecha de expiración indicada en las condiciones particulares de cada póliza.
- No tiene derecho a participación de dividendos.
- Tiene primas crecientes pagaderas en las condiciones particulares de cada póliza mientras viva el asegurado.
- La suma asegurada pagadera al beneficiario al ocurrir el fallecimiento del asegurado en o antes de la fecha de expiración.

Cobertura Básica:

En caso de fallecimiento del asegurado, por cualquier causa, en cualquier parte del mundo, durante los 365 días del año, la compañía indemnizará al (los) beneficiario(s) designado (s) en las condiciones particulares de la póliza, hasta la suma asegurada contratada, siempre que esta póliza este en pleno vigor.

El (los) beneficiario (s) puede (n) ser primarios, revocables o irrevocables, o contingentes, a título gratuito o título oneroso.

Exclusión Por Suicidio:

En caso de suicidio del asegurado, estando o no en uso de sus facultades mentales dentro de los primeros dos años siguientes a la fecha de emisión o de cualquier rehabilitación, la compañía pagará al (los) beneficiarios en una sola suma, la cantidad de todas las primas que haya recibido durante ese tiempo, sustrayendo el costo de cualquier aditamento y gastos administrativos y de colocación.

Seguro de Asistencia médica:

La póliza de asistencia médica garantiza al asegurado el reembolso o el crédito en centros hospitalarios o clínicas por gastos incurridos en atenciones a consecuencia de enfermedad o accidente de acuerdo a los límites establecidos en el contrato.

Entre las principales coberturas tenemos las siguientes:

- Hospitalización.
- Honorarios médicos y quirúrgicos.
- Medicinas medicamente recetadas.
- Exámenes y pruebas de laboratorio.

- Maternidad.
- Trasplante de órganos.
- Enfermedades congénitas.
- Servicio de ambulancia.
- Equipo médico durable.
- Gastos médicos por accidente.
- Seguro de accidentes en vuelo.

Accidentes personales:

Este seguro cubre la lesión corporal por causa de accidentes entre las que pueden ser una lesión corporal que deriva de una causa violenta, súbita, externa y ajena a la intencionalidad del asegurado, que produzca invalidez temporal o permanente o muerte. Este tipo de pólizas garantiza la indemnización acordada si el asegurado sufre lesiones corporales por causa de accidentes; los mismos que pueden ocurrir mientras ejerce su profesión, ocupación declarada, o en el curso de su vida privada las 24 horas del día, los 365 días del año en cualquier parte del mundo.

Se considera dentro de la cobertura la legítima defensa, salvamento de personas o bienes.

Cobertura:

- Muerte accidental.

Coberturas adicionales:

- Invalidez total y permanente y desmembración.
- Reembolso de gastos médicos.

4.2.1.- Objetivos del proceso de producción de los seguros.

El objetivo fundamental es determinar mediante una planificación el costo de producción; el mismo que consiste en la determinación previa de los gastos indispensables para obtener un volumen dado de producción y entrega de cada tipo y de toda la producción de la empresa, con la calidad establecida. Asimismo, la magnitud del costo planificado se utiliza en los planes de las empresas, expresando la eficiencia de su actividad económico-productiva; la valoración de la efectividad económica de las diferentes medidas técnico-organizativas y de la producción en su conjunto.

La valoración de la eficiencia económica obtenida en cada una de las áreas de la empresa. Los análisis de eficiencia a tomar en cuenta al formar los precios de cualquier tipo de producción.

El costo planificado se determina en la empresa mediante los cálculos técnico-económicos de la magnitud de los gastos para el desarrollo del servicio.

El objetivo principal para el proceso de producción de los seguros es el de crear un producto que satisfaga las necesidades de las personas en un determinado momento ofreciéndoles: precio, cobertura y buen servicio satisfaciendo así las necesidades de la población a la que queremos llegar.

El objetivo del proceso de producción es el de identificar proceso que ayuden a optimizar la utilización de los recursos con los que contara la empresa, en efecto mediante métodos y procedimientos apropiados y con la utilización de recursos humanos y materiales, con servicios específicos que satisfagan las necesidades de los clientes.

En el caso de la agencia asesora productora de seguros el fin es el de ofrecer una póliza que se adapte a las necesidades de los clientes, esto generara al proyecto y aseguradoras ganancias.

Un proceso de producción definido nos ayudara a generar menos tiempo en el servicio, tener más efectividad, ofrecer una pronta respuesta al cliente, nos permitirá tener más tiempo para ofertar más seguros.

4.2.2.- Análisis y definición de los costos de un proyecto.

Los costos del proyecto estarán determinados por el estudio técnico, este estudio nos permitirá conocer cuáles serán nuestros principales costos; los que mayor influencia tengan en el desarrollo del proyecto así como los de menor incidencia.

Con este estudio determinaremos los valores reales que deberá cubrir el proyecto al corto y largo plazo, es por esto que el análisis de los costos serán de vital importancia.

Este estudio nos permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

Los costos del proyecto, se determinan en un análisis de todos los factores que de alguna manera influirán directamente en el desarrollo de este proyecto, con este estudio podremos determinar los diferentes tipos de gastos

Con este estudio determinaremos el posible escenario en el cual se va a desenvolver el proyecto.

4.2.3.- Gastos administrativos.

“Son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión, por ejemplo, gastos laborales (sueldos, gratificaciones, seguros de los gerentes, administradores, auxiliares de la empresa), alquileres, materiales y útiles de oficina, seguros, depreciación (de edificios administrativos, equipos de oficina, máquinas, muebles), impuestos.”¹⁸

¹⁸ [http://www.crecenegocios.com/la-contabilidad-de-costos/ Gastos Administrativos](http://www.crecenegocios.com/la-contabilidad-de-costos/Gastos-Administrativos)

Los principales gastos administrativos que va a tener este proyecto serán en primera estancia los sueldos de los trabajadores entendiéndose por trabajadores al personal administrativo, técnico y de servicio así como en equipos de oficina.

El sueldo del personal varía de acuerdo al área en la cual se esté desempeñando.

Dentro de la nomina del personal administrativo:

- Gerente General
- Ejecutivo de Contabilidad
- Asistente de Recepción
- Mensajero Cobrador

Dentro de la nomina del personal de ventas:

- Jefe de Negocios
- Ejecutivo de cuenta
- Ejecutivo de cuenta
- Ejecutivo de cuenta

Este es el personal con él que la empresa deberá contar para iniciar actividades.

El sueldo mínimo a pagar a un empleado según la ley de la República del Ecuador es de \$264 considerado este como el salario mínimo vital, una vez al año los empleados recibirán el decimo ter sueldo y decimo cuarto sueldo, todos estos factores consideraremos para determinar el gasto anual de los sueldos y salarios de los empleados de la empresa.

Debemos también considerar que la empresa debe incurrir en gastos tecnológicos para el desarrollo de sus actividades.

4.2.4.- Gastos generales.

Definimos gastos generales a aquellos rubros que hacen que el proyecto este en pleno funcionamiento con esto nos referimos a lo siguiente.

- Energía eléctrica.
- Agua Potable.
- Teléfono.
- Servicio de Internet.
- Arriendo de oficina.

Detalle Gastos Generales:

Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Arriendo Oficina	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Energía eléctrica	\$ 80.00	\$ 960.00
Agua potable	\$ 50.00	\$ 600.00
Teléfono	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Servicio de Internet	\$ 80.00	\$ 960.00
Total Gastos generales	\$ 1,360.00	\$ 16,320.00

Elaborado por: El Autor.

4.2.5.- Gastos de venta.

Podemos definir a los gastos de ventas a los que se realiza para vender o que sirven como instrumentos para el incremento de estas; entre estas podemos mencionar: comisiones a agentes y sus gastos de viajes, costo de muestrarios y exposiciones, gastos de propaganda, servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc.

Dentro de los gastos de ventas tendremos a aquellos que generan un valor agregado a la actividad del proyecto, los mismos que ayudaran a generar más ingresos al proyecto entre estos detallamos los siguientes:

- Comisiones a Vendedores.
- Movilización vendedor.
- Publicidad y propaganda.
- Gastos de traslado del mensajero cobrador.

Detalle Gastos de Venta:

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Comisiones Vendedores	\$ 30.00	\$ 360.00
Movilización vendedores	\$ 50.00	\$ 600.00
Publicidad y propaganda	\$ 300.00	\$ 1,500.00
Movilización mensajero	\$ 50.00	\$ 600.00
Total Gastos de Venta	\$ 430.00	\$ 3,060.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.- Inversión inicial.

La Inversión Inicial de este proyecto estará determinada por dos tipos de financiamientos: Propio y de terceros:

- **Propio:** Se determina internos a aquellas inversiones que son propias de las personas que realizan el proyecto.
- **De terceros:** Son todas las fuentes de financiamiento que vienen de terceros:
 - Bancos
 - Inversionistas

- Financieras
- Casas de valores

En un principio el financiamiento del proyecto estará determinado en un 60% a capital propio del dueño del proyecto y un 40% de préstamos de terceros (Bancarios).

4.3.3.- Activo fijo.

Son todos los bienes que son propiedad de la empresa y cuyo fin es el de la producción de un bien o servicio. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

Todos estos activos fijos están sujetos a la depreciación; la misma que se realiza en cuanto al tiempo y porcentaje de depreciación establecido para cada uno de estos; la depreciación de los mismos se produce por el deterioro de estos con el transcurso del tiempo y/o uso del bien.

Para el desarrollo del proyecto determinaremos varios activos fijos para que la empresa pueda llegar a cumplir con sus objetivos; estos activos con el transcurso del tiempo reportarán beneficios económicos al proyecto.

Dentro de los activos fijos tendremos:

- Vehículo de Trabajo
- Equipos de Computación
- Muebles y enseres.

Detalle	Valor Total
2 Motocicletas	\$ 1,600.00
Equipos de Computación	\$ 10,375.00
Muebles y Enseres	\$ 4,975.00
Total Inversiones Fijas	\$ 16,950.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.3.1.- Vehículo de trabajo.

La empresa en un primer plano necesita vehículos de trabajo para sus mensajeros cobradores; para ser específicos de motocicletas que ayuden al personal de la empresa a cumplir con sus funciones, esto generara un valor agregado y disminuirá tiempos en la consecución del trabajo del personal de la empresa.

Entre los vehículos podemos detallar los siguientes:

- 2 Motocicletas.

Detalle	Valor unitario	Valor total
2 Motocicletas Motor Uno	\$ 800.00	\$ 1,600.00
Total Vehículos		\$ 1,600.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.3.2.- Equipos de oficina.

Dentro de los principales equipos de oficina con los que contara el proyecto serán los siguientes:

- Equipos de Computación
- Impresoras
- Servidor

Detalle	Valor Unitario	Total
Equipos de Computación	\$ 800.00	\$ 8,000.00
Impresoras	\$ 125.00	\$ 375.00
Servidor	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Total Equipos de Oficina	\$ 2,925.00	\$ 10,375.00

4.3.3.3.- Muebles y enseres.

Dentro de los principales Muebles y enseres con los que contara el proyecto serán los siguientes:

- Escritorios
- Sillas
- Archivadores
- Mesas
- Muebles para la recepción
- Estantes

Detalle	Valor Unitario	Total
Escritorios	\$ 150.00	\$ 1,500.00
Teléfonos	\$ 35.00	\$ 350.00
Sillas	\$ 80.00	\$ 1,600.00
Archivadores	\$ 75.00	\$ 375.00
Mesas	\$ 100.00	\$ 300.00
Muebles para la recepción	\$ 700.00	\$ 700.00
Estantes	\$ 50.00	\$ 150.00
Total Muebles y enseres	\$ 1,190.00	\$ 4,975.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.4.- Gastos de organización.

Los Gastos de Constitución se refieren a los gastos que debe hacer el proyecto para su pleno funcionamiento y que en su mayoría pertenecen a permisos de funcionamiento dentro de la ley del Ecuador y con la obtención de todos estos el proyecto puede empezar a funcionar.

4.3.4.1.- Gastos de organización o constitución.

Dentro de los gastos de organización del proyecto tenemos los siguientes:

- Gasto para apertura de cuenta corriente
- Gastos para escritura de Constitución
- Gasto par la patente Municipal
- Gasto Para el permiso de funcionamiento
- Gasto Para la inscripción en el registro mercantil

4.3.4.2.- Gastos de instalación. Nic 38

“En algunos casos, los desembolsos se realizan para suministrar a la entidad beneficios económicos futuros, pero no se adquiere, ni se crea ningún activo, ni intangible ni de otro tipo que pueda ser reconocido como tal. En esos casos, el importe se reconocerá como un gasto en el momento en que se incurra en él. Por ejemplo, excepto cuando formen parte del coste de una combinación de negocios, los desembolsos para investigación se reconocerán como un gasto en el momento en que se incurra en ellos. Otros ejemplos de desembolsos que se reconocen como gastos son los siguientes:

(a) Gastos de establecimiento (esto es, costes de puesta en marcha de actividades), salvo que las partidas correspondientes formen parte del coste de un elemento del inmovilizado material, siguiendo lo establecido en la NIC 16 Inmovilizado material. Los gastos de establecimiento pueden consistir en costes de inicio de actividades, tales como costes legales y administrativos soportados en la creación de una entidad con personalidad jurídica, desembolsos necesarios para abrir una nueva instalación, una actividad o para comenzar una explotación (costes de preapertura), o bien costes de lanzamiento de nuevos productos o procesos (costes previos a la explotación);

(b) Gastos de actividades formativas.

(c) Gastos en publicidad y otras actividades promocionales.

(d) Gastos de reubicación o reorganización de una parte o la totalidad.”¹⁹

Dentro de los gastos iniciales que tendremos para acondicionar las instalaciones de acuerdo a las necesidades de operación de la empresa, así como para darle cierta comodidad y presentación.

¹⁹ <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC38.pdf>

Los gastos de instalación son todos aquellos en los que debe incurrir el proyecto al momento de realizar las instalaciones para que quede funcional el ambiente de trabajo; dentro de estos gastos tenemos:

- Instalación eléctrica
- Instalación Electrónica (redes)
- Instalación del mobiliario
- Instalación del Internet
- Instalación Telefónica.

Detalle	Valor
Instalación eléctrica	300.00
Instalación Electrónica (redes)	500.00
Instalación del mobiliario	1,500.00
Instalación del Internet	250.00
Instalación Telefónica.	300.00
Total Gastos de Instalación	\$ 2,850.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.4.3.- Gastos de promoción. Nic 38

Los gastos de promoción son todos aquellos en los que debe incurrir el proyecto para ofertar, promocionar el servicio dentro de estos tenemos:

- Publicidad en Prensa.
- Volantes.
- Trípticos de los diferentes productos que se ofertan.
- Tarjetas de Presentación.

Detalle	Valor Anual
Publicidad en Prensa.	\$ 250.00
Volantes.	\$ 200.00
Trípticos de los diferentes productos que se ofertan.	\$ 1,000.00
Tarjetas de Presentación.	\$ 150.00
Total Gastos de Publicidad	\$ 1,600.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.4.4.- Capacitación al personal.

Es importante realizar un programa de capacitación que se adapte a las necesidades de la empresa, ya que no son las empresas quienes tienen que adaptarse a estos, sino todo lo contrario.

La capacitación del personal es un factor esencial para el desarrollo del proyecto, con la capacitación del personal el principal objetivo es el de que entiendan cual es el giro del negocio y que productos ofreceremos al mercado.

Es nuestra principal estrategia capacitar al personal semestralmente, para cumplir con el presupuesto del año en curso; el líder del proyecto en este caso el Gerente General con ayuda de los demás gerentes capacitará al personal en sus diferentes áreas; los instrumentos que necesitaremos para las capacitaciones serán los siguientes:

- Material Instructivo

Detalle	Valor
Material Instructivo	\$ 200.00
Total Gastos Capacitación	\$ 200.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.5. Capital de trabajo.

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo de una forma más objetiva, se debe restar de los Activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma obtenemos lo que se llama el capital de trabajo neto contable. Esto supone determinar con cuantos recursos cuenta la empresa para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo.

4.3.5.1.- Suministros de oficina.

Dentro de los suministros de oficina se encuentran los siguientes:

ARTICULO	CANTIDAD	Precio Unitario	Precio Total Anual
CARPETA BLANCA	100	0.50	50.00
CARPETAS BENE GRANDES	50	0.80	40.00
CARPETAS BENE PEQUEÑAS	50	0.70	35.00
CARTUCHO IMPRESORA	5	15.00	75.00
CALCULADORAS	10	8.00	80.00
CINTA SCOTCH	1 CAJA	5.00	5.00
CINTAS DE EMBALAJE	5	5.00	25.00
CLIPES MARIPOSA	5 CAJAS	4.50	22.50
CLIPES NORMALES	5 CAJAS	4.00	20.00
ESFEROS DE COLORES	3 CAJAS	7.00	21.00
FORMULARIO AVISO DE SINIESTROS	50	25.00	25.00

ARTICULO	CANTIDAD	Precio Unitario	Precio Total Anual
FUNDA DE LIGAS	2	2.00	2.00
GOMA	5	0.75	3.75
GRAPAS	10	0.85	8.50
GRAPADORA	10	1.45	14.50
LAPICES	1 CAJA	4.00	4.00
PORTAMINAS (LAPICERO)	1 CAJA	12.00	12.00
MAQUINA SUMADORA	10	12.00	120.00
MARCADORES TIZA LIQUIDOS	1 CAJA	8.00	8.00

PAPELERAS METALICAS	10	15.00	150.00
PAPEL LASER CON LOGO	30	3.50	105.00
PAPEL PARA COPIADORA	30	3.00	90.00
PERFORADORAS	10	1.75	17.50
PILAS NORMALES	4	1.50	6.00
PORTACLIPS	10	0.80	8.00
RECIBERAS	5	1.00	5.00
REGLAS	10	0.50	5.00
RESALTADORES	1 CAJA	8.00	8.00
ROLLOS DE PAPEL CALCULADORA	1 CAJA	5.00	5.00
SACAGRAPAS	10	0.90	9.00
SOBRES AMARILLOS GRANDES	100	0.75	75.00
SOBRES BLANCOS LOGO GRANDES	100	0.85	85.00
SOBRES BLANCOS LOGO MEDIANOS	100	0.85	85.00
SOBRES PEQUEÑOS CON LOGO	100	0.85	85.00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 160.80	\$ 1,309.75

Elaborado por: El Autor.

4.3.5.2.- Implementos de limpieza, aseo y cafetería.

Los implementos de limpieza, aseo, cafetería que necesitaremos son los siguientes:

ARTICULO	CANTIDAD	Precio Unitario	Precio Total Anual
DETERGENTE	12	1.45	17.40
TRAPEADOR	5	1.85	9.25
ESCOBA	5	1.50	7.50
TRAPOS	12	0.80	9.60
LIMPIA VIDRIOS	5	2.20	11.00
DESODORANTE AMBIENTAL	12	3.00	36.00
TOALLAS DE PAPEL PARA MANOS	3 CAJAS	15.00	15.00
PAPEL HIGENICO	3 CAJAS	20.00	20.00
GEL ANTISEPTICO PARA MANOS	20	0.85	17.00
JABON LIQUIDO	1 CAJA	15.00	15.00
SECADOR DE MANOS	2	85.00	170.00
TARROS DE BASURA	5	8.00	40.00
TASAS DE CAFÉ	15	1.45	21.75
ARTICULO	CANTIDAD	Precio Unitario	Precio Total Anual
CAFÉ	5	3.50	17.50
CAFETERA	2	30.00	60.00
SILLAS	4	9.00	36.00
TOTAL SUMINISTOS DE LIMPIEZA, OFICINA, CAFETERIA		\$ 198.60	\$ 503.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.5.3.- Sueldos y salarios

Debemos recalcar las diferencias entre sueldos y salarios:

“Sueldo: Se paga por mes o quincena ya sea por trabajos intelectuales, administrativos, de supervisión o de oficina.

Salarios: Se paga por hora o por día, aunque se liquide semanalmente, esta retribución o recompensa la reciben los obreros, trabajadores o criados por sus servicios.”²⁰

Considerando esto tendríamos que en un inicio los sueldos de los empleados serian los siguientes:

²⁰ <http://es.scribd.com/doc/3123633/sueldos-y-salarios>

Detalle de los sueldos; proyección mensual y anual.

Sueldos Personal Administrativo

Nomina	Sueldo Mensual	Aporte Patronal 12.15%	Fondos de Reserva 8.33%	Total Mensual
Gerente General	\$ 1,000.00	\$ 121.50	\$ 83.30	\$ 1,204.80
Ejecutivo de Contabilidad	\$ 500.00	\$ 60.75	\$ 41.65	\$ 602.40
Asistente de Recepción	\$ 264.00	\$ 32.08	\$ 21.99	\$ 318.07
Mensajero Cobrador	\$ 264.00	\$ 32.08	\$ 21.99	\$ 318.07
Total General	\$ 2,028.00	\$ 246.40	\$ 168.93	\$ 2,443.33

Elaborado por: El Autor.

Sueldos Personal de Ventas:

Nomina	Sueldo Mensual	Aporte Patronal 12.15%	Fondos de Reserva 8.33%	Total Mensual
Jefe de Negocios	\$ 700.00	\$ 85.05	\$ 58.31	\$ 843.36
Ejecutivo de cuenta	\$ 350.00	\$ 42.53	\$ 29.16	\$ 421.68
Ejecutivo de cuenta	\$ 350.00	\$ 42.53	\$ 29.16	\$ 421.68
Ejecutivo de cuenta	\$ 350.00	\$ 42.53	\$ 29.16	\$ 421.68
Total General	\$ 1,750.00	\$ 212.63	\$ 145.78	\$ 2,108.40

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver dentro de los aportes mensuales de los trabajadores se le está pagando el 8.33% el mismo valor que corresponde a los fondos de reserva del trabajador; esta iniciativa fue tomada por el presidente de la república con el fin de reactivar la economía ecuatoriana; es decir ahora el trabajador recibe un 8.33% más en sus ingresos mensuales; es por esta razón que incluimos este rubro dentro de los cuadros de los sueldos de los trabajadores.

Sueldos Personal Administrativo:

Nomina	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aporte Patronal 12.15%	Fondos de Reserva 8.33%	Decimo Cuarto sueldo	Decimo Tercer Sueldo	Total anual
Gerente General	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,458.00	\$ 999.60	\$ 264.00	\$ 1,000.00	\$ 15,721.60
Ejecutivo de Contabilidad	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 729.00	\$ 499.80	\$ 264.00	\$ 500.00	\$ 7,992.80
Asistente de Recepción	\$ 264.00	\$ 3,168.00	\$ 384.91	\$ 263.89	\$ 264.00	\$ 264.00	\$ 4,344.81
Mensajero Cobrador	\$ 264.00	\$ 3,168.00	\$ 384.91	\$ 263.89	\$ 264.00	\$ 264.00	\$ 4,344.81
Total General	\$ 2,028.00	\$ 24,336.00	\$ 2,956.82	\$ 2,027.19	\$ 1,056.00	\$ 2,028.00	\$ 32,404.01

Sueldos Personal de Ventas:

Nomina	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aporte Patronal 12.15%	Fondos de Reserva 8.33%	Decimo Cuarto sueldo	Decimo Tercer Sueldo	Total anual
Jefe de Negocios	\$ 700.00	\$ 8,400.00	\$ 1,020.60	\$ 699.72	\$ 264.00	\$ 700.00	\$ 11,084.32
Ejecutivo de cuenta	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 510.30	\$ 349.86	\$ 264.00	\$ 350.00	\$ 5,674.16
Ejecutivo de cuenta	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 510.30	\$ 349.86	\$ 264.00	\$ 350.00	\$ 5,674.16
Ejecutivo de cuenta	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 510.30	\$ 349.86	\$ 264.00	\$ 350.00	\$ 5,674.16
Total General	\$ 1,750.00	\$ 21,000.00	\$ 2,551.50	\$ 1,749.30	\$ 1,056.00	\$ 1,750.00	\$ 28,106.80

Elaborado por: El Autor.

4.3.5.4.- Sueldo indirecto.

Nuestro principal sueldo indirecto sería el que se paga al personal de servicio; en este caso al personal de limpieza, personal de seguridad, que si bien no trabajan para nuestra organización; con la prestación de su servicio nos ayuda a mantener en cuidado nuestras instalaciones.

Detalle sueldo indirecto:

- Personal de limpieza.
- Seguridad Privada.

Detalle	Valor Mensual	Total Anual
Empresa de limpieza	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Empresa de Seguridad	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Total Sueldo Indirecto	\$ 1,100.00	\$ 13,200.00

Elaborado por: El Autor.

4.3.5.5.- Caja bancos.

Este es un monto que se va a asignar en una cuenta bancaria la misma que se le designara un monto y que debe ser utilizado par imprevistos, desperfectos, compras, etc.

4.4.- Definición de los ingresos.

“En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio o por la liquidación de activos que han superado su vida útil de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez. El flujo de ingresos puede presentar una estructura muy variada dependiendo de la clase de empresa que se trate y de los mecanismos de venta adoptados; en ocasiones los ingresos se presentan en forma

continua durante el día, lo que sucede en la mayoría de las organizaciones comerciales; pueden presentarse en forma mensual o bimestral.”²¹

Para determinar los ingresos del proyecto los determinaremos de la siguiente forma: los ingresos de este proyecto están determinados por el numero de pólizas de seguros que se vendan dentro de terminados periodos de tiempo; en este caso será mensual; otro factor que afecta el nivel de ingresos es el porcentaje de comisión que se negocie con cada aseguradora en cada uno de los ramos que vamos a ofertar; para estos analizaremos el porcentaje de comisión que paga cada aseguradora por cada uno de estos; este factor será decisivo al momento de ofertar los diferentes productos; calcularemos el numero de pólizas que debemos vender de manera mensual para cumplir con nuestro presupuesto; la prima promedio de cada póliza en cada ramo y la comisión que nos representara cada uno de estos.

Nuestro principal enfoque esta en los siguientes ramos:

- Seguros de vehículos.
- Seguros de vida.
- Seguros de asistencia médica.
- Seguros de accidentes personales.

Detalle de los porcentajes de comisión pagadas por ramo y por aseguradora.

²¹ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.

Cuadro: 13**Porcentajes de Comisión Por Ramo**

Aseguradoras	Ramos				
	Vehículos	Seguros de vida Individual	Seguros de Vida en grupo	Accidentes Personales	Asistencia Medica
A.I.G	16%	10%	20%	22.5%	10%
ECUASUIZA	15%	15%	15%	22.5%	15%
EL FENIX	16%	15%		22%	15%
EQUINOCCIAL	16%		15%	22.5%	10%
ACE	13%		20%	22.5%	
GENERALI	16%	20%	15%	22.5%	20%
ROCAFUERTE	15%	10%	15%	20%	15%
LATINA VIDA		20%	18%	15%	12.5%
LATINA	24%			25%	
SUCRE	15%	25%	15%	25%	12.5%
ALIANZA	18%			20%	
SEGUROS UNIDOS	23%		15%	22.5%	15%
COOPSEGUROS	17%	20%	15%	25%	10%
SEGUROS BOLIVAR	17%		15%	25%	12%
INTEROCEANICA	17%		15%	18%	12.5%
CONSTITUCIÓN	20%		15%	22.5%	10%
ASEGURADORA DEL SUR	18%	15%		23%	
EQUIVIDA		22.5%	17.5%	22.5%	

Aseguradoras	Ramos				
	Vehículos	Seguros de vida Individual	Seguros de Vida en grupo	Accidentes Personales	Asistencia Medica
HUMANA			10%		15%
PICHINCHA	12.5%		20%	25%	15%
PORVENIR	17%		15%	20%	15%
BMI DEL ECUADOR		25%	15%	22%	15%
ECUASANITAS					10%
SEGUROS ORIENTE	15%			20%	
RIO GUAYAS	23%		15%	22.5%	
VAZSEGUROS	15%			15.0%	
PRIMMA		20%	40%		
BMI IGUALAS		25%			15%
CENSEG	17%			22.5%	
MAPFRE ATLAS	18%		18%	22.5%	
BLUE CARD					
TRANSMEDICAL					12.5%
PALIC MEDICA					

Fuente: Tecniseguros.

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (cuadro 13); estos son los porcentajes de comisión que las aseguradoras pagan a la Agencia asesora productora de seguros; con estos porcentajes de comisión debemos calcular la prima promedio la misma que representa el valor de cada una de las pólizas vendidas por cada ramo y las mismas multiplicarlas por el porcentaje de comisión y con esto saber el nivel de ingresos que tendrá el proyecto en cada uno de estos ramos.

Como podemos ver en el (cuadro 13); en el ramo de vehículos el porcentaje más alto pagado a una agencia asesora productora de seguros en el ramo de vehículos es del 24% y el más bajo 12.5%; en el ramo de Vida individual el porcentaje de comisión más alto es del 25% y el más bajo del 10%; en el ramo de Vida en grupo el porcentaje de comisión más alto es del 40% y el más bajo es del 15%; En el ramo de accidentes personales el porcentaje de comisión más alto es del 25% y el más bajo es del 15%; en el ramo de Asistencia médica el porcentaje de comisión más alto es del 20% y el más bajo del 10%; con la información que nos revela este cuadro podemos determinar ya a

nuestros futuros socios estratégicos; obviamente el objetivo de este proyecto es generar la mayor rentabilidad posible con el fin de cubrir todos sus gastos y obtener utilidades.

4.4.1.- Vehículos.

Para poder determinar los ingresos generados por la venta de seguros de vehículos debemos determinar el valor de los automotores tanto vendidos como de los usados; el fin de determinar esto es de conocer el valor comercial de cada uno de estos y multiplicarlos por la tasa con la que la aseguradora calcula la prima neta de cada uno de estos.

Para tener una idea del número de automotores que circulan en la ciudad de Quito es importante saber el valor de unidades con el que cuenta el parque automotor, las unidades vendidas, por marca y tipo.

Se ha determinado que el parque automotor de la provincia de pichincha es de 560,326 unidades.

Quito tiene el 45% del parque automotor del Ecuador; para este año se prevé un aumento en un 12% del parque automotor lo que significa un aumento de 50 mil vehículos dándonos un total de 430 mil vehículos en lo que cierra el año 2011.

Los modelos Chevrolet más demandados en el Ecuador fueron los vehículos: Aveo Family con 12,928 unidades, los Jeep Grand Vitara y Grand Vitara SZ tuvo ventas de 11,474 unidades; la camioneta Chevrolet D-Max, con 6,544; el Chevrolet Spark con 2,726 y el Chevytaxi con 1,304 unidades vendidas.

Si tomamos en cuenta que los autos más demandados y su valor comercial respecto al año quedaría de la siguiente forma:

- **Fórmula Cálculo de la Prima Neta:**

Prima Neta = (Valor Asegurado Promedio * Tasa).

- **Fórmula de Cálculo de la Comisión:**

Comisión Ganada = (Prima Neta Generada * Porcentaje de Comisión).

Las tasas con las que calculan las aseguradoras las primas a pagar están determinadas al valor comercial de cada vehículo; es decir que de 0 a 15.000,00 dólares la tasa promedio es del 3.70%; de 15.000,00 a 30.000,00 dólares tiene una tasa promedio de 3.50% y de 30.000,00 en adelante la tasa promedio es del 3.20%; con estas tasas y la prima promedio podemos obtener la prima neta las mismas que es base de cálculo para el pago de comisiones por parte de la aseguradora; a continuación detallamos un cuadro en base a las tasas que manejan algunas aseguradoras.

Como podemos ver en la actualidad la forma en que se cotizan los seguros independientemente de que marca o año del vehículo es indiferente ya que ya están establecidas las tasas según el valor comercial de cada uno de estos independiente si el vehículo es nuevo o no.

Los porcentajes de depreciación que utilizan las compañías aseguradoras para depreciar los vehículos en un primer año corresponde al 12% de porcentaje de depreciación, a los siguientes años el porcentaje de depreciación será del 5%.

Valor comercial y tasa:

Valor Comercial	Tasa
0 a 15.000	3.70%
15.001 a 30.000	3.50%
30.000 en Adelante	3.20%

Elaborado por: El Autor.

Cuadro 14

Ventas por Tipo de Vehículo para los últimos 3 Años

Año	AUTOMOVILES	CAMIONES Y BUSES	CAMIONETAS	TODO TERRENO	VANS	TOTAL
2007	38,565	10,867	20,660	19,769	1,917	91,778
2008	46,846	12,958	27,963	22,710	2,207	112,684
2009	35,869	8,937	21,336	24,727	1,895	92,764
Total	121,280	32,762	69,959	67,206	6,019	297,226
%	40.80%	11.02%	23.54%	22.61%	2.03%	100.00%

Elaborado por: El Autor.

Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador.

Como podemos ver en el (cuadro 14); los automóviles más demandados en el Ecuador son los tipos sedan con un 40.80%; seguido de las camionetas con un 23.54% y los todo terreno con un 22.61%; Con esta estadística podemos determinar que automóviles son los más cotizados en mercado y de estos determinar el valor asegurador promedio por vehículo.

Cuadro 15

Venta de Vehículos por Marca (Top 5) para los últimos 10 Años

Año	CHEVROLET	HYUNDAI	MAZDA	TOYOTA	KIA	Total
2002	30,741	5,322	4,125	4,039	4,247	48,474
2003	25,685	5,139	3,946	3,793	3,766	42,329
2004	25,745	5,636	4,384	4,929	3,137	43,831
2005	37,594	9,436	5,343	5,713	3,449	61,535
2006	39,855	9,514	7,503	6,328	3,029	66,229
2007	36,174	9,951	8,918	7,848	2,867	65,758
2008	47,519	13,167	10,437	10,360	4,149	85,632
2009	40,185	11,814	7,692	6,372	5,432	71,495
Total	283,498	69,979	52,348	49,382	30,076	485,283
%	58%	14%	11%	10%	6%	100%

Elaborado por: El Autor.

Fuente: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador.

Como podemos ver en el (cuadro 15); los automóviles más cotizados en el mercado son los automóviles Chevrolet con un 58% hasta el 2009, la segunda marca más demanda es la marca Hyundai con el 14% seguido por la marca Mazda con un 11% en base a esto calcularemos las primas de seguros que obtendrá el proyecto.

A continuación detallaremos un cuadro con los valores comerciales de los automóviles por marca y año en base a este cuadro calcularemos la prima promedio.

Cuadro 16:

Avalúos de Automóviles por Marca y Año							
Chevrolet	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Aveo Activo 1.6L 4p STD	14,090.00	12,399.20	11,779.24	11,190.28	10,630.76	10,099.23	9,594.26
Aveo Activo 1.6L 4p A/A	14,890.00	13,103.20	12,448.04	11,825.64	11,234.36	10,672.64	10,139.01
Aveo Activo 1.6L 5p A/A	14,290.00	12,575.20	11,946.44	11,349.12	10,781.66	10,242.58	9,730.45
Aveo Activo 1.6L 5p STD	13,490.00	11,871.20	11,277.64	10,713.76	10,178.07	9,669.17	9,185.71
Aveo Emotion 1.6L 4p	16,590.00	14,599.20	13,869.24	13,175.78	12,516.99	11,891.14	11,296.58
Aveo Emotion 1.6L 4p A/A	17,290.00	15,215.20	14,454.44	13,731.72	13,045.13	12,392.88	11,773.23
Aveo Emotion Advance GLS 1.6L 4p A/A	18,990.00	16,711.20	15,875.64	15,081.86	14,327.77	13,611.38	12,930.81
Aveo Emotion GLS 1.6L 4p	17,990.00	15,831.20	15,039.64	14,287.66	13,573.28	12,894.61	12,249.88
Aveo Emotion GLS GT 1.6L 5p Corea	17,890.00	15,743.20	14,956.04	14,208.24	13,497.83	12,822.93	12,181.79
Aveo Family 1.5L 4p A/A	13,390.00	11,783.20	11,194.04	10,634.34	10,102.62	9,597.49	9,117.62
Aveo Family 1.5L 4p STD	12,690.00	11,167.20	10,608.84	10,078.40	9,574.48	9,095.75	8,640.97
Camaro RS 3.6L 2p T/A T/C USA	66,990.00	58,951.20	56,003.64	53,203.46	50,543.29	48,016.12	45,615.31
Captiva Sport 2.4L SUV 4x2 T/M MEX	35,990.00	31,671.20	30,087.64	28,583.26	27,154.10	25,796.39	24,506.57
Cruze 1.8L 4p T/A A/A T/C	28,690.00	25,247.20	23,984.84	22,785.60	21,646.32	20,564.00	19,535.80
Cruze 1.8L 4p T/M A/A T/C	27,590.00	24,279.20	23,065.24	21,911.98	20,816.38	19,775.56	18,786.78
Grand Vitara 1.6L SUV 4x4 3p A/A	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
Grand Vitara 1.6L SUV 4x4 3p DLX	18,990.00	16,711.20	15,875.64	15,081.86	14,327.77	13,611.38	12,930.81
Grand Vitara 2L SUV 4x2	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
Luv D-Max 2.5L DIE P/U C/S sin balde	19,890.00	17,503.20	16,628.04	15,796.64	15,006.81	14,256.47	13,543.64
Luv D-Max 3.5L P/U D/C 4x4 V6 Extreme	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80	20,421.01
Luv D-Max 3.5L P/U D/C V6 Extreme	28,190.00	24,807.20	23,566.84	22,388.50	21,269.07	20,205.62	19,195.34

Chevrolet	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Luv D-Max Activa 2.4L P/U D/C	21,190.00	18,647.20	17,714.84	16,829.10	15,987.64	15,188.26	14,428.85
Luv D-Max Activa 3L DIE P/U C/S	25,690.00	22,607.20	21,476.84	20,403.00	19,382.85	18,413.71	17,493.02
Luv D-Max Extreme 3L DIE P/U D/C 4x4	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80	20,421.01
Luv D-Max GLS 3L DIE	35,290.00	31,055.20	29,502.44	28,027.32	26,625.95	25,294.65	24,029.92
Luv D-Max Óptima 2.4L P/U C/S	19,490.00	17,151.20	16,293.64	15,478.96	14,705.01	13,969.76	13,271.27
Luv D-Max Óptima 2.4L P/U D/C	21,790.00	19,175.20	18,216.44	17,305.62	16,440.34	15,618.32	14,837.40
Optra Advance 1.8L 4p T/M T/C cuero	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
Silverado Hybrid 6L P/U D/C 4x2 V8 Vortek	45,390.00	39,943.20	37,946.04	36,048.74	34,246.30	32,533.99	30,907.29
Spark Activo 1L 5p	10,575.00	9,306.00	8,840.70	8,398.67	7,978.73	7,579.80	7,200.81
Spark Activo 1L 5p A/A	11,275.00	9,922.00	9,425.90	8,954.61	8,506.87	8,081.53	7,677.45
Spark GT 1.2L 5p Stec II 16v 80hp A/A	15,490.00	13,631.20	12,949.64	12,302.16	11,687.05	11,102.70	10,547.56
Spark GT 1.2L 5p Stec II 16v 80hp Full	15,690.00	13,807.20	13,116.84	12,461.00	11,837.95	11,246.05	10,683.75
Spark GT 1.2L 5p Stec II 16v 80hp STD	14,990.00	13,191.20	12,531.64	11,905.06	11,309.81	10,744.31	10,207.10
Tahoe Hybrid 6L SUV 4x4 T/A	65,990.00	58,071.20	55,167.64	52,409.26	49,788.80	47,299.36	44,934.39
Vitara 1.6L SUV 4x4 3p Inyección 16v	17,090.00	15,039.20	14,287.24	13,572.88	12,894.23	12,249.52	11,637.05

Avalúos de Automóviles por Marca y Año							
Hyundai	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Accent CVVT GL 1.6L 4p B/C V/E	15,990.00	14,071.20	13,367.64	12,699.26	12,064.30	11,461.08	10,888.03
Accent CVVT GLS 1.6L 4p B/C V/E A/A	16,990.00	14,951.20	14,203.64	13,493.46	12,818.79	12,177.85	11,568.95
Accent GL 1.4L 4p 16val B/C V/E	14,990.00	13,191.20	12,531.64	11,905.06	11,309.81	10,744.31	10,207.10
Elantra GL 1.6L 4p B/C V/E	17,990.00	15,831.20	15,039.64	14,287.66	13,573.28	12,894.61	12,249.88

Hyundai	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Elantra GL 1.6L 4p B/C V/E A/A	18,990.00	16,711.20	15,875.64	15,081.86	14,327.77	13,611.38	12,930.81
Elantra GLS 1.6L 4p B/C V/E A/A aros	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
Génesis Coupé 3.8L 2p T/A P/E cuero rin 19 (2010)	54,990.00	48,391.20	45,971.64	43,673.06	41,489.41	39,414.93	37,444.19
Getz GL 1.4L 5p B/C V/E	13,490.00	11,871.20	11,277.64	10,713.76	10,178.07	9,669.17	9,185.71
Getz GL 1.4L 5p B/C V/E A/A	14,490.00	12,751.20	12,113.64	11,507.96	10,932.56	10,385.93	9,866.64
Getz GL 1.6L 5p B/C V/E	14,290.00	12,575.20	11,946.44	11,349.12	10,781.66	10,242.58	9,730.45
Getz GL 1.6L 5p B/C V/E A/A	15,090.00	13,279.20	12,615.24	11,984.48	11,385.25	10,815.99	10,275.19
H1 TQ 2.5L CRDi van 12px T/M A/A	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80	20,421.01
Santa Fe GL 2.4L CVVT SUV 4x2 T/A 5px 172hp	37,590.00	33,079.20	31,425.24	29,853.98	28,361.28	26,943.22	25,596.05
Santa Fe GL 2.4L CVVT SUV 4x2 T/M 5px 172hp STD	31,490.00	27,711.20	26,325.64	25,009.36	23,758.89	22,570.95	21,442.40
Santa Fe GLS 2.4L CVVT SUV 4x2 T/A 7px 172hp	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45	27,230.28
Santa Fe GLS 3.5L SUV 4x4 T/A	43,990.00	38,711.20	36,775.64	34,936.86	33,190.02	31,530.51	29,953.99
Tucson ix 2.4L SUV 4x4 T/A 2AB Full Equipo	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45	27,230.28
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/A A/A	29,590.00	26,039.20	24,737.24	23,500.38	22,325.36	21,209.09	20,148.64
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/A Full Equipo	34,990.00	30,791.20	29,251.64	27,789.06	26,399.61	25,079.62	23,825.64
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/M 2AB Full Equipo	32,990.00	29,031.20	27,579.64	26,200.66	24,890.63	23,646.09	22,463.79
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/M A/A cobertor equipaje	27,990.00	24,631.20	23,399.64	22,229.66	21,118.18	20,062.27	19,059.15
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/M STD	26,590.00	23,399.20	22,229.24	21,117.78	20,061.89	19,058.79	18,105.85
Veracruz GL 3.8L SUV 4x2 T/A 255hp	47,990.00	42,231.20	40,119.64	38,113.66	36,207.98	34,397.58	32,677.70

Avalúos de Automóviles por Marca y Año							
Mazda	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
2 Hatchback 1.5L 5p T/M A/A CO	19,490.00	17,151.20	16,293.64	15,478.96	14,705.01	13,969.76	13,271.27
2 Sedan 1.5L 4p T/M A/A TAI	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
3 Sedan 1.6L 4p T/M JPN	25,990.00	22,871.20	21,727.64	20,641.26	19,609.20	18,628.74	17,697.30
3 Sedan 2L 4p 6T/M T/C JPN	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80	20,421.01
5 Van 2L van 7px Activematic T/C	31,990.00	28,151.20	26,743.64	25,406.46	24,136.14	22,929.33	21,782.86
6 Premium 2L 4p T/M 6 velocidades JPN	33,990.00	29,911.20	28,415.64	26,994.86	25,645.12	24,362.86	23,144.72
6 GT 2.5L 4p T/A JPN	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45	27,230.28
6 GT 2.5L 4p T/M JPN	37,990.00	33,431.20	31,759.64	30,171.66	28,663.08	27,229.92	25,868.43
BT-50 2.2L P/U C/S 4x2 STD	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
BT-50 2.2L P/U C/S 4x2 STD sin balde	17,990.00	15,831.20	15,039.64	14,287.66	13,573.28	12,894.61	12,249.88
BT-50 2.2L P/U D/C 4x2 STD	21,990.00	19,351.20	18,383.64	17,464.46	16,591.24	15,761.67	14,973.59
BT-50 2.5L CRD P/U D/C 4x2 STD	26,690.00	23,487.20	22,312.84	21,197.20	20,137.34	19,130.47	18,173.95
BT-50 2.5L CRD P/U D/C 4x4 STD	30,590.00	26,919.20	25,573.24	24,294.58	23,079.85	21,925.86	20,829.56
BT-50 2.5L TD P/U C/S 4x2 TAI	23,990.00	21,111.20	20,055.64	19,052.86	18,100.22	17,195.20	16,335.44
BT-50 2.5L TD P/U C/S 4x4 TAI	27,990.00	24,631.20	23,399.64	22,229.66	21,118.18	20,062.27	19,059.15
BT-50 2.5L TD P/U CM 4x4	31,990.00	28,151.20	26,743.64	25,406.46	24,136.14	22,929.33	21,782.86
BT-50 2.5L TD P/U D/C 4x4 STD	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80	20,421.01
BT-50 Action 2.5L CRD P/U D/C 4x4	32,990.00	29,031.20	27,579.64	26,200.66	24,890.63	23,646.09	22,463.79
BT-50 Rauda 2.2L P/U D/C STD	20,990.00	18,471.20	17,547.64	16,670.26	15,836.75	15,044.91	14,292.66

Mazda	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
CX-7 2.5L SUV 4x2 T/A 161hp	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45	27,230.28
CX-7 Premium 2.5L SUV 4x2 T/A 161hp	43,990.00	38,711.20	36,775.64	34,936.86	33,190.02	31,530.51	29,953.99

Avalúos de Automóviles por Marca y Año							
Toyota	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
4Runner 4L SUV 4x4 T/A T/C Limited	80,465.00	70,809.20	67,268.74	63,905.30	60,710.04	57,674.54	54,790.81
Corolla XLi 1.6L 4p T/M JPN	26,564.00	23,376.32	22,207.50	21,097.13	20,042.27	19,040.16	18,088.15
FJ Cruiser 4L SUV 4x4 T/M 239hp BD	64,965.00	57,169.20	54,310.74	51,595.20	49,015.44	46,564.67	44,236.44
Fortuner 2.7VVTi 2.7L SUV 4x4 T/A TAI	43,963.00	38,687.44	36,753.07	34,915.41	33,169.64	31,511.16	29,935.60
Fortuner 2.7VVTi 2.7L SUV 4x4 T/M TAI	42,164.00	37,104.32	35,249.10	33,486.65	31,812.32	30,221.70	28,710.62
Fortuner 2.7VVTi 2.7L SUV 4x4 T/M TAI STD	40,464.00	35,608.32	33,827.90	32,136.51	30,529.68	29,003.20	27,553.04
Hiace EFI 3L DIE van carga	30,464.00	26,808.32	25,467.90	24,194.51	22,984.78	21,835.54	20,743.77
Hilux 4DT 2.5L DIE P/U D/C 4x2 A/A TAI Turbo	31,990.00	28,151.20	26,743.64	25,406.46	24,136.14	22,929.33	21,782.86
Hilux 4DT 2.5L DIE P/U D/C 4x2 TAI Turbo	31,164.00	27,424.32	26,053.10	24,750.45	23,512.93	22,337.28	21,220.42
Hilux VVTi 2.7L P/U C/S 4x2	24,464.00	21,528.32	20,451.90	19,429.31	18,457.84	17,534.95	16,658.20
Prius Hybrid Synergy Drive 1.8L 5p E-CVT JPN	30,464.00	26,808.32	25,467.90	24,194.51	22,984.78	21,835.54	20,743.77
RAV4 2.4L SUV 4x2 T/A	40,464.00	35,608.32	33,827.90	32,136.51	30,529.68	29,003.20	27,553.04
RAV4 2.4L SUV 4x2 T/M	40,464.00	35,608.32	33,827.90	32,136.51	30,529.68	29,003.20	27,553.04
Yaris Sport Nitro 1.3L 5p	20,464.00	18,008.32	17,107.90	16,252.51	15,439.88	14,667.89	13,934.49

Avalúos de Automóviles por Marca y Año							
Kia	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Cadenza CVVT EX 3.5L 4p V6 290PS T/A cuero	44,990.00	39,591.20	37,611.64	35,731.06	33,944.51	32,247.28	30,634.92
Carens Rondo CVVT LX 2L van 7px A/A	22,590.00	19,879.20	18,885.24	17,940.98	17,043.93	16,191.73	15,382.15
Carnival CNV LX 2.7L van 8px T/A	34,990.00	30,791.20	29,251.64	27,789.06	26,399.61	25,079.62	23,825.64
Carnival CNV LX 2.9L DIE van 8px T/A	44,990.00	39,591.20	37,611.64	35,731.06	33,944.51	32,247.28	30,634.92
Cerato Forte EX 1.6L 4p A/A AB	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
Cerato Forte LX 1.6L 4p	17,290.00	15,215.20	14,454.44	13,731.72	13,045.13	12,392.88	11,773.23
Cerato Koup SX 2L 2p A/A T/A	28,990.00	25,511.20	24,235.64	23,023.86	21,872.67	20,779.03	19,740.08
Cerato Koup SX 2L 2p A/A T/M	24,990.00	21,991.20	20,891.64	19,847.06	18,854.71	17,911.97	17,016.37
Opirus GL 3.8L 4p V6 T/C cuero	45,000.00	39,600.00	37,620.00	35,739.00	33,952.05	32,254.45	30,641.73
Picanto LX 1.1L 5p	11,490.00	10,111.20	9,605.64	9,125.36	8,669.09	8,235.64	7,823.85
Picanto LX 1.1L 5p A/A	11,990.00	10,551.20	10,023.64	9,522.46	9,046.34	8,594.02	8,164.32
Rio Stylus LS 1.5L 4p A/A EC	13,490.00	11,871.20	11,277.64	10,713.76	10,178.07	9,669.17	9,185.71
Rio Stylus LS 1.5L 4p A/A T/A EC	14,490.00	12,751.20	12,113.64	11,507.96	10,932.56	10,385.93	9,866.64
Rio Xcite CVVT EX 1.6L 4p A/A T/A	17,590.00	15,479.20	14,705.24	13,969.98	13,271.48	12,607.91	11,977.51
Rio Xcite LX 1.4L 4p	14,990.00	13,191.20	12,531.64	11,905.06	11,309.81	10,744.31	10,207.10
Rio Xcite LX 1.4L 4p A/A	15,990.00	14,071.20	13,367.64	12,699.26	12,064.30	11,461.08	10,888.03
Sorento STO EX 3.5L SUV 4x2 T/A 7px full	42,990.00	37,831.20	35,939.64	34,142.66	32,435.53	30,813.75	29,273.06

Kia	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Sorento STO LX 2.4L SUV 4x2 T/M 7px	33,990.00	29,911.20	28,415.64	26,994.86	25,645.12	24,362.86	23,144.72
Sportage Active CKD L 2L SUV 4x2 T/M A/A	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14	13,611.74
Sportage Revolution Básico 2L SUV 4x2 T/M	26,990.00	23,751.20	22,563.64	21,435.46	20,363.69	19,345.50	18,378.23

Una Vez Conocidos los valores comerciales de cada uno de estos vehículos procederemos a clasificarlos por su rango de precio para así poder determinar la el Valor asegurable promedio y la prima promedio por cada rango.

Cuadro 17:

Todas las Marcas y Modelos por Rangos						
Todas las Marcas y Modelos	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Rango de 0 a 15.000						
Spark Activo 1L 5p	10,575.00	9,306.00	8,840.70	8,398.67	7,978.73	7,579.80
Spark Activo 1L 5p A/A	11,275.00	9,922.00	9,425.90	8,954.61	8,506.87	8,081.53
Picanto LX 1.1L 5p	11,490.00	10,111.20	9,605.64	9,125.36	8,669.09	8,235.64
Picanto LX 1.1L 5p A/A	11,990.00	10,551.20	10,023.64	9,522.46	9,046.34	8,594.02
Aveo Family 1.5L 4p STD	12,690.00	11,167.20	10,608.84	10,078.40	9,574.48	9,095.75
Aveo Family 1.5L 4p A/A	13,390.00	11,783.20	11,194.04	10,634.34	10,102.62	9,597.49
Aveo Activo 1.6L 5p STD	13,490.00	11,871.20	11,277.64	10,713.76	10,178.07	9,669.17
Getz GL 1.4L 5p B/C V/E	13,490.00	11,871.20	11,277.64	10,713.76	10,178.07	9,669.17
Rio Stylus LS 1.5L 4p A/A EC	13,490.00	11,871.20	11,277.64	10,713.76	10,178.07	9,669.17
Aveo Activo 1.6L 4p STD	14,090.00	12,399.20	11,779.24	11,190.28	10,630.76	10,099.23
Aveo Activo 1.6L 5p A/A	14,290.00	12,575.20	11,946.44	11,349.12	10,781.66	10,242.58
Getz GL 1.6L 5p B/C V/E	14,290.00	12,575.20	11,946.44	11,349.12	10,781.66	10,242.58
Getz GL 1.4L 5p B/C V/E A/A	14,490.00	12,751.20	12,113.64	11,507.96	10,932.56	10,385.93
Rio Stylus LS 1.5L 4p A/A T/A EC	14,490.00	12,751.20	12,113.64	11,507.96	10,932.56	10,385.93
Aveo Activo 1.6L 4p A/A	14,890.00	13,103.20	12,448.04	11,825.64	11,234.36	10,672.64
Spark GT 1.2L 5p Stec II 16v 80hp STD	14,990.00	13,191.20	12,531.64	11,905.06	11,309.81	10,744.31
Accent GL 1.4L 4p 16val B/C V/E	14,990.00	13,191.20	12,531.64	11,905.06	11,309.81	10,744.31
Rio Xcite LX 1.4L 4p	14,990.00	13,191.20	12,531.64	11,905.06	11,309.81	10,744.31

Total Valor Asegurado Promedio						
Todas las Marcas	243,390.00	214,183.20	203,474.04	193,300.34	183,635.32	174,453.56
Valor Asegurado Promedio	13,521.67	11,899.07	11,304.11	10,738.91	10,201.96	9,691.86

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (cuadro 17) el valor asegurable promedio entre vehículos de 0 a 15,000.00 dólares es de \$ 13,521.67 y para el resto de años los depreciamos un 5 por ciento anual para determinar el valor comercial de cada uno de estos automóviles por modelo y marca.

Cuadro 18

Todas las Marcas y Modelos						
Rango de 15,001 a 30,00.00	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Getz GL 1.6L 5p B/C V/E A/A	15,090.00	13,279.20	12,615.24	11,984.48	11,385.25	10,815.99
Spark GT 1.2L 5p Stec II 16v 80hp A/A	15,490.00	13,631.20	12,949.64	12,302.16	11,687.05	11,102.70
Spark GT 1.2L 5p Stec II 16v 80hp Full	15,690.00	13,807.20	13,116.84	12,461.00	11,837.95	11,246.05
Accent CVVT GL 1.6L 4p B/C V/E	15,990.00	14,071.20	13,367.64	12,699.26	12,064.30	11,461.08
Rio Xcite LX 1.4L 4p A/A	15,990.00	14,071.20	13,367.64	12,699.26	12,064.30	11,461.08
Aveo Emotion 1.6L 4p	16,590.00	14,599.20	13,869.24	13,175.78	12,516.99	11,891.14
Accent CVVT GLS 1.6L 4p B/C V/E A/A	16,990.00	14,951.20	14,203.64	13,493.46	12,818.79	12,177.85
Vitara 1.6L SUV 4x4 3p Inyección 16v	17,090.00	15,039.20	14,287.24	13,572.88	12,894.23	12,249.52
Aveo Emotion 1.6L 4p A/A	17,290.00	15,215.20	14,454.44	13,731.72	13,045.13	12,392.88
Cerato Forte LX 1.6L 4p	17,290.00	15,215.20	14,454.44	13,731.72	13,045.13	12,392.88
Rio Xcite CVVT EX 1.6L 4p A/A T/A	17,590.00	15,479.20	14,705.24	13,969.98	13,271.48	12,607.91
Aveo Emotion GLS GT 1.6L 5p Corea	17,890.00	15,743.20	14,956.04	14,208.24	13,497.83	12,822.93
Aveo Emotion GLS 1.6L 4p	17,990.00	15,831.20	15,039.64	14,287.66	13,573.28	12,894.61
Elantra GL 1.6L 4p B/C V/E	17,990.00	15,831.20	15,039.64	14,287.66	13,573.28	12,894.61
BT-50 2.2L P/U C/S 4x2 STD sin balde	17,990.00	15,831.20	15,039.64	14,287.66	13,573.28	12,894.61
Aveo Emotion Advance GLS 1.6L 4p A/A	18,990.00	16,711.20	15,875.64	15,081.86	14,327.77	13,611.38
Grand Vitara 1.6L SUV 4x4 3p DLX	18,990.00	16,711.20	15,875.64	15,081.86	14,327.77	13,611.38
Elantra GL 1.6L 4p B/C V/E A/A	18,990.00	16,711.20	15,875.64	15,081.86	14,327.77	13,611.38
Luv D-Max Óptima 2.4L P/U C/S	19,490.00	17,151.20	16,293.64	15,478.96	14,705.01	13,969.76
2 Hatchback 1.5L 5p T/M A/A CO	19,490.00	17,151.20	16,293.64	15,478.96	14,705.01	13,969.76
Luv D-Max 2.5L DIE P/U C/S sin balde	19,890.00	17,503.20	16,628.04	15,796.64	15,006.81	14,256.47
Grand Vitara 1.6L SUV 4x4 3p A/A	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14
Grand Vitara 2L SUV 4x2	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14

Todas las Marcas y Modelos Rango de 15,001 a 30,00.00	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Optra Advance 1.8L 4p T/M T/C cuero	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14
Elantra GLS 1.6L 4p B/C V/E A/A aros	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14
2 Sedan 1.5L 4p T/M A/A TAI	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14
BT-50 2.2L P/U C/S 4x2 STD	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14
Cerato Forte EX 1.6L 4p A/A AB	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14
Sportage Active CKD L 2L SUV 4x2 T/M A/A	19,990.00	17,591.20	16,711.64	15,876.06	15,082.26	14,328.14
Yaris Sport Nitro 1.3L 5p	20,464.00	18,008.32	17,107.90	16,252.51	15,439.88	14,667.89
BT-50 Rauda 2.2L P/U D/C STD	20,990.00	18,471.20	17,547.64	16,670.26	15,836.75	15,044.91
Luv D-Max Activa 2.4L P/U D/C	21,190.00	18,647.20	17,714.84	16,829.10	15,987.64	15,188.26
Luv D-Max Óptima 2.4L P/U D/C	21,790.00	19,175.20	18,216.44	17,305.62	16,440.34	15,618.32
BT-50 2.2L P/U D/C 4x2 STD	21,990.00	19,351.20	18,383.64	17,464.46	16,591.24	15,761.67
Carens Rondo CVVT LX 2L van 7px A/A	22,590.00	19,879.20	18,885.24	17,940.98	17,043.93	16,191.73
BT-50 2.5L TD P/U C/S 4x2 TAI	23,990.00	21,111.20	20,055.64	19,052.86	18,100.22	17,195.20
Hilux VVTi 2.7L P/U C/S 4x2	24,464.00	21,528.32	20,451.90	19,429.31	18,457.84	17,534.95
erato Koup SX 2L 2p A/A T/M	24,990.00	21,991.20	20,891.64	19,847.06	18,854.71	17,911.97
Luv D-Max Activa 3L DIE P/U C/S	25,690.00	22,607.20	21,476.84	20,403.00	19,382.85	18,413.71
3 Sedan 1.6L 4p T/M JPN	25,990.00	22,871.20	21,727.64	20,641.26	19,609.20	18,628.74
Corolla XLi 1.6L 4p T/M JPN	26,564.00	23,376.32	22,207.50	21,097.13	20,042.27	19,040.16

Todas las Marcas y Modelos Rango de 15,001 a 30,00.00	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/M STD	26,590.00	23,399.20	22,229.24	21,117.78	20,061.89	19,058.79
BT-50 2.5L CRD P/U D/C 4x2 STD	26,690.00	23,487.20	22,312.84	21,197.20	20,137.34	19,130.47
Sportage Revolution Básico 2L SUV 4x2 T/M	26,990.00	23,751.20	22,563.64	21,435.46	20,363.69	19,345.50
Cruze 1.8L 4p T/M A/A T/C	27,590.00	24,279.20	23,065.24	21,911.98	20,816.38	19,775.56
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/M A/A cobertor equipaje	27,990.00	24,631.20	23,399.64	22,229.66	21,118.18	20,062.27
BT-50 2.5L TD P/U C/S 4x4 TAI	27,990.00	24,631.20	23,399.64	22,229.66	21,118.18	20,062.27
Luv D-Max 3.5L P/U D/C V6 Extreme	28,190.00	24,807.20	23,566.84	22,388.50	21,269.07	20,205.62
Cruze 1.8L 4p T/A A/A T/C	28,690.00	25,247.20	23,984.84	22,785.60	21,646.32	20,564.00

Todas las Marcas y Modelos Rango de 15,001 a 30,00.00	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Cerato Koup SX 2L 2p A/A T/A	28,990.00	25,511.20	24,235.64	23,023.86	21,872.67	20,779.03
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/A A/A	29,590.00	26,039.20	24,737.24	23,500.38	22,325.36	21,209.09
Luv D-Max 3.5L P/U D/C 4x4 V6 Extreme	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80
Luv D-Max Extreme 3L DIE P/U D/C 4x4	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80
H1 TQ 2.5L CRDi van 12px T/M A/A	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80
3 Sedan 2L 4p 6T/M T/C JPN	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80
BT-50 2.5L TD P/U D/C 4x4 STD	29,990.00	26,391.20	25,071.64	23,818.06	22,627.16	21,495.80
Total Valor Asegurado Promedio Todas las Marcas	1,238,662.00	1,092,032.56	1,037,530.43	985,753.36	936,565.09	889,836.19
Valor Asegurado Promedio	22,118.96	19,500.58	18,527.33	17,602.74	16,724.38	15,889.93

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (cuadro 18) el valor asegurable promedio entre vehículos de 15,000.00 a 30,000.00 dólares es de \$ 22,118.96 y para el resto de años los depreciamos un 5 por ciento anual para determinar el valor comercial de cada uno de estos automóviles por modelo y marca.

Cuadro 19:

Todas las Marcas y Modelos Rango de 30,001 en adelante	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Hiace EFI 3L DIE van carga	30,464.00	26,808.32	25,467.90	24,194.51	22,984.78	21,835.54
Prius Hybrid Synergy Drive 1.8L 5p E-CVT JPN	30,464.00	26,808.32	25,467.90	24,194.51	22,984.78	21,835.54
BT-50 2.5L CRD P/U D/C 4x4 STD	30,590.00	26,919.20	25,573.24	24,294.58	23,079.85	21,925.86
Hilux 4DT 2.5L DIE P/U D/C 4x2 TAI Turbo	31,164.00	27,424.32	26,053.10	24,750.45	23,512.93	22,337.28
Santa Fe GL 2.4L CVVT SUV 4x2 T/M 5px 172hp STD	31,490.00	27,711.20	26,325.64	25,009.36	23,758.89	22,570.95
5 Van 2L van 7px Activematic T/C	31,990.00	28,151.20	26,743.64	25,406.46	24,136.14	22,929.33
BT-50 2.5L TD P/U CM 4x4	31,990.00	28,151.20	26,743.64	25,406.46	24,136.14	22,929.33
Hilux 4DT 2.5L DIE P/U D/C 4x2 A/A TAI Turbo	31,990.00	28,151.20	26,743.64	25,406.46	24,136.14	22,929.33
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/M 2AB Full Equipo	32,990.00	29,031.20	27,579.64	26,200.66	24,890.63	23,646.09
BT-50 Action 2.5L CRD P/U D/C 4x4	32,990.00	29,031.20	27,579.64	26,200.66	24,890.63	23,646.09
6 Premium 2L 4p T/M 6 velocidades JPN	33,990.00	29,911.20	28,415.64	26,994.86	25,645.12	24,362.86
Sorento STO LX 2.4L SUV 4x2 T/M 7px	33,990.00	29,911.20	28,415.64	26,994.86	25,645.12	24,362.86
Tucson ix 2L SUV 4x2 T/A Full Equipo	34,990.00	30,791.20	29,251.64	27,789.06	26,399.61	25,079.62
Carnival CNV LX 2.7L van 8px T/A	34,990.00	30,791.20	29,251.64	27,789.06	26,399.61	25,079.62
Luv D-Max GLS 3L DIE P/U D/C 4x4	35,290.00	31,055.20	29,502.44	28,027.32	26,625.95	25,294.65
Captiva Sport 2.4L SUV 4x2 T/M MEX	35,990.00	31,671.20	30,087.64	28,583.26	27,154.10	25,796.39

Todas las Marcas y Modelos Rango de 30,001 en adelante	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Santa Fe GL 2.4L CVVT SUV 4x2 T/A 5px 172hp	37,590.00	33,079.20	31,425.24	29,853.98	28,361.28	26,943.22
6 GT 2.5L 4p T/M JPN	37,990.00	33,431.20	31,759.64	30,171.66	28,663.08	27,229.92
Santa Fe GLS 2.4L CVVT SUV 4x2 T/A 7px 172hp	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45
Tucson ix 2.4L SUV 4x4 T/A 2AB Full Equipo	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45
6 GT 2.5L 4p T/A JPN	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45
CX-7 2.5L SUV 4x2 T/A 161hp	39,990.00	35,191.20	33,431.64	31,760.06	30,172.06	28,663.45
Fortuner 2.7VVTi 2.7L SUV 4x4 T/M TAI STD	40,464.00	35,608.32	33,827.90	32,136.51	30,529.68	29,003.20
RAV4 2.4L SUV 4x2 T/A	40,464.00	35,608.32	33,827.90	32,136.51	30,529.68	29,003.20
RAV4 2.4L SUV 4x2 T/M	40,464.00	35,608.32	33,827.90	32,136.51	30,529.68	29,003.20
Fortuner 2.7VVTi 2.7L SUV 4x4 T/M TAI	42,164.00	37,104.32	35,249.10	33,486.65	31,812.32	30,221.70
Sorento STO EX 3.5L SUV 4x2 T/A 7px full	42,990.00	37,831.20	35,939.64	34,142.66	32,435.53	30,813.75
Fortuner 2.7VVTi 2.7L SUV 4x4 T/A TAI	43,963.00	38,687.44	36,753.07	34,915.41	33,169.64	31,511.16
Santa Fe GLS 3.5L SUV 4x4 T/A	43,990.00	38,711.20	36,775.64	34,936.86	33,190.02	31,530.51
CX-7 Premium 2.5L SUV 4x2 T/A 161hp	43,990.00	38,711.20	36,775.64	34,936.86	33,190.02	31,530.51
Cadenza CVVT EX 3.5L 4p V6 290PS T/A cuero	44,990.00	39,591.20	37,611.64	35,731.06	33,944.51	32,247.28
Carnival CNV LX 2.9L DIE van 8px T/A	44,990.00	39,591.20	37,611.64	35,731.06	33,944.51	32,247.28
Opirus GL 3.8L 4p V6 T/C cuero	45,000.00	39,600.00	37,620.00	35,739.00	33,952.05	32,254.45
Silverado Hybrid 6L P/U D/C 4x2 V8 Vortek	45,390.00	39,943.20	37,946.04	36,048.74	34,246.30	32,533.99
Veracruz GL 3.8L SUV 4x2 T/A 255hp	47,990.00	42,231.20	40,119.64	38,113.66	36,207.98	34,397.58
Génesis Coupé 3.8L 2p T/A P/E cuero rin 19 (2010)	54,990.00	48,391.20	45,971.64	43,673.06	41,489.41	39,414.93

FJ Cruiser 4L SUV 4x4 T/M 239hp BD	64,965.00	57,169.20	54,310.74	51,595.20	49,015.44	46,564.67
Tahoe Hybrid 6L SUV 4x4 T/A	65,990.00	58,071.20	55,167.64	52,409.26	49,788.80	47,299.36
Camaro RS 3.6L 2p T/A T/C USA	66,990.00	58,951.20	56,003.64	53,203.46	50,543.29	48,016.12
4Runner 4L SUV 4x4 T/A T/C Limited	80,465.00	70,809.20	67,268.74	63,905.30	60,710.04	57,674.54
Total Valor Asegurado Promedio Todas las Marcas	1,661,151.00	1,461,812.88	1,388,722.24	1,319,286.12	1,253,321.82	1,190,655.73
Valor Asegurado Promedio	41,528.78	36,545.32	34,718.06	32,982.15	31,333.05	29,766.39

Elaborado por: El Autor

Como podemos ver en el (cuadro 19) el valor asegurable promedio entre vehículos de 30,001.00 en adelante dólares es de \$ 41,528.78 y para el resto de años los depreciamos un 5 por ciento anual para determinar el valor comercial de cada uno de estos automóviles por modelo y marca.

Con esto podemos resumir lo siguiente:

Cuadro 20:

Resumen Valor Promedio asegurable

Resumen por marca y modelo	P.V.P	2010	2009	2008	2007	2006
Valor Asegurado Promedio de 0 a 15,000.00	13,521.67	11,899.07	11,304.11	10,738.91	10,201.96	9,691.86
Valor Asegurado Promedio de 15,000.00 a 30,000.00	22,118.96	19,464.69	18,491.45	17,566.88	16,688.54	15,854.11
Valor Asegurado Promedio de 30,000.00 en adelante	41,528.78	36,545.32	34,718.06	32,982.15	31,333.05	29,766.39

A continuación detallaremos la prima neta promedio que recibirá la empresa por la venta de cada póliza de seguros:

Cuadro 21:

Valor Asegurado	Tasa	Prima Neta Promedio	% de Comisión	Comisión Ganada
Valor Asegurado Promedio de 0 a 15,000.00	3.70%	\$ 500.30	24%	\$ 120.07
Valor Asegurado Promedio de 15,000.00 a 30,000.00	3.50%	\$ 774.16	24%	\$ 185.80
Valor Asegurado Promedio de 30,000.00 en adelante	3.20%	\$ 1,328.92	24%	\$ 318.94

Como podemos ver en el (cuadro 21); las comisiones que podemos ganar por cada póliza de vehículo vendida; los autos más vendidos ascienden al valor de \$ 30.000.00 dólares por lo cual elaboramos nuestra mayor parte del presupuesto con estos autos.

4.4.2.- Accidentes personales.

Otro de los ramos más demandados es el de accidentes personales, y las comisiones que pagan las aseguradoras por estos ramos son altas hasta en un 22.5% de comisión por cada uno de estos.

La cotización para este tipo de ramo depende de varios factores entre estos para determinar la suma asegurable se pregunta la edad de la persona, personas que quiere incluir en la póliza; la prima promedio a asegurar depende del valor asegurable que escoja la persona es decir la cobertura que desea y en base a la mismas se calcula la prima a pagar.

El valor máximo a asegurar es de \$ 150.000 dólares y el mínimo es de \$ 20.000 dólares.

Con esto podemos determinar que la prima promedio que puede llegar a pagar una persona es de 12.00 dólares mensuales hasta un máximo de 65 dólares mensuales; 144 dólares anuales con el plan más básico; esto con un valor asegurable de 20,000 dólares y con el plan más completo es de \$ 780 dólares anuales; con esta prima basaremos nuestro estudio.

Cuadro 22:

Por Cobertura	Primas Anuales
Cobertura de \$ 20,000.00	144.00
Cobertura de \$ 50,000.00	780.00
Total General	924.00
Prima Promedio	462.00

Elaborado Por: El Autor.

Fuente: Tecniseguros.

Como podemos ver en el (cuadro 22) el tipo de cobertura mas contratado por las personas varía entre los 20,000.00 a 50,000.00 dólares.; las personas que mas contratan este tipo de seguro va entre los rangos de los 30 a 60 años de edad; la prima promedio en la que basaremos nuestro estudio se estima en \$ 462.00.

4.4.3.- Vida y asistencia médica.

Uno de los ramos más contratados es el de vida y asistencia médica debido a que todos estamos expuestos a enfermedades que pueden perjudicar nuestra salud de manera repentina; muchas de las personas buscan estar cubiertos en cuanto a su salud se refiere y su vida.

Como hemos determinado anteriormente la comisión que mínima que paga una aseguradora por estos ramos es de: por vida el 15% y por el ramo de asistencia médica el 12,5% y el máximo por vida el 40% y por el ramo de asistencia médica el 15% de comisión.

Para la cobertura de vida las preguntas que determinar la prima a pagar dependen de la edad y de si el cliente fuma o no fuma; el simple hecho de la pregunta de que si el cliente fuma o no fuma tiene el fin de determinar el índice de mortalidad del mismo; ya que si fuma tiene más posibilidad de morir con cáncer que una persona que no fuma; los rangos de edad en los que una persona puede adquirir un seguro de vida va entre los 21 a

75 años de edad; la prima a pagar por el cliente varía de acuerdo a su edad; esto quiere decir que si eres joven y no fumas la prima a pagar será menor a la de una persona mayor o una persona que fuma.

La Prima Promedio mínima que puede pagar una persona joven de 21 años con un valor asegurable mínimo de 100,000.00 dólares y que no fuma es de \$173.80 de prima anual.

La Prima Promedio mínima que puede pagar una persona joven de 21 años con un valor asegurable mínimo de 100,000.00 dólares y que si fuma es de \$227.88 de prima anual.

La Prima Promedio mínima que puede pagar una persona adulta de 30 años con un valor asegurable mínimo de 100,000.00 dólares y que no fuma es de \$183.16 de prima anual.

La Prima Promedio mínima que puede pagar una persona adulta de 30 años con un valor asegurable mínimo de 100,000.00 dólares y que si fuma es de \$242.44 de prima anual.

La Prima Promedio mínima que puede pagar una persona mayor de 50 años con un valor asegurable mínimo de 100,000.00 dólares y que no fuma es de \$391.16 de prima anual.

La Prima Promedio mínima que puede pagar una persona mayor de 50 años con un valor asegurable mínimo de 100,000.00 dólares y que si fuma es de \$565.88 de prima anual.

Como podemos ver la suma asegurada depende; podemos concluir que las personas que mas contratan este tipo de seguros son las personas entre los 25 a 55 años de edad.

Con esta información podemos decir que el valor promedio a asegurar anualmente varía entre los rangos de edad y si el cliente fumo o no.

Como Podemos ver en el (cuadro 21); con un valor asegurado de \$ 100,000.00 dólares y una vida termino de 5 años; las primas a pagar por los clientes varía según la edad y si fuma o no fuma cuando la persona es joven puede pagar primas anuales más bajas a diferencia de una persona mayor

Cuadro 23

Cuadro General de Primas Generadas en Ramos de Vida Individual

Valor Asegurable \$ 100,000.00

Termino 5 años Primas Anuales

Edades	Prima No Fumadores	Prima Fumadores
21 años	173.80	227.88
25 años	177.96	234.12
30 años	183.16	242.44
35 años	190.44	253.88
40 años	232.04	318.36
45 años	302.76	428.60
50 años	391.16	565.88
55 años	532.60	783.24
60 años	837.32	1,257.48
65 años	1,555.96	2,369.24
70 años	3,187.72	4,899.56
75 años	8,634.20	13,342.28

Elaborado por: El Autor.

Fuente: Tecniseguros S.A.

Cuadro 24

Prima Promedio generada en el Ramo de Vida Individual

Valor Asegurable \$ 100,000.00

Termino 5 años Primas Anuales

Edades	Prima No Fumadores	Prima Fumadores
21 años	173.80	227.88
25 años	177.96	234.12
30 años	183.16	242.44
35 años	190.44	253.88
40 años	232.04	318.36
45 años	302.76	428.60
50 años	391.16	565.88
55 años	532.60	783.24
Total General	2,183.92	3,054.40
Prima Promedio	272.99	381.80

Elaborado por: El Autor.

Fuente: Tecniseguros S.A.

Como podemos ver en el (cuadro 24) las personas que mas contratan este tipo de seguro va entre los rangos de los 21 a 55 años de edad; la prima promedio en la que basaremos nuestro estudio se estima en \$ 272.99 para no fumadores y de \$ 381.80 para fumadores.

Asistencia Médica:

Otro de los seguros mas contratados es el de asistencia médica; para la cobertura de asistencia médica las preguntas que determinar la prima a pagar dependen de la edad y el sexo de la persona si es hombre o mujer; los rangos de edad en los que una persona puede adquirir un seguro de asistencia media va entre los 18 a 74 años de edad; la prima a pagar por el cliente varía de acuerdo a su edad y cobertura;

BMI del Ecuador nos ofrece en su plan Flexiplan las siguientes coberturas:

Deducible de: \$ 200.00 a 400.00 dólares.

Cobertura ambulatoria de: 5,000.00 a 15,000.00 dólares.

Cobertura Hospitalaria de: 25,000.00 a 150,000. 00 dólares.

Maternidad de: 5,000.00 a 25,000 dólares.

“Flexiplan es el único programa de gastos médicos dirigido a personas naturales, residentes en el Ecuador, con una estructura que permite al cliente escoger el monto de los beneficios y el valor de la prima.

Puede aplicar toda persona que sea residente permanente en el Ecuador, entre los 18 y 75 años de edad, que haya completado debidamente su Solicitud Individual de Seguro y cuyo examen médico sea aprobado por la Compañía

Existe un Plan Básico con beneficios predeterminados, cuyos montos pueden ser reemplazados por otros de mayor límite llamados Coberturas Suplementarias, cada una de las cuales tiene un valor en prima adicional que debe ser recargado al valor del Plan Básico.

Flexiplan 200, 300 y 400

Estos planes cubren en cualquier parte del mundo, 365 día del año. Los gastos tendrán cobertura de acuerdo a los costos normales, razonables y acostumbrados del medio ecuatoriano, independientemente del lugar/país en donde se incurran.

Los planes 200, 300 y 400 presentan la opción de escoger un coaseguro Hospitalario al 100% o al 80%, únicamente dentro del Círculo de Servicios MAS. Fuera del círculo de servicios el coaseguro será reconocido al 70%. Estos planes se diferencian el uno del otro únicamente por los deducibles.

La cobertura de gastos médicos se da al titular de la póliza, conyuge o conviviente legal e hijos legalmente reconocidos.

Este beneficio se otorga a los dependientes asegurados en caso de fallecimiento del titular de la póliza por el lapso de 3 años, tiempo durante el cual BMI asume el pago de sus primas.

Aplica para los dependientes asegurados bajo la póliza, siempre y cuando cumplan con las condiciones de elegibilidad.”²²

A continuación calcularemos la prima promedio con estas coberturas:

Cobertura hospitalaria del 100%.

Periodo de cobertura: 3 años

Flexiplan: 400

Cuadro 25:

Flexiplan BMI del Ecuador

Edad	Primas Netas
18	747.00
20	763.34
25	805.90
30	886.05
35	982.80
40	1,097.51
45	1,234.43
50	1,397.58
55	1,590.64
60	1,820.84

²² <http://www.bmi.com.ec/BMI/Individual/Flexiplan>

Edad	Primas Netas
65	2,094.77
70	2,420.91
74	2,753.68
Total general	18,595.45
Prima Promedio	1,430.42

Elaborado Por: El Autor.

Fuente: Tecniseguros.

Cuadro 26:

Flexiplan BMI del Ecuador

Edad	Primas Netas
30	886.05
35	982.80
40	1,097.51
45	1,234.43
50	1,397.58
55	1,590.64
Total general	7,189.01
Prima Promedio	553.00

Elaborado Por: El Autor.

Fuente: Tecniseguros.

Como podemos ver en el (cuadro 26) las personas que mas contratan este tipo de seguro va entre los rangos de los 30 a 55 años de edad; la prima promedio en la que basaremos nuestro estudio se estima en \$ 553.00.

4.5.- Punto de Equilibrio.

“En muchas ocasiones hemos escuchado que alguna empresa está trabajando en su punto de equilibrio o que es necesario vender determinada cantidad de unidades y que el valor de ventas deberá ser superior al punto de equilibrio.

Sin embargo la realidad es otra, el punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa; entendiendo por costos variables aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc.

Los costos fijos son aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, como son la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones, etc.”²³

Se considera la siguiente fórmula:

P.E. \$=	1-	Costos Fijos
		Costos Variables
		Ventas Totales

²³ <http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/080401-el-punto-de-equilibrio.asp>

A continuación clasificaremos todos los costos fijos, variables del proyecto:

Clasificación de los Costos		
Tipos de Costos	Fijo	Variable
Costos de Comercialización		
Comisiones Vendedores		V
Movilización vendedores		V
Publicidad y propaganda		V
Movilización mensajero		V
Publicidad en Prensa.		V
Volantes.		V
Trípticos de los diferentes productos que se ofertan.		V
Tarjetas de Presentación.	F	
Material Instructivo Capacitación	F	
Costos de Administración		
Sueldos	F	
Sueldo Indirecto	F	
Arriendo Oficina	F	
Luz eléctrica	F	
Agua potable	F	
Teléfono	F	
Servicio de Internet	F	
Suministros de Oficina	F	
Suministros de Limpieza, Oficina, cafetería	F	
Gastos de Instalación	F	
Gastos de Constitución	F	
Costos de Producción	F	
Depreciación	F	
Costos de Financiación		
Intereses Pagados por prestamos	F	

Elaborado por: El Autor.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1.- Objetivos del Estudio financiero del proyecto

“Los objetivos del estudio financiero son los de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.”²⁴

5.2.- Gastos de Administración.

Los gastos administrativos del proyecto son todos aquellos que están relacionados con la actividad administrativa de la empresa; entre estos tenemos:

- Sueldos del personal administrativo.
- Sueldo indirecto
- Luz eléctrica.
- Teléfono
- Arriendo oficina
- Suministros de oficina.

²⁴ <http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero>

- Suministros de limpieza.
- Gastos de constitución.
- Gastos de instalación.

Gastos Administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Administrativos	32,404.01	33,567.32	34,772.38	36,020.71	37,313.86
Sueldo Indirecto	11,400.00	11,809.26	12,233.21	12,672.38	13,127.32
Arriendo Oficina	12,000.00	12,430.80	12,877.07	13,339.35	13,818.24
Luz eléctrica	960.00	994.46	1,030.17	1,067.15	1,105.46
Agua potable	600.00	621.54	643.85	666.97	690.91
Teléfono	1,800.00	1,864.62	1,931.56	2,000.90	2,072.74
Servicio de Internet	960.00	994.46	1,030.17	1,067.15	1,105.46
Suministros de Oficina	1,309.75	1,356.77	1,405.48	1,455.93	1,508.20
Suministros de Limpieza	503.00	521.06	539.76	559.14	579.21
Gastos de Constitución	1,350.00	-	-	-	-
Gastos de Instalación	2,850.00	-	-	-	-
Total Anual	66,136.76	64,160.29	66,463.65	68,849.69	71,321.40

Elaborado por: El Autor.

5.3.- Gastos de ventas.

Los gastos de venta son todos aquellos que se originan por las ventas o para la consecución de las mismas, entre estas tenemos las siguientes:

- Comisiones Vendedores.
- Sueldos Vendedores.
- Movilización vendedores.
- Publicidad y propaganda.
- Movilización mensajero.
- Publicidad en prensa, Volantes, Tarjetas de Presentación
- Trípticos de los diferentes productos que se ofertan.

- Material Instructivo capacitación.

Detalle Gastos de Venta

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Vendedores	\$ 28,106.80	29,115.83	30,161.09	31,243.88	32,365.53
Comisiones Vendedores	\$ 360.00	372.92	386.31	400.18	414.55
Movilización vendedores	\$ 600.00	621.54	643.85	666.97	690.91
Publicidad y propaganda	\$ 1,500.00	1,553.85	1,609.63	1,667.42	1,727.28
Movilización mensajero	\$ 600.00	621.54	643.85	666.97	690.91
Publicidad en Prensa.	\$ 250.00	258.98	268.27	277.90	287.88
Volantes.	\$ 100.00	103.59	107.31	111.16	115.15
Trípticos de los diferentes productos que se ofertan.	\$ 250.00	258.98	268.27	277.90	287.88
Tarjetas de Presentación.	\$ 150.00	155.39	160.96	166.74	172.73
Material Instructivo Capacitación	\$ 200.00	207.18	214.62	222.32	230.30
Total Gastos de Venta	\$ 32,116.80	\$ 33,269.79	\$ 34,464.18	\$ 35,701.44	\$ 36,983.12

Elaborado por: El Autor.

5.4.- Gastos Financieros

Nuestro principal gasto financiero estará ligado a la inversión que necesita el proyecto para su realización; en este caso el 40% de nuestro proyecto será solventado por un préstamo bancario el mismo que nos generara un interés anual del 10.85% anual a 5 años; a continuación detallamos la tabla de amortización del préstamo:

Descripción	Cuota	Interés
Pago Primer Semestre	4,792.72	1,966.89
Pago Segundo Semestre	4,792.72	1,813.59
Total anual	9,585.44	3,780.48

Elaborado por: El Autor.

5.5.- Presupuesto de inversión

En este estudio se determinará la cuantía de las inversiones necesarias para la puesta en marcha del proyecto como también la manera en que serán financiadas estas inversiones. Esta parte del estudio es muy importante ya que se presentará de manera monetaria y detallada los elementos que integran la estructuración financiera y de esta manera tener la idea acerca de la puesta en marcha o no del proyecto.

Inversión Total Año 1	
Activos Fijos	16,950.00
Capital de Trabajo	98,253.56
Total	115,203.56

Elaborado por: El Autor.

- Los activos fijos se detallan en el punto: 5.5.1.
- El capital de trabajo se detalla en el punto: 5.5.2.

El capital de trabajo que el proyecto es de \$115,203.56 dólares para su primer año de operación; hemos considerado que hasta el noveno mes de operación, el proyecto tendrá ya los suficientes ingresos para solventar todos sus gastos por lo cual nuestro capital de trabajo real será el de \$ 90,640.17.

Capital de trabajo para 9 meses	
Activos Fijos	16,950.00
Capital de Trabajo	73,690.17
Total	90,640.17

Elaborado por: El Autor.

5.5.1 Inversiones Fijas.

Las principales inversiones fijas que tiene este proyecto son las siguientes: equipos de computación, muebles y enseres, vehículos; los mismos que tienen más de un año de vida útil motivo por el cual se depreciarán cada uno de estos en sus valores correspondientes.

Detalle	Valor Total
2 Motocicletas	1,600.00
Equipos de Computación	10,375.00
Muebles y Enseres	4,975.00
Total Inversiones Fijas	16,950.00

Elaborado por: El Autor.

El método de depreciación más utilizado es el de línea recta; y su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{Depreciación} = \text{Costo del Activo} - \text{Valor residual} / \text{Años de vida útil}$$

Con esta definición debemos determinar los años de vida útil de cada activo y el porcentaje de depreciación de cada uno de estos.

Porcentajes de Depreciación y Amortización		
Activos Depreciables	Vida Útil (Años)	% Depreciación Anual
Vehículo	5	20%
Equipos de Computación	3	33%
Muebles y Enseres	10	10%

Activo Depreciable	Valor de la Inversión	Vida útil	% De Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2 Motocicletas	1,600.00	5	20%	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00
Equipos de Computación	10,375.00	3	33%	3,423.75	3,423.75	3,423.75		
Muebles y Enseres	4,975.00	10	10%	497.50	497.50	497.50	497.50	497.50
Total General	16,950.00			4,241.25	4,241.25	4,241.25	817.50	817.50

Elaborado por: El Autor.

5.5.2.- Capital de Trabajo.

“La Inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación, durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados”²⁵

Dentro del capital de trabajo se han determinado los siguientes gastos en los que incurrirá el proyecto de manera anual; para el cálculo anual en cuanto al incremento de los gastos del proyecto hemos tomado en cuenta la inflación del 1.0359% anual, no existe un modelo econométrico para determinar la misma así que hemos planteado el mismo esquema de crecimiento anual para todos los años del proyecto como un estimado de crecimiento; a continuación de tallamos cada uno de los rubros del proyecto y su crecimiento:

²⁵ SAPAG CHAIN, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, 5ta. Edición, Editorial McGraw-Hill, México, 2008

Gastos Administrativos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Administrativos	32,404.01	33,567.32	34,772.38	36,020.71	37,313.86
Sueldo Indirecto	11,400.00	11,809.26	12,233.21	12,672.38	13,127.32
Arriendo Oficina	12,000.00	12,430.80	12,877.07	13,339.35	13,818.24
Luz eléctrica	960.00	994.46	1,030.17	1,067.15	1,105.46
Agua potable	600.00	621.54	643.85	666.97	690.91
Teléfono	1,800.00	1,864.62	1,931.56	2,000.90	2,072.74
Servicio de Internet	960.00	994.46	1,030.17	1,067.15	1,105.46
Suministros de Oficina	1,309.75	1,356.77	1,405.48	1,455.93	1,508.20
Suministros de Limpieza	503.00	521.06	539.76	559.14	579.21
Gastos de Constitución	1,350.00	-	-	-	-
Gastos de Instalación	2,850.00	-	-	-	-
Total Anual	\$ 66,136.76	\$ 64,160.29	\$ 66,463.65	\$ 68,849.69	\$ 71,321.40

Elaborado por: El Autor.

Detalle Gastos de Venta					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Vendedores	28,106.80	29,115.83	30,161.09	31,243.88	32,365.53
Comisiones Vendedores	360.00	372.92	386.31	400.18	414.55
Movilización vendedores	600.00	621.54	643.85	666.97	690.91
Publicidad y propaganda	1,500.00	1,553.85	1,609.63	1,667.42	1,727.28
Movilización mensajero	600.00	621.54	643.85	666.97	690.91
Publicidad en Prensa.	250.00	258.98	268.27	277.90	287.88
Volantes.	100.00	103.59	107.31	111.16	115.15
Trípticos productos que se ofertan.	250.00	258.98	268.27	277.90	287.88
Tarjetas de Presentación.	150.00	155.39	160.96	166.74	172.73
Material Instructivo					
Capacitación	200.00	207.18	214.62	222.32	230.30
Total Gastos de Venta	32,116.80	33,269.79	34,464.18	35,701.44	36,983.12
Capital de Trabajo	98,253.56	97,430.09	100,927.83	104,551.13	108,304.52

Elaborado por: El Autor.

5.6.- Fuentes de financiamiento

Luego de haber determinado el monto que se requiere para poner en marcha el proyecto, es decir las inversiones necesarias, se presenta la necesidad de recurrir al financiamiento que permita llevar a cabo la realización del proyecto.

Hay dos tipos de fuentes de financiamiento: propias y de terceros; hemos considerado factible para el desarrollo de nuestro proyecto que la mejor opción de financiar el mismo es de la siguiente manera: la principal fuente de financiamiento estará ligada en un 60% a la inversión de los accionistas y el 40% de la inversión a un préstamo bancario la primera no genera intereses mientras que la segunda si los genera.

Hemos determinado una inversión que asciende a los **\$90,640.17** Dólares americanos los mismos que están financiados en un 60% por accionistas y el 40% por préstamo bancario.

La toma de decisión para financiar el 40% del proyecto corresponde a que el proyecto cuenta con inversionistas que están dispuestos a invertir en un 60% el valor total del proyecto.

Capital Propio	Préstamo Bancario	Total
60%	40%	100%
54,384.10	36,256.07	90,640.17

Elaborado por: El Autor.

Los rubros que se financian con capital propio son los activos fijos y gastos administrativos y de ventas hasta el noveno mes de operación del proyecto; después de esto el proyecto ya generara los suficientes ingresos para solventar todos sus gastos, se recurre al préstamo bancarios para poder solventar parte de los gastos administrativos y de ventas; pero esto solo es hasta el noveno mes de operación.

Rubros	Proprio 60%	Préstamo 40%	Total 100%
Activos fijos	16,950.00		16,950.00
Gastos administrativos y Ventas	37,434.10	36,256.07	73,690.17
Total	54,384.10	36,256.07	90,640.17

Elaborado por: El Autor.

5.7.- Forma de financiamiento y tabla de pago de la deuda.

Como hemos podido determinar este proyecto necesitara financiar el 40% de su capital de trabajo; la forma en que lo vamos a realizar será mediante un prestamos bancario el mismo que lo realizaremos a la Corporación Financiera Nacional (CFN) el mismo que otorga un plazo de 5 años con un interés anual nominal del 10.85%, la formula que aplican para calcular la cuota a pagar semestral es la del interés compuesto:

Como podemos ver en la siguiente la amortización de la deuda y las cuotas semestrales a pagar:

- Monto del préstamo: \$ 36,256.07
- Número de cuotas del Crédito: 5 años.
- Tasa interés nominal (Anual) (i): 10.85%

Amortización de la deuda (en dólares) Largo Plazo							
Año	Periodo de Pago Anual	Cuota Anual	Interés Semestral	Amortización	Saldo Insoluto	Interés Anual	Amortización Anual
					\$ 36,256.07		
1	1	4,792.72	1,966.89	2,825.83	33,430.24	3,780.48	5,804.96
	2	4,792.72	1,813.59	2,979.13	30,451.11		
2	3	4,792.72	1,651.97	3,140.75	27,310.37	3,133.56	6,451.88
	4	4,792.72	1,481.59	3,311.13	23,999.23		
3	5	4,792.72	1,301.96	3,490.76	20,508.47	2,414.54	7,170.90
	6	4,792.72	1,112.58	3,680.14	16,828.34		
4	7	4,792.72	912.94	3,879.78	12,948.55	1,615.40	7,970.04
	8	4,792.72	702.46	4,090.26	8,858.29		
5	9	4,792.72	480.56	4,312.16	4,546.13	727.19	8,858.25
	10	4,792.72	246.63	4,546.09	0.04		
Total General		47,927.20				11,671.17	36,256.03

Elaborado por: El Autor.

5.8.- Proyección Costos y Gastos totales del proyecto.

Para la proyección de los costos y gastos totales del proyecto tomaremos en cuenta el incremento o decremento del índice inflacionario del país del mismo que calcularemos un promedio para determinar el incremento de los costos y gastos en el tiempo.

Cuadro: 27

Inflación Mensual desde Junio del 2010 hasta Junio del 2011	
FECHA	VALOR
Junio-30-2011	4.28%
Mayo-31-2011	4.23%
Abril-30-2011	3.88%
Marzo-31-2011	3.57%
Febrero-28-2011	3.39%
Enero-31-2011	3.17%
Diciembre-31-2010	3.33%
Noviembre-30-2010	3.39%
Octubre-31-2010	3.46%
Septiembre-30-2010	3.44%
Agosto-31-2010	3.82%
Julio-31-2010	3.40%
Junio-30-2010	3.30%
Total General	46.66%
Promedio de inflación Anual	3.59%
Fuente: Banco central del Ecuador	

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (cuadro 27); para determinar el promedio de inflación anual hemos considerado el nivel inflacionario desde junio de 2010 hasta junio 2011; sacando un promedio de la inflación del 3.59% el mismo que se considerara en la proyección de nuestros costos y gastos del proyecto.

5.9.- Ingresos del proyecto.

Como ya hemos determinado nuestros ingresos estarán compuestos por los ingresos por comisiones que reciba la empresa durante su ejercicio; nuestros principales productos los mismos que ofertaremos al mercado son los siguientes:

- Vehículos.
- Seguros de Vida.
- Accidentes Personales.
- Asistencia Médica.

De cada uno de estos hemos calculado la prima promedio que recibiremos y elaboraremos nuestro presupuesto:

Vehículos:

A continuación detallaremos el presupuesto anual en el ramo de vehículos:

Cuadro 28:

Presupuesto Anual:

Ventas Mensuales de Vehículos	Cantidad Anual	Prima Neta Promedio	% de Comisión	Comisión Ganada	Total Anual
Valor Asegurado Promedio de 0 a 15,000.00	300	500.30	24%	120.07	36,021.72
Valor Asegurado Promedio de 15,000.00 a 30,000.00	200	774.16	24%	185.80	37,159.86
Valor Asegurado Promedio de 30,000.00 en adelante	100	1,328.92	24%	318.94	31,894.10
Total General	600				105,075.68

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (cuadro 28) nuestro presupuesto es de 600 pólizas vendidas; si hablamos de un parque automotor del 430.000 hasta finales de este año solo en la ciudad de Quito, estamos hablando de que el 0.13953% equivale a 600 pólizas de vehículos vendidas, dándonos un promedio mensual de ventas de 50 pólizas mensuales vendidas en este ramo, siendo este presupuesto muy bajo estimado que podemos superar estas expectativas en un primer año de operación.

Seguros de Vida:

A continuación detallaremos el presupuesto anual en el ramo de vida individual:

Rango de Edad	Fuma	Cantidad	Prima Neta Promedio	% de Comisión	Comisión Ganada	Total Anual
Edad entre 21-55 Años	Si	64	381.80	40%	152.72	9,774.08
Edad entre 21-55 Años	No	64	272.99	40%	109.196	6,988.54
Total General		128	654.79			16,762.62

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el cuadro de seguros de vida la cantidad de pólizas vendidas es de 128; las mismas corresponden al presupuesto anual propuesto en nuestro proyecto y se fundamenta con el estudio de mercado de este proyecto; al saber que más del 50% de la población no cuenta con este tipo de seguro; el mismo es un presupuesto muy bajo para el primer año de operación del proyecto.

Accidentes personales:

A continuación detallaremos el presupuesto anual en el ramo de accidentes personales:

Por Cobertura	Cantidad	Prima Neta Promedio	% de Comisión	Comisión Ganada	Total Anual
Cobertura de \$ 20,000.00 a 50,000.00	64	462.00	22.5%	103.95	6,652.80
Total General	64	462			6,652.80

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el cuadro de accidentes personales la cantidad de pólizas vendidas para el primer año de operaciones de 64; las mismas corresponden al presupuesto anual propuesto en nuestro proyecto y se fundamenta con el estudio de mercado de este proyecto; al saber que más del 50% de la población no cuenta con este tipo de seguro; el mismo es un presupuesto muy bajo para el primer año de operación del proyecto.

Asistencia Médica:

A continuación detallaremos el presupuesto anual en el ramo de accidentes personales:

Rango de Edad	Cantidad	Prima Neta Promedio	% de Comisión	Comisión Ganada	Total Anual
Edad entre 30-55 Años	100	553.00	15%	82.95	8,295.01
Total General					8,295.01

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el cuadro de asistencia médica la cantidad de pólizas vendidas para el primer año de operaciones de 100; las mismas corresponden al presupuesto anual propuesto en nuestro proyecto y se fundamenta con el estudio de mercado de este proyecto; al saber que más del 30.67% de la población no cuenta con este tipo de seguro; el mismo es un presupuesto muy bajo para el primer año de operación del proyecto.

Resumen de los ingresos por ramos:

Ramo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículos	105,075.68	115,583.25	127,141.57	139,855.73	153,841.30
Vida	16,762.62	18,438.89	20,282.78	22,311.05	24,542.16
Accidentes Personales	6,652.80	7,318.08	8,049.89	8,854.88	9,740.36
Asistencia Medica	8,295.01	9,124.51	10,036.96	11,040.66	12,144.73
Total General Anual	136,786.11	150,464.73	165,511.20	182,062.32	200,268.55

Elaborado por: El Autor.

Para el cálculo de nuestros ingresos posteriores hemos considerado un aumento en ventas del 10% anual para cada uno de los ramos en que se trabajará.

CAPITULO VI

EVALUACION DEL PROYECTO

6.1.- Objetivos de la evaluación financiera.

El objetivo de realizar la evaluación financiera corresponde al punto de vista de la empresa y sus inversionistas privados, quienes efectúan contribuciones de recursos en calidad de aportaciones necesarias para la realización del proyecto.

Nuestras bases para realizar la evaluación financiera serán la aplicación de principios contables y financieros; los cuales nos permitirán revelar información de la empresa la misma que ayudará en la toma de decisiones de los propietarios e inversionistas.

6.2.- Estados Financieros Pro-forma.

Los estados financieros pro-forma nos permitirán conocer la situación financiera a través del tiempo; utilizaremos los siguientes:

- Estado de situación inicial.
- Estado de resultados.
- Flujos de caja.
- Balance General.
- Flujo neto del efectivo.

6.2.1.- Estado de situación inicial.

Espinel & Asociados Asesores de Seguros CIA LTDA. Estado de Situación Inicial (dólares usd)			
Activos:		Pasivos	
Activo Corriente:	73,690.17	Pasivo Corriente	
Efectivo y sus equivalentes	73,690.17	Préstamo a largo plazo	36,256.07
Activo Fijo:	16,950.00	Total Pasivos	36,256.07
2 Motocicletas	1,600.00		
Equipos de Computación	10,375.00	Patrimonio	
Muebles y Enseres	4,975.00	Capital Social	54,384.10
		Total Patrimonio	54,384.10
Total Activos	90,640.17	Total Pasivos y Patrimonio	90,640.17

Elaborado por: El Autor.

6.2.2.- Estado de Resultados

“El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período determinado.

El estado de resultados es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas, costos y gastos resultantes en un período determinando.”²⁶

²⁶ ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO, Contabilidad general, Sexta Edición, Editorial MacGraw- HillMM, Colombia, 2008.

Espinel & Asociados Asesores de Seguros CIA LTDA.						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (Dólares USD)						
	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ventas	136,786.11	150,464.73	165,511.20	182,062.32	200,268.55
-	Gastos Administrativos	66,136.76	64,160.29	66,463.65	68,849.69	71,321.40
-	Gastos de Ventas	32,116.80	33,269.79	34,464.18	35,701.44	36,983.12
-	Depreciación	4,241.25	4,241.25	4,241.25	817.50	817.50
=	Utilidad Operacional	34,291.30	48,793.39	60,342.12	76,693.68	91,146.53
-	Gastos Financieros	3,780.48	3,133.56	2,414.54	1,615.40	727.19
=	Utilidad Antes de Reparto	30,510.82	45,659.83	57,927.58	75,078.29	90,419.34
-	15% participación Trabajadores	4,576.62	6,848.97	8,689.14	11,261.74	13,562.90
=	Utilidad Antes de Impuestos	25,934.20	38,810.86	49,238.44	63,816.54	76,856.44
-	25% Impuesto a la Renta	6,483.55	9,702.71	12,309.61	15,954.14	19,214.11
=	Utilidad o pérdida neta	19,450.65	29,108.14	36,928.83	47,862.41	57,642.33
-	Reserva Legal 10%	1,945.06	2,910.81	3,692.88	4,786.24	5,764.23
-	Utilidades retenidas 40%	7,780.26	11,643.26	14,771.53	19,144.96	23,056.93
-	Dividendos 50%	9,725.32	14,554.07	18,464.42	23,931.20	28,821.16

Elaborado por: Andres Espinel C.

6.2.3.- Flujo de Caja

“El flujo neto de caja” es un esquema que presenta en forma orgánica y sistemática cada una de las erogaciones e ingresos líquidos registrados período por período. El principio básico de la evaluación es que el proyecto resulta recomendable en la medida que los beneficios superen los costos.”²⁷

²⁷ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.

Espinel & Asociados Asesores de Seguros CIA LTDA.						
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL PROYECTADO (Dólares USD)						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES		136,786.11	150,464.73	165,511.20	182,062.32	200,268.55
Ventas		136,786.11	150,464.73	165,511.20	182,062.32	200,268.55
(-) EGRESOS OPERACIONALES		98,253.56	97,430.09	100,927.83	104,551.13	108,304.52
Gastos Administrativos		66,136.76	64,160.29	66,463.65	68,849.69	71,321.40
Gastos de Ventas		32,116.80	33,269.79	34,464.18	35,701.44	36,983.12
FLUJO OPERACIONAL		38,532.55	53,034.64	64,583.37	77,511.18	91,964.03
INGRESOS NO OPERACIONALES	90,640.17					
Crédito a institución Financiera LP	36,256.07					
Aportes de Capital	54,384.10					
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES	16,950.00	9,585.44	20,645.61	26,137.13	30,584.19	36,801.32
Pago de Intereses por crédito LP		3,780.48	3,133.56	2,414.54	1,615.40	727.19
Pago Amortización Crédito LP		5,804.96	6,451.88	7,170.90	7,970.04	8,858.25
15% Participación Trabajadores			4,576.62	6,848.97	8,689.14	11,261.74
25% Impuesto a la renta			6,483.55	9,702.71	12,309.61	15,954.14
<i>Adquisición Activos Fijos</i>	16,950.00					
FLUJO NO OPERACIONAL	73,690.17	(9,585.44)	(20,645.61)	(26,137.13)	(30,584.19)	(36,801.32)
FLUJO NETO GENERADO	73,690.17	28,947.11	32,389.03	38,446.24	46,927.00	55,162.71
SALDO INICIAL DE CAJA		73,690.17	102,637.28	135,026.31	173,472.56	220,399.55
SALDO FINAL DE CAJA	73,690.17	102,637.28	135,026.31	173,472.56	220,399.55	275,562.26

Elaborado por: El Autor.

6.2.4.- Balance General

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas del activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.”²⁸

Espinel & Asociados Asesores de Seguros CIA LTDA.						
BALANCE GENERAL PROFORMA (Dólares USD)						
Descripción	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Activos:						
<u>Activo Corriente</u>						
Caja/Bancos	73,690.17	102,637.28	135,026.31	173,472.56	220,399.55	275,562.26
Total Activos Corrientes	73,690.17	102,637.28	135,026.31	173,472.56	220,399.55	275,562.26
<u>Activos Fijos</u>						
Vehiculos	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00
Equipos de Computación	10,375.00	10,375.00	10,375.00	10,375.00	10,375.00	10,375.00
Muebles y Enseres	4,975.00	4,975.00	4,975.00	4,975.00	4,975.00	4,975.00
Sub-total Activos Fijos						
(-)Dep. Acumulada		4,241.25	8,482.50	12,723.75	13,541.25	14,358.75
Total Activos Fijos	16,950.00	12,708.75	8,467.50	4,226.25	3,408.75	2,591.25
TOTAL ACTIVOS	90,640.17	115,346.03	143,493.81	177,698.81	223,808.30	278,153.51
PASIVOS:						
<u>Pasivo Corriente</u>						
Utilidades por pagar	-	4,576.62	6,848.97	8,689.14	11,261.74	13,562.90
Impuestos por pagar	-	6,483.55	9,702.71	12,309.61	15,954.14	19,214.11
Total Pasivo Corriente		11,060.17	16,551.69	20,998.75	27,215.88	32,777.01

²⁸ ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO, Contabilidad general, Sexta Edición, Editorial MacGraw- HillMM, Colombia, 2008.

<u>Pasivo Largo Plazo</u>						
Préstamo a largo Plazo	36,256.07	30,451.11	23,999.23	16,828.34	8,858.29	0.04
Total Pasivo a largo Plazo	36,256.07	30,451.11	23,999.23	16,828.34	8,858.29	0.04
TOTAL PASIVOS	36,256.07	41,511.28	40,550.92	37,827.08	36,074.17	32,777.05
PATRIMONIO:						
Capital Social	54,384.10	54,384.10	54,384.10	54,384.10	54,384.10	54,384.10
Reserva Legal Acumulada		1,945.06	4,855.88	8,548.76	13,335.00	19,099.24
Utilidades retenidas		7,780.26	19,423.52	34,195.05	53,340.01	76,396.94
Dividendos		9,725.32	24,279.39	42,743.81	66,675.02	95,496.18
TOTAL PATRIMONIO	54,384.10	73,834.75	102,942.89	139,871.72	187,734.13	245,376.46
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	90,640.17	115,346.04	143,493.81	177,698.81	223,808.30	278,153.52
Activo- (Pasivo+Patrimonio)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)

Elaborado por: El Autor.

6.2.5 Flujo neto del efectivo

Para elaborar el flujo neto del efectivo lo haremos por el método directo; utilizando el formato información del estado de resultados como los ingresos percibidos de manera anual del proyecto así como las amortizaciones y depreciaciones las mismas que irán sumadas ya que las mismas no representan un desembolso real de dinero; de igual manera restaremos los gastos generados por el proyecto como son los gastos administrativos, de ventas, y financieros, de igual manera sumaremos el valor residual de los activos que todavía tengan vida útil; adicionalmente colocamos los valores del año cero como son: activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo el mismo que debe ser recuperable a lo largo del proyecto en este caso en el año 5.

Espinel & Asociados Asesores de Seguros CIA LTDA.							
FLUJO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA (dólares USD)							
	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos		136,786.11	150,464.73	165,511.20	182,062.32	200,268.55
	Total ingresos		136,786.11	150,464.73	165,511.20	182,062.32	200,268.55
-	Gastos Administrativos		66,136.76	64,160.29	66,463.65	68,849.69	71,321.40
-	Gastos de Ventas		32,116.80	33,269.79	34,464.18	35,701.44	36,983.12
-	Gastos Financieros		3,780.48	3,133.56	2,414.54	1,615.40	727.19
=	Utilidad Antes de Reparto		34,752.07	49,901.08	62,168.83	75,895.79	91,236.84
-	15% Participación Trabajadores		4,576.62	6,848.97	8,689.14	11,261.74	13,562.90
=	Utilidad Antes de Impuestos		30,175.45	43,052.11	53,479.69	64,634.04	77,673.94
-	25% Impuesto a la Renta		6,483.55	9,702.71	12,309.61	15,954.14	19,214.11
=	Utilidad Neta		23,691.90	33,349.39	41,170.08	48,679.91	58,459.83
+	Depreciaciones		4,241.25	4,241.25	4,241.25	817.50	817.50
-	Pago de Capital del Préstamo		5,804.96	6,451.88	7,170.90	7,970.04	8,858.25
-	Inversión en Activos Fijos	16,950.00					2,591.25
-	Capital de Trabajo	73,690.17					73,690.17
=	Flujo Neto de Efectivo	90,640.17	22,128.19	31,138.76	38,240.44	41,527.36	50,419.08

Elaborado por: El Autor.

6.3 Indicadores de rentabilidad

Estos indicadores financieros nos ayudarán a medir la efectividad de la administración de la empresa o para la evaluación de un proyecto; nos permitirá controlar los costos y gastos y, de esta manera convertir ventas en utilidades. Los indicadores más utilizados son: margen bruto, margen operacional, margen neto y rendimiento de patrimonio.

6.3.1 Tasa de descuento o costo promedio del capital (TMAR)

“Antes de tomar cualquier decisión, todo inversionista, ya sea persona física, empresa, gobierno, o cualquier otro tiene el objetivo de obtener un beneficio por el desembolso que va a realizar”²⁹

La tasa de descuento o costo de capital no es otra que la rentabilidad que los inversionistas exigen de la inversión realizada.

La fórmula que nos servirá para el cálculo de la TMAR es la siguiente:

$$\mathbf{TMAR=i + f + if}$$

Esta formula la aplicaremos teniendo en cuenta que nuestro proyecto es financiado por accionistas y por el capital de terceros en este caso el de una institución financiera, a continuación detallaremos un cuadro con las tasas detalladas que debemos aplicar para el cálculo de la TMAR:

²⁹ VACA URBINA, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica,-4a. Edición, Editorial MacGraw Hill, México, 2007.

Cuadro 29:

TMAR=i+f+i.f	
Tasa Pasiva (TP)	4.58%
Tasa Activa (TA)	8.37%
Premio al riesgo (i)	12.24%
Inflación (i)	3.68%
Recursos Propios (RP)	50%
Recursos de Terceros (RT)	50%

Datos al 20 de Septiembre de 2011

Fuente: <http://www.bce.fin.ec>

Elaborado por: El Autor.

Cuadro 30:

$$WACC = \frac{(D \cdot K_D)(1-T) + P(K_C)}{D+P}$$

T= Tasa Impuesto a la renta

D= Deuda

P= Patrimonio

K_d= Tasa de interés CFN

K_c= Tasa de rendimiento del inversionista.

Tasa de interés real	8.37%
Prima de Inflación	3.68%
Prima de riesgo país	12.24%
Tasa de rendimiento KC	24.29%

$$\text{WAAC} = \frac{(36,256.07 * 10.85\%)(1 - 0.3625) + 54,384.10(24.29\%)}{36,256.07 + 54,384.10}$$

$$\text{WAAC} = \frac{15717.68493}{90640.17}$$

$$\text{WAAC} = 17.34\%$$

6.3.2 Valor actual neto (VAN)

“El valor presente simplemente significa traer el futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente. En términos formales de evaluación económica, cuando se trasladan cantidades del presente al futuro se dice que se utiliza una tasa de interés, pero cuando se trasladan cantidades del futuro al presente, como en el cálculo del VPN, se dice que se utiliza una tasa de descuento; por ello, a los flujos de efectivo ya trasladados al presente se les llama flujos descontados.”³⁰

Aplicaremos la siguiente fórmula para su cálculo:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Donde:

Q_n = Flujo neto del efectivo del año n , que corresponde a la ganancia neta después de impuestos en el año n .

I = Inversión inicial en el año cero.

r = Tasa de referencia que corresponde a la TMAR.

³⁰ VACA URBINA, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica, -4a. Edición, Editorial MacGraw Hill, México, 2007.

Obteniendo los siguientes resultados:

Cuadro 31:

$r=17.34\%$

Valor Actual Neto			
Años	Flujo de Caja Neto	$(1+r)^n$	Flujo de caja Neto Actualizado
0	(90,640.17)	0	(90,640.17)
1	22,128.19	1.1734	18,858.18
2	31,138.76	1.37686756	22,615.66
3	38,240.44	1.6156164	23,669.25
4	41,527.36	1.89576428	21,905.34
5	50,419.08	2.2244898	22,665.46
VAN			19,073.72

Elaborado por: El Autor.

“Si $VPN > 0$, es conveniente aceptar la inversión, ya que estaría ganando mas del rendimiento solicitado.

Si $VPN < 0$, se debe rechazar la inversión porque no se estaría ganando el rendimiento mínimo solicitado.”³¹

Como podemos ver en el (Cuadro 31); El VAN es mayor que cero, por lo que es rentable la inversión con un resultado de \$ 49,994.52 siendo viable la inversión.

³¹ VACA URBINA, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica,-4a. Edición, Editorial MacGraw Hill, México, 2007.

6.3.3 Tasa interna de retorno (TIR)

“La ganancia anual que tiene cada inversionista se puede expresar como un tasa de rendimiento o de ganancia anual llamada tasa interna de rendimiento.

De esta manera, el criterio para tomar decisiones con la TIR es el siguiente:

- Si $TIR > o = TMAR$ es recomendable aceptar la inversión.
- Si $TIR < TMAR$ es preciso rechazar la inversión.

Dicho de esta forma simple, si el rendimiento que genera el proyecto por si mismo es mayor, o al menos igual a la tasa de ganancia que está solicitando el inversionista, se debe invertir; en caso contrario, es decir, cuando el proyecto no genera ni siquiera el mínimo de ganancia que se está solicitando, entonces se deberá rechazar la inversión.”³²

Por objetos de estudio se calculo el TIR en el aplico de Excel de Microsoft Office; el mismo que nos dio el siguiente resultado:

TIR = 25.05%

Dándonos a entender que el proyecto generara rentabilidad y debe aceptarse y cumpliéndose nuestro criterio para tomar decisiones que dice: Si $TIR > o = TMAR$ es recomendable aceptar la inversión.

³² VACA URBINA, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica,-4a. Edición, Editorial MacGraw Hill, México, 2007.

6.3.4 Periodo de recuperación de la inversión

“El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.”³³

Cuadro 32:

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)			
Años	Flujo de Caja Neto	Flujo de Caja	Recuperación de la Inversión
0	(90,640.17)	(90,640.17)	(90,640.17)
1	22,128.19	18,858.18	(71,781.99)
2	31,138.76	22,615.66	(49,166.34)
3	38,240.44	23,669.25	(25,497.08)
4	41,527.36	21,905.34	(3,591.74)
5	50,419.08	22,665.46	19,073.72

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (Cuadro 32); en el cuarto año estaremos recuperando nuestra inversión; esto se debe a un incremento en la utilidad y la disminución del préstamo bancario.

³³ <http://pymesfuturo.com/pri.htm>

El periodo de recuperación de la inversión se da exactamente al cuarto año y un mes de operación.

22,665.46	1
3,591.74	x= 0.14

$$X = 0.14 * 12 = 1.71778105$$

PRC= 4 años, 1.71 meses

6.4.- Indicadores financieros

“Un índice financiero es una relación entre dos cifras extraídas de los estados financieros (balance general, estado de resultados, flujo de caja, estado fuentes y aplicación de recursos) o de cualquier otro informe interno (presupuesto, gestión de la calidad, etc.), con el cual el usuario de la información busca tener una medición de los resultados internos de un negocio o de un sector específico de la economía, aspecto que confronta con parámetros previamente establecidos como el promedio de la actividad, los índices de periodos anteriores, los objetivos de la organización y los índices de sus principales competidores.”³⁴

6.4.1.- Rentabilidad total (ROI)

El concepto del ROI es aplicado en muchas situaciones diferentes, tales como la evaluación de la rentabilidad de un negocio o una oportunidad de inversión específica.

Formula:

$$\text{Rendimiento de la inversión (ROI)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

³⁴ <http://www.pymesfuturo.com/Indicadores.htm>

Calculo:

Cuadro 33:

Rendimiento de la Inversión (ROI)				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
24%	34%	42%	51%	60%

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (Cuadro 33); en el primer año de funcionamiento del proyecto se obtiene una utilidad del 24%, lo que significa que el proyecto ha tenido una alta utilidad comprada con la inversión.

6.4.2 Rendimiento del patrimonio (ROE)

Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa.

Formula:

$$\text{Rendimiento del Patrimonio (ROE)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Calculo:

Cuadro 34:

Rendimiento del Patrimonio (ROE)				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
0.30	0.29	0.27	0.24	0.22

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (Cuadro 34) en el primer año de funcionamiento del proyecto; el inversionista recibe 0.30 centavos de beneficio por cada dólar que aporten.

6.4.3.- Coeficiente de endeudamiento

Mide la magnitud que posee el financiamiento por fondos ajenos, dentro del total del financiamiento

Formula:

$$\text{Coeficiente de Endeudamiento} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}}$$

Calculo:

Cuadro 35:

Coeficiente de Endeudamiento				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
37%	29%	22%	17%	12%

Elaborado por: El Autor.

Como Podemos ver en el (Cuadro 35); para el primer año el 37% del Activo de la empresa está financiado por terceros, para los años subsiguientes la deuda se reduce hasta llegar al año 5 con un 12%.

6.4.4.- Índice de apalancamiento

El índice de apalancamiento, muestra la participación de terceros en el capital de la empresa; es decir compara el financiamiento originado por tercero con los recursos de los accionistas, socios o dueños, para establecer cuál de las dos partes corre mayor riesgo.

Formula:

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Pasivo LP}}{\text{Patrimonio Total}}$$

Calculo:

Cuadro 36:

Apalancamiento Financiero				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
41%	23%	12%	5%	0%

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (Cuadro 36); El capital aportado por terceros en el primer año es de 41% dándonos a entender que la empresa debe un capital importante en este caso a la institución financiera que le otorgo el prestamos; el mismo que se reduce a 0% en el quinto año dándonos a entender que la deuda ha sido saldada.

6.4.5.- Índice de Cobertura

Este indicador financiero indica el grado en el que la entidad puede cubrir sus intereses bancarios con la utilidad operacional.

Formula:

$$\text{Cobertura de Intereses} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Gastos Financieros}}$$

Calculo:

Cuadro 37:

Cobertura de Intereses				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
11.16	18.13	28.37	50.50	132.26

Elaborado por: El Autor.

Como podemos ver en el (Cuadro 37), la empresa en su primer año tiene \$12.76 dólares para cubrir su obligación bancaria con el transcurso del tiempo la misma va en aumento esto corresponde a que la empresa va incrementando sus operaciones y utilidad.

6.5.- Punto de Equilibrio

El objetivo del punto de equilibrio es el de determinar cuando nuestros ingresos serán igual a nuestros egresos; en este punto la empresa no obtendrá ganancias ni tampoco perdidas.

Para poder determinar el punto de equilibrio clasificamos nuestros costos en fijos y variables y lo determinamos matemáticamente y gráficamente la formula de aplicación fue la siguiente:

$$\text{P.E. } \$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Clasificación de los costos y gastos proyectados:

Clasificación de los Costos y Gastos Proyectados					
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos:					
Gastos Administrativos	66,136.76	64,160.29	66,463.65	68,849.69	71,321.40
Gastos de Ventas	28,456.80	29,478.40	30,536.67	31,632.94	32,768.56
Gastos Financieros	3,780.48	3,133.56	2,414.54	1,615.40	727.19
Depreciaciones	4,241.25	4,241.25	4,241.25	817.50	817.50
Sub-total	102,615.30	101,013.50	103,656.11	102,915.53	105,634.65
Costos Variables:					
Gastos de Ventas	3,660.00	3,791.39	3,927.51	4,068.50	4,214.56
Sub-total	3,660.00	3,791.39	3,927.51	4,068.50	4,214.56
Costos Totales	106,275.30	104,804.90	107,583.62	106,984.03	109,849.21

Elaborado por: El Autor.

Punto de Equilibrio:

Punto de Equilibrio					
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo fijo	102,615.30	101,013.50	103,656.11	102,915.53	105,634.65
Costo Variable	3,660.00	3,791.39	3,927.51	4,068.50	4,214.56
Costos Totales	106,275.30	104,804.90	107,583.62	106,984.03	109,849.21
Ingresos	136,786.11	150,464.73	165,511.20	182,062.32	200,268.55
Punto de Equilibrio (\$)	105,436.47	103,624.62	106,175.61	105,267.93	107,905.47

Elaborado por: El Autor.

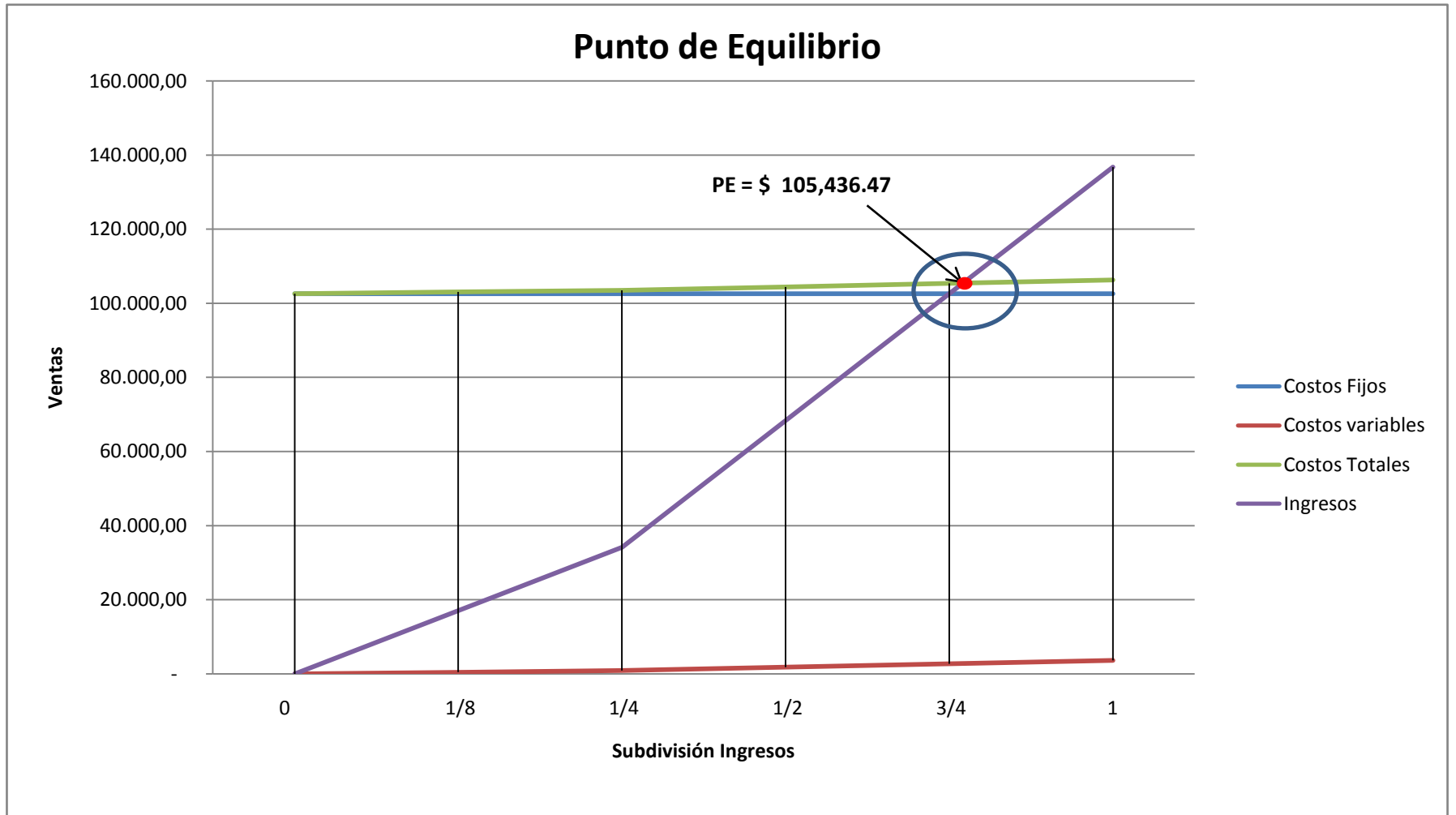
Como podemos observar en este proyecto el punto de equilibrio lo hemos calculado por el nivel de ingresos que va generando el mismo; al tratarse de un servicio que oferta diferentes productos con diferentes márgenes de utilidad, hemos consolidado esta información y la misma la hemos dividido para determinar el punto de cruce del proyecto, el cual se han tomado en cuenta todos estos parámetros que se detallan en el cuadro a continuación:

Calculo Grafica punto de equilibrio:

	0	1/8	1/4	1/2	3/4	1
Costos Fijos	102,615.30	102,615.30	102,615.30	102,615.30	102,615.30	102,615.30
Costos variables	-	457.50	915.00	1,830.00	2,745.00	3,660.00
Costos Totales	102,615.30	103,072.80	103,530.30	104,445.30	105,360.30	106,275.30
Ingresos	-	17,098.26	34,196.53	68,393.06	102,589.58	136,786.11

Elaborado por: El Autor.

Grafica del punto de equilibrio:



CAPITULO VII

ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

7.1.- Compañía de responsabilidad limitada

“Según el Art. 93 reformado, de la Ley de Compañías «La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras -Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola', «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince.

Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y. El saldo en el plazo de un año.”³⁵

³⁵ <http://www.abogadosenlinea.ec/modelos-escritos/modelos-de-minutas/64-minuta-compania-responsabilidad-limitada>

7.1.1.- Concepto

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura”³⁶

7.1.2.- Naturaleza

“La Compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirlos, no adquieren la calidad de comerciantes.”³⁷

7.1.3.- Del Capital

“El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el superintendente de compañías; el monto mínimo de capital suscrito, para esta clase de compañía, es de 400 dólares.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo de capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.”³⁸

³⁶ Ley de compañías, Sección 5ª, Disposiciones Generales, Art. 92

³⁷ Ley de compañías, Sección 5ª, Disposiciones Generales, Art. 93

³⁸ Ley de compañías, Sección 5ª, Disposiciones Generales, Art. 102

7.1.4.- Nombre

El nombre o razón social de la compañía no importa cual fuese siempre y cuando este tenga una denominación objetiva, a la que debe añadirse las palabras Compañía Limitada.

7.1.5.- Numero de Socios

“La Compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.”³⁹

7.1.6.- Objeto Social

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización de ahorro.

7.2.- Borrador de una minuta de escritura de constitución de la compañía

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: ANDRES SEBASTIAN ESPINEL CARDENAS. MAURICIO FABIAN ESPINEL VALENCIA. PAUL ALEJANDRO CEVALLOS VAN RONZELEN y ANDRES EFRAIN RIOFRIO SEGOVIA; los

³⁹ Ley de compañías, Sección 5ª, Disposiciones Generales, Art. 95

comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, soltero el primero, casado el segundo y solteros los dos últimos, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada “ESPINEL & ASOCIADOS CIA LTDA.” la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE: ESPINEL & ASOCIADOS CIA LTDA.

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Quito, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Pichincha. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada « ESPINEL& ASOCIADOS CIA LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la asesoría y venta de seguros enfocada en seguros individuales tanto personales como patrimoniales. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la asesoría y venta de seguros, si ello es conveniente a sus intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio

principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular.

La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de cincuenta y cuatro mil trescientos ochenta y cuatro con diez centavos, dividido en cincuenta y cuatro mil trescientos ochenta y cuatro participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTICULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidadas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y

RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente; cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y, las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto; elegir y ser elegido para los órganos de administración; a percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDOS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía; interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISEIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías; suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general; manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía ESPINEL & ASOCIADOS CIA LTDA. ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: el señor Andrés Sebastián Espinel Cárdenas con trece mil quinientas noventa y seis participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de trece mil quinientas noventa y seis; el señor Mauricio Fabián Espinel Valencia trece mil quinientas noventa y seis participaciones, un dólar cada una, con un valor, con un valor total de trece mil quinientas noventa y seis; el señor Paul Alejandro Cevallos Van Ronzelen trece mil quinientas noventa y seis participaciones de un dólar cada una, con un valor total de trece mil quinientas noventa y seis; y, el señor Andres Efrain Riofrio Segovia con trece mil quinientas noventa y seis participaciones de un dólar cada una, con un valor total de trece mil quinientas noventa y seis dólares. TOTAL: cincuenta y cuatro mil trescientos ochenta y cuatro participaciones de un dólar cada una, que dan un total de CINCUENTA Y CUATRO MIL TRESCIENTOS OCHENTA Y CUATRO PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta corriente #120054420, en el Banco de Pichincha, Sucursal en Quito, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Andrés Sebastián Espinel Cárdenas para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la

compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

El Abogado

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA: La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

DOCUMENTO HABILITANTE: Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, para la constitución de una compañía con domicilio en la ciudad de Loja, deberá enviarse la escritura a la Intendencia de Compañías de Cuenca, para su aprobación; la que, al aprobar la constitución dispone lo siguiente: 1. Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza; 2. La publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía; y. 3. La inscripción en el Registro Mercantil.

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la

conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

7.3.- Entidades relacionadas al proyecto

✓ Superintendencia de Bancos y Seguros:

“Velar por la seguridad, estabilidad, transparencia y solidez de los sistemas financiero, de seguros privados y de seguridad social, mediante un eficiente y eficaz proceso de regulación y supervisión para proteger los intereses del público e impulsar el desarrollo del país.”⁴⁰

✓ Superintendencia de Compañías

“La Superintendencia de compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades y funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades, en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.”⁴¹

✓ Corporación Financiera Nacional (CFN)

Es una entidad dedicada a fomentar el crecimiento de económico del país de sus empresas y sus personas; “a través de la provisión de productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional del Buen Vivir, servir a los sectores productivos del País.”⁴²

✓ Servicio de Rentas Internas (SRI)

⁴⁰ <http://www.sbs.gob.ec/practg/mision>

⁴¹ Ley de compañías, Sección 16ª, Art. 430

⁴² <http://www.cfn.fin.ec/index.mision>

“El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.”⁴³

7.4.- Leyes conexas

Las leyes conexas estas relacionadas con la creación de de una empresa y le permiten a las mismas cumplir con todos los requerimientos para su funcionamiento

Entre estas tenemos las siguientes:

Ley de Compañías:

Dentro de los requisitos para inscribirse a la superintendencia de compañías tenemos los siguientes:

- ✓ Apertura cuenta de integración de capital.
- ✓ Celebrar la escritura pública.
- ✓ Solicitar la aprobación de las escrituras de constitución.
- ✓ Obtener la resolución de aprobación de las escrituras.
- ✓ Cumplir con las disposiciones de la resolución.
- ✓ Inscribir las escrituras en el registro mercantil.
- ✓ Elaborar nombramientos de la directiva de la compañía.
- ✓ Inscribir nombramientos en el registro mercantil.
- ✓ Obtener el RUC.
- ✓ Aperturar una cuenta bancaria a nombre de la compañía.
- ✓ Obtener permiso para emitir facturas.

⁴³ http://www.sri.gob.ec/El_SRI

Servicio de Rentas Internas (SRI)

Requisitos para obtener el RUC.

- ✓ Documentación
- ✓ Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
- ✓ Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- ✓ Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
- ✓ Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
- ✓ Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

- ✓ Documentación
- ✓ Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
- ✓ Permiso de Bomberos.

- ✓ En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
- ✓ Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
- ✓ Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
- ✓ Registro patronal en el IESS.
- ✓ Patente Municipal.
- ✓ Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
- ✓ Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
- ✓ Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

7.5.- Análisis organizacional

Con el análisis organizacional podremos estructurar los lineamientos a seguir por parte de nuestra empresa; es por esto importante plantearlos de manera clara y específica. Dentro de estos lineamientos planteamos los siguientes:

7.5.1.- Misión

Somos una empresa dedicada principalmente a asesorar en seguros y producción de seguros dentro del ramo asegurador; con el firme compromiso de resguardar responsablemente la vida y los bienes de nuestros asegurados, ofreciéndoles un servicio de calidad, eficiencia y transparencia; con coberturas y precios negociados para nuestros clientes.

7.5.2.- Visión

Ser la primera opción en asesoría y compra de seguros de nuestros clientes en el Ecuador.

7.5.3.- Valores

Asesoría:

Brindar a todos nuestros clientes potenciales la asesoría en seguros que estos necesiten y se adapte a las necesidades reales de cada uno de estos.

Innovación:

Estar constantemente innovando con nuevas técnicas que nos permitan fidelizar a nuestros clientes no solo con el servicio que les ofrecemos si no yendo más allá.

Lealtad

Compromiso a defender lo que creemos y en quien creemos. Es la disposición a realizar nuestro trabajo con rectitud, siendo fieles al compromiso y misión institucional.

Honestidad

Es la rectitud y confianza en todo lo que se hace y que se ve reflejado en las actitudes y acciones que realicen todos los colaboradores para el bien propio y de toda la organización.

Compromiso con nuestros clientes:

Identificamos cuidadosamente a todos nuestros clientes y analizamos todas sus necesidades de asesoría en seguros brindándoles un servicio de calidad, focalizando nuestros esfuerzos y recursos en satisfacer el 100% de sus necesidades reales y potenciales.

Compromiso con nuestra gente

Reconocemos que nuestro éxito depende de liderazgo, conocimientos, habilidades, creatividad, flexibilidad y diversidad de nuestra gente.

Enfocamos nuestros esfuerzos en fortalecer las capacidades de todos los empleados a través del aprendizaje, el desarrollo continuo y mediante oportunidades desafiantes, identificamos y desarrollando nuevos talentos.

Nuestra gente es responsable por sus resultados y es alentada en un entorno de confianza para la participación activa en la toma de decisiones.

Recompensamos tanto los logros individuales como los de equipo con premios monetarios o no, utilizando sistemas de medición honestos, justos y transparentes.

7.5.4.- Políticas

Dentro de nuestras principales políticas tenemos las siguientes:

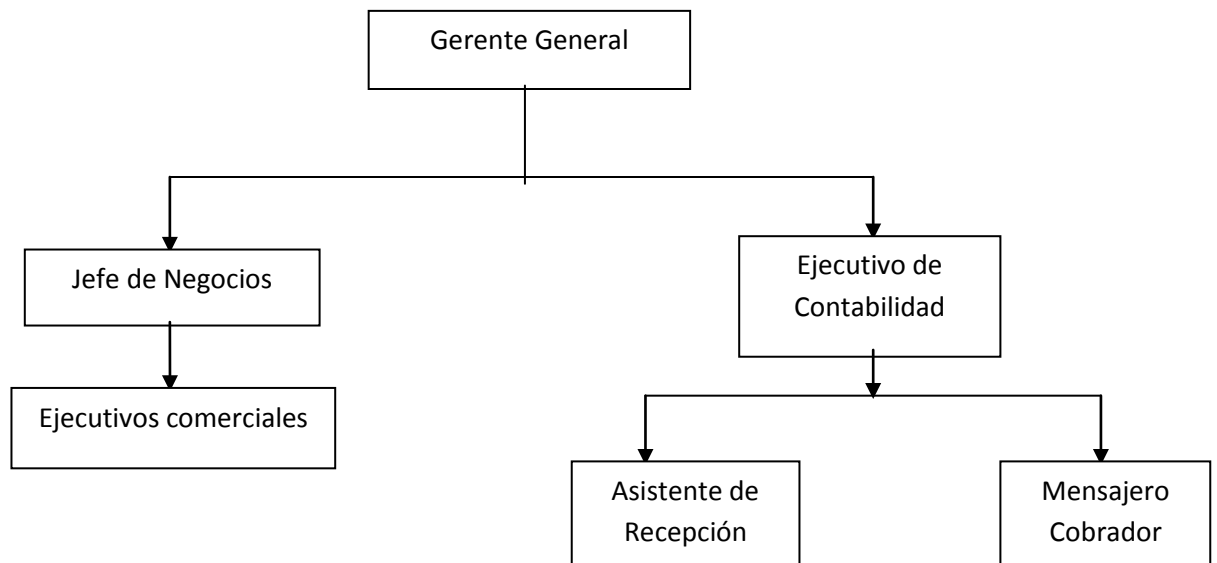
- ✓ La gerencia debe estar constantemente innovando para mejorar continuamente la rentabilidad de la empresa y su permanencia en el mercado.
- ✓ La empresa cumplirá con todos los acuerdos pactados con sus clientes y velará por sus intereses.
- ✓ Los ejecutivos comerciales deberán a hacer seguimiento de sus clientes para crear fidelización en los mismos.
- ✓ El Departamento comercial determina el horario de visita a los clientes.
- ✓ La hora de entrada será a las 8:00am, sin retraso alguno.

7.5.5.- Objetivos

Nuestros principales objetivos serán los siguientes:

- Dar a nuestros clientes una asesoría de calidad que satisfaga sus necesidades.
- Obtener la rentabilidad económica propuesta.
- Conformar una estructura organizacional sólida y eficiente con la participación del recurso humano en todos sus niveles.
- Fomentar un ambiente cultural y laboral que eleve al máximo el interés y la motivación del recurso humano.
- Obtener un reconocimiento e imagen como empresa a nivel interno y externo.
- Ofrecer un servicio con estándares de calidad que se orienten a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.

7.5.6.- Organigrama estructural



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Las encuestas realizadas nos revelan que muchos de los encuestados no conocen que es un seguro y como funciona dándonos a entender la importancia de asesorar a estas personas lo que significa un seguro y porque la validez del mismo.
2. Las encuestas realizadas en nuestro estudio de mercado apoyan la creación de una agencia asesora productora de seguros; muchos de los encuestados tienen la necesidad de contratar algún tipo de seguro e indicaron que muchos lo contratarían.
3. Consideramos que a pesar de existir un sin número de agencias asesoras productoras de seguro, agentes de seguro a nivel nacional, aparentemente sería una barrera de entrada para cualquier competidor; con nuestro estudio de mercado hemos determinado que esta barrera es limitada ya que las agencias o agentes de seguros que prestan este servicio aún no capta todo el mercado de seguros dando entrada a nuevos competidores; así como el crecimiento constante de nuestra población y su culturización en seguros jugara un papel importante a la hora de captar nuevos clientes.
4. Nosotros consideramos que muchas de los agentes de seguro que operan en este país no han realizado un análisis el cual incluya un estudio de mercado, un estudio de la viabilidad legal, financiera, una planificación estratégica, que les permita entender el mercado como un todo, por el nivel de demanda insatisfecha que existe en estos momentos, por lo cual vemos una oportunidad para competir en este campo y posicionarnos en el corto tiempo.

5. Concluimos que los estudios realizados para determinar la factibilidad de este proyecto pueden ser presentados a inversionistas privados como a entidades financieras para obtener los recursos necesarios para poner en marcha este proyecto.

6. Consideramos que el análisis organizacional realizado permitirá a nuestra empresa un posicionamiento rápido en el mercado; el planteamiento de una misión, visión, políticas, valores institucionales servirán como lineamiento y estrategia para conseguir nuestros objetivos en el corto tiempo y posicionarnos en el mercado de una manera dinámica y eficiente, considerando que la experiencia del equipo de trabajo será vital para el cumplimiento de los objetivos.

Recomendaciones

1. Consideramos que para alcanzar nuestros objetivos en el corto plazo la empresa debe contar con el personal idóneo para el cumplimiento de las ventas comerciales planificada, dándonos a entender que el personal que trabaje en nuestras oficinas tenga un perfil comercial, con experiencia en la industria de los seguros.
2. Sabemos que la competencia en este entorno es desleal y esto se debe al número de competidores que se dedica a esta actividad; pero también sabemos que los mismos hacen sus diferenciaron en cuanto al costo, sin ofrecerle al cliente ningún valor agregado real, como es el de la asesoría en si, por eso nuestra agencia asesora productora de seguros seguirá lineamientos basados: en la ética, confianza, honestidad, respeto, lealtad, compromiso con nuestro cliente, de tal manera que no solo se les este vendiendo un servicio, con esto nos diferenciaremos de nuestros competidores fidelizando a nuestros clientes quienes serán nuestros socios estratégicos por muchos tiempo.
3. Recomendamos que la composición de la inversión; es decir que hoy por hoy la mitad de nuestra inversión estará financiada por el préstamo de una institución financiera, la misma que nuestros accionistas deben considerar ya que los interese generados por este préstamo afectarán la rentabilidad real de su inversión; para que en el corto plazo se liquide esta deuda y los accionistas reciban mas utilidades por una inversión que es suya y que genera altos rendimientos con el transcurso del tiempo.
4. Recomendamos que al momento de iniciar este negocio se trabaje en los ramos planteados como introducción para empezar este servicio; el porqué del mismo es que los ramos planteados para empezar este negocio están en pleno apogeo y generarán una mayor utilidad a diferencia de los seguros industriales; muchas de las mismas industrias y empresas ya cuentas con seguros nacionales e

internacionales, con el transcurso del tiempo se debe ir innovando e implementando nuevos tipos de negociaciones para captar estos sectores industriales con diferentes tipos de seguro.

5. Debemos tener en cuenta y tener claro nuestros valores como empresa y transmitirlos a nuestros clientes ya que un buen servicio atraerá a más clientes; un cliente satisfecho significan 10 ventas más en proceso.

BIBLIOGRAFIA:

- ❖ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos: Evaluación financiera económica social ambiental-4a. Edición, Editorial MM, Bogotá, 2003.
- ❖ SAPAG CHAIN, Nassir, Preparación y evaluación de proyectos, 5ta. Edición, Editorial McGraw-Hill, México, 2008.
- ❖ ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO, Contabilidad general, Sexta Edición, Editorial MacGraw-HillMM, Colombia, 2008.
- ❖ VACA URBINA, Gabriel, Fundamentos de Ingeniería Económica,-4a. Edición, Editorial MacGraw Hill, México, 2007.
- ❖ Ley de compañías.
- ❖ Ley de seguros.
- ❖ Boletín Nacional de Noticias de Tecniseguros

Fuentes de Internet:

- ❖ <http://re0150/intranet/indexac.htm>
- ❖ <http://www.elcomercio.com>
- ❖ <http://www.superban.gov.ec>
- ❖ <http://www.inec.gov.ec>
- ❖ <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC38.pdf>
- ❖ <http://www4.quito.gob.ec/indicadoresMenu.html>
- ❖ <http://www.crecenegocios.com/la-contabilidad-de-costos/ Gastos Administrativos>
- ❖ <http://es.scribd.com/doc/3123633/sueldos-y-salarios>

- ❖ <http://www.bmi.com.ec/BMI/Individual/Flexiplan>
- ❖ <http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/080401-el-punto-de-equilibrio.asp>
- ❖ <http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero>
- ❖ <http://pymesfuturo.com/pri.htm>
- ❖ <http://www.pymesfuturo.com/Indicadores.htm>
- ❖ <http://www.abogadosenlinea.ec/modelos-escritos/modelos-de-minutas/64-minuta-compania-responsabilidad-limitada>

ANEXOS

ANEXO 1: FORMATO DE LA ENCUESTA.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación de una Empresa asesora productora de seguros en la ciudad de Quito.

Agradecemos por dar la información requerida en esta encuesta de fines académicos, y aseguramos su confidencialidad de la información proporcionada.

DATOS INFORMATIVOS:

Fecha: _____ Edad: _____ Sector donde vive:

Nivel de instrucción:

Primaria () Secundaria () Superior () Postgrado ()

INSTRUCCIONES:

*Agradecemos dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad las diversas preguntas del cuestionario, lo cual nos permitirá un acercamiento a la realidad actual.

* Favor colocar una X en la respuesta seleccionada.

1. ¿Conoce usted lo que es un seguro?
Si ()
No ()
2. ¿Actualmente cuenta con un seguro?
Si ()
No ()
3. Si su respuesta fue **sí**; ¿Por qué medio lo adquirió?
Recomendación ()
Publicidad ()
Oferta de servicios. ()
Por Internet. ()
4. Si su respuesta fue **no**; ¿Por qué no tiene seguros al momento?
No es Importante ()
No Propuesto ()
Muy Caro ()
Otra Razón -----
5. ¿Le parece importante tener seguros?
Sí ()
No ()
6. ¿En el caso de contratar un seguro le gustaría estar asesorado para saber cuál es la mejor opción para usted?
Si ()
No ()
7. ¿Conoce las funciones de un Broker de Seguros?
Si ()

No ()

8. ¿Tiene Seguro de Vida?

Si ()

No ()

9. ¿Tiene Seguro de Asistencia Médica?

Si ()

No ()

10. ¿Tiene Seguro de Vehículos?

Si ()

No ()

11. ¿Tiene Seguro de accidentes personales?

Si ()

No ()

12. ¿Cree que el tener un seguro es un gasto o una inversión?

Gasto ()

Inversión ()

13. ¿Cuál de los siguientes atributos le harían decidirse por un seguro?

Costo ()

Cobertura ()

Buen Servicio ()

14. ¿De acuerdo a sus necesidades; ¿Contraría una póliza de seguro?

Si ()

No ()

15. ¿Si su respuesta fue sí; ¿Con cuál de las siguientes aseguradoras contrataría un seguro?

Colonial ()

Equinoccial ()

Seguros Oriente ()

Equivida ()

BMI del Ecuador ()

Pan American Life ()

Otras _____

**ANEXO 2: COTIZACIONES DE SEGURO DE
VEHICULOS.**

TQ7 - MMG - 12034

Señor

ANDRES SEBASTIAN ESPINEL CARDENAS

Ciudad.

AUTO: CHEVROLET-GRAND VITARA 5P 4X2 T/M DLX-2011-

Estimado cliente:

Le enviamos esta cotización de Rio Guayas Cia. de Seguros y Reaseguros S.A. que ofrece los siguientes beneficios.

- Disminución del deducible mínimo a ser aplicado de USD 300 a USD 200
- En caso de robo total si tiene dispositivo aplica el 0% de deducible y en caso de no tenerlo aplica el 10% del valor asegurado (Vehículos superiores a USD 18.000 requieren de dispositivo)
- Beneficio de auto en sustitución en caso de pérdidas parciales 5 días, 10 días en perdidas totales.
- Incremento de la cobertura de Responsabilidad Civil de USD 10.000 a USD 20.000.
- Servicio de grúa en exceso de asistencia vehicular por USD 150.
- Cobertura de Muerte accidental hasta USD 5.000 por ocupante.
- Gastos médicos por ocupante hasta USD 3.000 por ocupante.
- Cobertura de Air Bags: Hasta al 10 % del valor asegurado.

El costo para la renovación de su seguro es de 711.49 USD, de acuerdo al siguiente detalle:

Valor Asegurado: 16,887.20 USD
Extras: 0.00 USD
Costo Total: 711.49 USD

Tenemos las mejores formas de pago y usted puede escoger entre las siguientes alternativas:

- Contado: 711.49 USD
- Crédito directo hasta 6 meses, cuota inicial 213.45 USD (primera cuota 30% prima total) 5 cuotas de 104.61 USD (el saldo por el 12.05% anual dividido para 5)
- Tarjetas de crédito Visa, Mastercard y American Express(Banco Guayaquil) hasta 6 meses sin intereses: 118.58 USD
- Tarjetas del Banco del Pichincha (Visa, Diners, Mastercard) hasta 9 meses con intereses: 85.71USD
- Tarjetas de otros emisores hasta 12 meses con intereses: 64.28 USD

Favor confirmar su aceptación de renovación por esta misma vía.

Saludos cordiales,

ANDRES ESPINEL

EJECUTIVO DE CUENTA

TECNISEGUROS

Telf.2941600 Ext.1806

aespinel@tecniseguros.com.ec

TQ7 - MMG - 12033

Señor

ANDRES SEBASTIAN ESPINEL CARDENAS

Ciudad.

Referencia: Condiciones de Renovación póliza de Vehículos

AUTO: CHEVROLET-GRAND VITARA 5P 4X2 T/M DLX-2011-

Estimado cliente:

Le enviamos cotización de Cervantes S.A.Compañía de Seguros y Reaseguro que ofrece los siguientes beneficios.

- Disminución del deducible mínimo a ser aplicado de USD 300 a USD 150
- En caso de robo total si tiene dispositivo aplica el 0% de deducible y en caso de no tenerlo aplica el 20% del valor del siniestro(Vehículos superiores a USD 30.000 requieren de dispositivo).
- Beneficio de auto en sustitución en caso de pérdidas parciales 10 días cuando el valor del siniestro supere USD 1.150 y de 20 días en pérdidas totales sin costo adicional.
- Incremento de la cobertura de Responsabilidad Civil de USD 10.000 a USD 20.000.
- Servicio de grúa en exceso de asistencia vehicular por USD 150.
- Cobertura de Muerte accidental hasta USD 5.000 por ocupante.
- Gastos médicos por ocupante hasta USD 3.000 por ocupante.
- Cobertura de Air Bags: Hasta al 100 %.

El costo para la renovación de su seguro es de 718.31 USD, de acuerdo al siguiente detalle:

Valor Asegurado: 16,887.20 USD
Extras: 0.00 USD
Costo Total: 718.31 USD

Tenemos las mejores formas de pago y usted puede escoger entre las siguientes alternativas:

- Contado: 718.31 USD
- Débito bancario hasta 12 meses sin intereses con cuentas del Bco. Internacional: 59.86 USD
- Tarjeta de crédito hasta 12 meses sin intereses : 59.86 USD

Favor confirmar su aceptación de renovación por esta misma vía.

Saludos cordiales,

ANDRES ESPINEL

EJECUTIVO DE CUENTA

TECNISEGUROS

Telf.2941600 Ext.1806

aespinel@tecniseguros.com.ec

TQ7 - MMG - 12031

Señor

ESPINEL CARDENAS ANDRES SEBASTIAN

Ciudad.

Referencia: Condiciones de Renovación póliza de Vehículos

AUTO: CHEVROLET-GRAND VITARA 5P 4X2 T/M DLX-2011-

Estimado cliente:

Le enviamos cotización de Latina Seguros y Reaseguros C.A. que ofrece los siguientes beneficios.

- Disminución del deducible mínimo a ser aplicado de USD 300 a USD 200
- En caso de robo total si tiene dispositivo aplica el 0% de deducible y en caso de no tenerlo aplica el 15% del valor asegurado (Vehículos superiores a USD 18.000 requieren de dispositivo)
- Beneficio de auto en sustitución en caso de pérdidas parciales 10 días cuando el valor del siniestro supere USD 1.150 y de 20 días en pérdidas totales sin costo adicional.
- Incremento de la cobertura de Responsabilidad Civil de USD 10.000 a USD 20.000.
- Servicio de grúa en exceso de asistencia vehicular por USD 150.
- Cobertura de Muerte accidental hasta USD 5.000 por ocupante.
- Gastos médicos por ocupante hasta USD 3.000 por ocupante.
- Cobertura de Air Bags: Hasta el 25% del valor del siniestro.

El costo para la renovación de su seguro es de 715.45 USD, de acuerdo al siguiente detalle:

Valor Asegurado: 16,887.20 USD
Extras: 0.00 USD
Costo Total: 715.45 USD

Tenemos las mejores formas de pago y usted puede escoger entre las siguientes alternativas:

- Contado: 715.45 USD
- Crédito directo hasta 6 meses sin interés: 119.24 USD
- Débito bancario hasta 6 meses sin interés: 119.24 USD
- Tarjeta de crédito 12 meses sin intereses 59.62 USD

Favor confirmar su aceptación de renovación por esta misma vía.

Saludos cordiales,

ANDRES ESPINEL

EJECUTIVO DE CUENTA

TECNISEGUROS

Telf.2941600 Ext.1806

aespinel@tecniseguros.com.ec

TQ7 - MMG - 12029

Señora

CARDENAS ARGUELLO OLIVIA

Ciudad.

Referencia: Condiciones de Renovación póliza de Vehículos

AUTO: CHEVROLET-AVEO ACTIVO 1.6L 4P STD-2010-

Estimado cliente:

Le enviamos cotización de Latina Seguros y Reaseguros C.A. que ofrece los siguientes beneficios.

- Disminución del deducible mínimo a ser aplicado de USD 300 a USD 200
- En caso de robo total si tiene dispositivo aplica el 0% de deducible y en caso de no tenerlo aplica el 15% del valor asegurado (Vehículos superiores a USD 18.000 requieren de dispositivo)
- Beneficio de auto en sustitución en caso de pérdidas parciales 10 días cuando el valor del siniestro supere USD 1.150 y de 20 días en pérdidas totales sin costo adicional.
- Incremento de la cobertura de Responsabilidad Civil de USD 10.000 a USD 20.000.
- Servicio de grúa en exceso de asistencia vehicular por USD 150.
- Cobertura de Muerte accidental hasta USD 5.000 por ocupante.
- Gastos médicos por ocupante hasta USD 3.000 por ocupante.
- Cobertura de Air Bags: Hasta el 25% del valor del siniestro.

El costo para la renovación de su seguro es de 525.32 USD, de acuerdo al siguiente detalle:

Valor Asegurado: 11,749.98 USD

Extras: 0.00 USD

Costo Total: 525.32 USD

Tenemos las mejores formas de pago y usted puede escoger entre las siguientes alternativas:

- Contado: 525.32 USD
- Crédito directo hasta 6 meses sin interés: 87.55 USD
- Débito bancario hasta 6 meses sin interés: 87.55 USD
- Tarjeta de crédito 9 meses sin intereses: 58.37 USD

Favor confirmar su aceptación de renovación por esta misma vía.

Saludos cordiales,

ANDRES ESPINEL

EJECUTIVO DE CUENTA

TECNISEGUROS

Telf.2941600 Ext.1806

aespinel@tecniseguros.com.ec

TQ7 - MMG - 12028

Señor

ESPINEL CARDENAS ANDRES SEBASTIAN

Ciudad.

Referencia: Condiciones de Renovación póliza de Vehículos

AUTO: CHEVROLET-AVEO ACTIVO 1.6L 4P A/C-2010-

Estimado cliente:

Le enviamos cotización de Rio Guayas Cia. de Seguros y Reaseguros S.A. que ofrece los siguientes beneficios.

- Disminución del deducible mínimo a ser aplicado de USD 300 a USD 200
- En caso de robo total si tiene dispositivo aplica el 0% de deducible y en caso de no tenerlo aplica el 10% del valor asegurado (Vehículos superiores a USD 18.000 requieren de dispositivo)
- Beneficio de auto en sustitución en caso de pérdidas parciales 5 días, 10 días en perdidas totales.
- Incremento de la cobertura de Responsabilidad Civil de USD 10.000 a USD 20.000.
- Servicio de grúa en exceso de asistencia vehicular por USD 150.
- Cobertura de Muerte accidental hasta USD 5.000 por ocupante.
- Gastos médicos por ocupante hasta USD 3.000 por ocupante.
- Cobertura de Air Bags: Hasta al 10 % del valor asegurado.

El costo para la renovación de su seguro es de 530.92 USD, de acuerdo al siguiente detalle:

Valor Asegurado: 11,969.68 USD

Extras: 0.00 USD

Costo Total: 530.92 USD

Tenemos las mejores formas de pago y usted puede escoger entre las siguientes alternativas:

- Contado: 530.92 USD
- Crédito directo hasta 6 meses, cuota inicial 159.28 USD (primera cuota 30% prima total) 5 cuotas de 75.08 USD (el saldo por el 12.05% anual dividido para 5)
- Tarjetas de crédito Visa, Mastercard y American Express(Banco Guayaquil) hasta 6 meses sin intereses: 88.49 USD.
- Tarjetas de otros emisores hasta 12 meses con intereses: 47.97 USD

Favor confirmar su aceptación de renovación por esta misma vía.

Saludos cordiales,

ANDRES ESPINEL

EJECUTIVO DE CUENTA

TECNISEGUROS

Telf.2941600 Ext.1806

aespinel@tecniseguros.com.ec

ANEXO 3: COTIZACIONES DE SEGUROS DE ACCIDENTES.



DATOS GENERALES

Preparado para: **MAURICIO ESPINEL**
 Plan: **Proteger Plus 10 años** Moneda: USD
 Fecha de Nacimiento: 2-feb-1956 Edad para Seguro: 56
 Sexo y Condición: Masculino No Fumador Propuesta válida hasta: 26-ago-2011
 Frecuencia de pago: Mensual Tipo de Riesgo: C
 Ocupación: Productos de Carbón y Petróleo (Gas Refinado, Asfalto y Aceite Lubricadores)

COBERTURAS CONTRATADAS

Cobertura	Valor Asegurado	Extraprima		Prima Neta Mensual
		% Prima	%o V. A.	
VIDA	100,000	0.00%	0.00 %o	76.74
MUERTE Y DESMEMBRACION ACCIDENTAL	100,000	0.00%	0.00 %o	31.25
INCAPACIDAD TOTAL Y PERMANENTE - ACCIDENTE	50,000	0.00%	0.00 %o	6.25
INCAPACIDAD TOTAL Y PERMANENTE - ENFERMEDAD	50,000	0.00%	0.00 %o	41.13
SEGURO EXEQUIAL	-	0.00%	0.00 %o	0.00

Prima Neta Mensual Cobertura: 155.37

Impuestos y Recargo por financiación: 14.87

Prima Mensual Total: **170.24**

Prima Primer Pago: (*) **191.04** (*) Incluye un cargo de gestión operativo de USD 20 más contribuciones e impuestos de Ley.

PRIMAS TOTALES POR FRECUENCIA DE PAGO

Frecuencia de pago	Cuotas	Prima Periódica	Prima Primer Pago	Prima Total Primer Año
Anual	1	1,939.02	1,959.82	1,959.82
Semestral	2	1,002.47	1,023.27	2,025.74
Trimestral	4	509.96	530.76	2,060.64
Mensual	12	170.25	191.05	2,063.80

Con el respaldo de
SwissRe
 REASEGURADORA LÍDER
 A NIVEL MUNDIAL

Asesor: TECNISEGUROS- Veronica N
 E-mail: vnaranjo@tecniseguros.com.ec
 Teléfonos de Contacto: 84580073
 Lugar y Fecha Cotización: QUITO, 27 de julio de 2011
 Requisitos: 1, 2, 3

 FIRMA DEL SOLICITANTE

 FIRMA DEL ASESOR

 NOMBRE DEL ASESOR



PROTEGER PLUS 10 AÑOS									
			VALORES GARANTIZADOS - 3.00%				VALORES PROYECTADOS - 4.30%		
Fin del Año	Edad	Prima Anual	Valor de Rescate (A)	Aporte Adicional (B)	Rescate Total (A) + (B*)	Beneficio por Fallecimiento VA + (B)	Aporte Adicional (C)	Rescate Total (A) + (C*)	Beneficio por Fallecimiento VA + (C)
1	57	2,064	0	0	0	100,000	0	0	100,000
2	58	2,043	0	0	0	100,000	0	0	100,000
3	59	2,043	0	0	0	100,000	0	0	100,000
4	60	2,043	0	0	0	100,000	0	0	100,000
5	61	2,707	162	0	162	100,000	0	162	100,000
6	62	2,707	342	0	342	100,000	0	342	100,000
7	63	2,707	490	0	490	100,000	0	490	100,000
8	64	2,707	539	0	539	100,000	0	539	100,000
9	65	2,707	408	0	408	100,000	0	408	100,000
10	66	2,707	0	0	0	100,000	0	0	100,000



DETALLE DE REQUISITOS DE ASEGURABILIDAD

1 = Declaración de Asegurabilidad

2 = Evaluación Médica

3 = Elemental y Microscópico de orina



DATOS GENERALES

Preparado para: **MAURICIO ESPINEL**
 Plan: **Provision Classic Opción B - Creciente** Moneda: USD
 Fecha de Nacimiento: 2-feb-1956 Edad para Seguro: 56
 Sexo y Condición: Masculino No Fumador Propuesta válida hasta: 26-ago-2011
 Frecuencia de pago: Mensual Tipo de Riesgo: C
 Ocupación: Productos de Carbón y Petróleo (Gas Refinado, Asfalto y Aceite Lubricadores)

COBERTURAS CONTRATADAS

Cobertura	Valor Asegurado	Extraprima		Prima Planeada Mensual
		% Prima	% V. A.	
VIDA	100,000	0.00%	0.00 %	197.00
ANTICIPO EN CASO DE ENFERMEDAD TERMINAL	-	0.00%	0.00 %	0.00
MUERTE Y DESMEMBRACION ACCIDENTAL	50,000	0.00%	0.00 %	15.63
INCAPACIDAD TOTAL Y PERMANENTE - ACCIDENTE	50,000	0.00%	0.00 %	6.25
INCAPACIDAD TOTAL Y PERMANENTE - ENFERMEDAD	50,000	0.00%	0.00 %	41.13
ASISTENCIA EN VIAJE	-	0.00%	0.00 %	0.83
SEGURO EXEQUIAL	-	0.00%	0.00 %	1.00

Prima Planeada Mensual: 261.84

Prima Total Mensual: 261.84

Cuenta Individual Inicial: 0.00 Años de pago de prima: 20

Prima Mínima Mensual: (*) **261.84** (*) Aplicable durante los primeros tres años de vigencia.

BENEFICIOS

Base de Proyección	Edad para Beneficio	Fondo Acumulado	Renta Mensual Vitalicia Estimada no garantizada
Garantizada	65	7,383	53.90
Proyectada	65	10,024	73.18

Con el respaldo de
SwissRe
 REASEGURADORA LÍDER
 A NIVEL MUNDIAL

Asesor: TECNISEGUROS- Veronica N
 E-mail: vnaranjo@tecniseguros.com.ec
 Teléfonos de Contacto: 84580073
 Lugar y Fecha Cotización: QUITO, 27 de julio de 2011

Requisitos: 1, 2, 3

 FIRMA DEL SOLICITANTE

 FIRMA DEL ASESOR

 NOMBRE DEL ASESOR

PROVISION CLASSIC OPCIÓN B - CRECIENTE								
			VALORES GARANTIZADOS - 3.00%			VALORES PROYECTADOS - 4.30%		
Fin del Año	Edad	Prima Anual	Cuenta Individual	Valor de Rescate	Beneficio por Fallecimiento	Cuenta Individual	Valor de Rescate	Beneficio por Fallecimiento
1	57	3,142	461	0	100,461	599	0	100,599
2	58	3,142	1,522	0	101,522	1,828	0	101,828
3	59	3,142	2,531	167	102,531	3,041	677	103,041
4	60	3,142	3,477	1,113	103,477	4,227	1,863	104,227
5	61	3,748	4,320	1,956	104,320	5,351	2,987	105,351
6	62	3,748	5,265	3,492	105,265	6,621	4,848	106,621
7	63	3,748	6,105	4,332	106,105	7,836	6,063	107,836
8	64	3,748	6,819	5,637	106,819	8,977	7,795	108,977
9	65	3,748	7,383	6,792	107,383	10,024	9,433	110,024
10	66	2,648	7,819	7,819	107,819	11,004	11,004	111,004
11	67	2,648	8,113	8,113	108,113	11,906	11,906	111,906
12	68	2,648	8,195	8,195	108,195	12,673	12,673	112,673
13	69	2,648	8,042	8,042	108,042	13,329	13,329	113,329
14	70	2,648	7,625	7,625	107,625	13,801	13,801	113,801
15	71	2,376	6,916	6,916	106,916	14,064	14,064	114,064
16	72	2,376	5,801	5,801	105,801	14,019	14,019	114,019
17	73	2,376	4,324	4,324	104,324	13,698	13,698	113,698
18	74	2,376	2,365	2,365	102,365	12,997	12,997	112,997
19	75	2,376	0	0	0	11,823	11,823	111,823
20	76	2,376	0	0	0	10,127	10,127	110,127
21	77	0	0	0	0	5,630	5,630	105,630
22	78	0	0	0	0	449	449	100,449
23	79	0	0	0	0	0	0	0



Consideraciones generales sobre los valores incluidos en esta propuesta

Los VALORES GARANTIZADOS son los valores mínimos que EQUIVIDA se compromete a otorgar siempre que la frecuencia, forma y monto de los pagos efectuados año tras año sean idénticos a los proyectados y consideran una tasa de interés garantizada del 3% anual así como también cargos de mortalidad garantizados para el cálculo de los saldos acumulados en la Cuenta Individual.

Los VALORES PROYECTADOS solo representan una ilustración de los valores que se obtendrían en el caso que las tasas de interés y cargos por mortalidad, así como la frecuencia, forma y monto de los pagos efectuados fueran año tras año idénticos a los proyectados, pero de ninguna forma se encuentran garantizados y podrán ser modificados conforme varíen los mismos. A partir del momento en que el saldo de la Cuenta Individual alcanza los USD 12.500, la tasa proyectada se incrementa un 0,50%.

Tanto los valores "Garantizados" como los "Proyectados" asumen que no se efectúan préstamos durante la vigencia de la póliza. Los valores de Renta Mensual Vitalicia incluidos en esta proyección, ya sea que se hubieren calculado sobre una base "garantizada" o "proyectada", solo representan una estimación de los valores que se podrían adquirir con el Fondo Acumulado conforme los costos corrientes de rentas vitalicias y consecuentemente podrán variar conforme cambien los mismos.

Las coberturas detalladas a continuación permanecerán en vigor hasta que el Asegurado alcance la edad de 65 años para seguro:

- Incapacidad Total y Permanente por Enfermedad

La cobertura de Anticipo del Beneficio por Fallecimiento en caso de Enfermedad Terminal se otorga sin ningún cargo de emisión ni de mantenimiento y permanecerá en vigor durante la vigencia de la póliza.

Las coberturas detalladas a continuación permanecerán en vigor hasta que el Asegurado alcance la edad de 70 años para seguro:

- Muerte y Desmembración Accidental
- Incapacidad Total y Permanente por Accidente
- Asistencia en Viaje

El costo correspondiente a las coberturas detalladas en el párrafo anterior, así como a la de Incapacidad total y permanente por enfermedad, si se hubiera contratado, solo se encuentra garantizado por el término de un año, pudiendo variar al momento de cada renovación anual de las mismas, conforme el cuadro de tarifas vigente en EQUIVIDA a ese momento y la edad alcanzada por el solicitante.

Tanto las primas anuales como los valores garantizados ilustrados año a año asumen el cuadro de tarifas actualmente vigente por la Compañía en lo que respecta a estas coberturas. En caso de variación del cuadro tarifario, para que los valores garantizados se mantengan inalterados, se deberá ajustar el monto de la prima correspondiente a éstas en el mismo valor de su variación.

La información proveniente de esta cotización no se aplicará necesariamente tal cual ha sido obtenida pues constituye una simple ilustración y, en consecuencia, no infringe en modo alguno lo dispuesto en los artículos 6 y 7 (numerales 2 y 3) de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. El contrato de seguro se perfecciona y prueba únicamente por medio de la póliza.

En consecuencia, las condiciones finales y reales de la póliza que llegue a emitirse estarán sujetas también a la declaración de asegurabilidad que realice el cliente al momento de su contratación.



DETALLE DE REQUISITOS DE ASEGURABILIDAD

1 = Declaración de Asegurabilidad

2 = Evaluación Médica

3 = Elemental y Microscópico de orina

ANEXO 4: COTIZACIONES SEGURO DE VIDA.

BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.

Una Ilustración de Seguro de Vida

***** Term 95 *****

Una Póliza de Seguro a Término Renovable y No Convertible

Término (15) años

Preparado para: **Mauricio Espinel**
Edad 55, Masculino, No Fumador

SUMA ASEGURADA INICIAL:	\$	100.000,00	
			CREDITO CONTADO
PRIMA NETA INICIAL ANUAL:	\$	971,30	883,00
CONTRIBUCION SBS:	\$	34,00	30,91
CONTRIBUCION SEGURO CAMPESINO:	\$	4,86	4,42
SUBTOTAL (1):	\$	1.010,15	918,32
GASTOS ADMINISTRATIVOS:	\$	82,00	75,00
OTROS CARGOS:	\$	0,00	0,00
SUBTOTAL (2):	\$	1.092,15	993,32
I.V.A.:	\$	0,00	0,00
TOTAL	\$	1.092,15	993,32
		\$ 91,01	Cuota mensual
		\$ 273,04	Cuota trimestral
		\$ 496,66	Cuota semestral

Si el pago es de contado, adjuntar el cheque por \$993,32(valor total) a nombre de BMI Del Ecuador Compañía de Seguros S.A.

Página 1 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyrís, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja
PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec
GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana
Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
Term 95 (15) años

PARA: Mauricio Espinel
EDAD DE EMISION 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 100000,000
PAGO INICIAL ANUAL: \$ 993,32000

Final Año	Edad	Contribución Anual	Proteccion
1	56	\$ 958,00	\$ 100.000,00
2	57	\$ 958,00	\$ 100.000,00
3	58	\$ 958,00	\$ 100.000,00
4	59	\$ 958,00	\$ 100.000,00
5	60	\$ 958,00	\$ 100.000,00
6	61	\$ 958,00	\$ 100.000,00
7	62	\$ 958,00	\$ 100.000,00
8	63	\$ 958,00	\$ 100.000,00
9	64	\$ 958,00	\$ 100.000,00
10	65	\$ 958,00	\$ 100.000,00
11	66	\$ 958,00	\$ 100.000,00
12	67	\$ 958,00	\$ 100.000,00
13	68	\$ 958,00	\$ 100.000,00
14	69	\$ 958,00	\$ 100.000,00
15	70	\$ 958,00	\$ 100.000,00

*A estos valores se deben incluir los Impuestos de Ley
ESTA ILUSTRACION FUE ESPECIFICAMENTE DISEÑADA PARA SER USADA
UNICAMENTE EN LA REPUBLICA DEL ECUADOR
ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO
ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS
Preparado el: 25 de julio de 2011 Preparado por: Verónica Naranjo Página 2 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja
PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec
GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana
Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.

Term 95 (15) años

PARA: Mauricio Espinel

EDAD DE EMISION 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 100000,000

PAGO INICIAL ANUAL: \$ 993,32000

Valores Ilustrados -- Term 95 (15) años

	Primas Pagadas	Protección
Año 1	\$ 958,00	\$ 100.000,00
Año 5	\$ 4.790,00	\$ 100.000,00
Año 10	\$ 9.580,00	\$ 100.000,00
Año 15	\$ 14.370,00	\$ 100.000,00

Seguro de Vida suscrito por BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO

***** FIRMA ES REQUERIDA *****

Yo he recibido una copia de esta ilustración

Solicitante

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Yo certifico que esta ilustración ha sido presentada y entregada al solicitante. Yo no he hecho ninguna representación contradictoria con esta ilustración

Representante de la Compañía

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Esta oferta tiene validez 30 días a partir de la fecha de cotización

ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS

Preparado por: Verónica Naranjo, BMI

Página 3 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja

PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec

GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana

Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.

Una Ilustración de Seguro de Vida

***** Term 95 *****

Una Póliza de Seguro a Término Renovable y No Convertible

Término (15) años

Preparado para: **Mauricio Espínel**
Edad 55, Masculino, No Fumador

SUMA ASEGURADA INICIAL:	\$	150.000,00		
			CREDITO	CONTADO
PRIMA NETA INICIAL ANUAL:	\$	1.456,95	1.324,50	
CONTRIBUCION SBS:	\$	50,99	46,36	
CONTRIBUCION SEGURO CAMPESINO:	\$	7,28	6,62	
SUBTOTAL (1):	\$	1.515,23	1.377,48	
GASTOS ADMINISTRATIVOS:	\$	82,00	75,00	
OTROS CARGOS:	\$	0,00	0,00	
SUBTOTAL (2):	\$	1.597,23	1.452,48	
I.V.A.:	\$	0,00	0,00	
TOTAL	\$	1.597,23	1.452,48	
			\$ 133,10	Cuota mensual
			\$ 399,31	Cuota trimestral
			\$ 726,24	Cuota semestral

Si el pago es de contado, adjuntar el cheque por \$1452,48(valor total) a nombre de BMI Del Ecuador Compañía de Seguros S.A.

Página 1 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja

PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec

GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana

Complejo Empresarial World Trade Center Torre B plus 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
Term 95 (15) años

PARA: Mauricio Espinel
 EDAD DE EMISION 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 150000,000
 PAGO INICIAL ANUAL: \$ 1452,48000

Final Año	Edad	Contribución Anual	Proteccion
1	56	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
2	57	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
3	58	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
4	59	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
5	60	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
6	61	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
7	62	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
8	63	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
9	64	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
10	65	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
11	66	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
12	67	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
13	68	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
14	69	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
15	70	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00

*A estos valores se deben incluir los Impuestos de Ley
 ESTA ILUSTRACION FUE ESPECIFICAMENTE DISEÑADA PARA SER USADA
 UNICAMENTE EN LA REPUBLICA DEL ECUADOR
 ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO

ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS

Preparado el: 25 de julio de 2011 Preparado por: Verónica Naranjo Página 2 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja
 PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec
 GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana
 Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
Term 95 (15) años

PARA: Mauricio Espinel
EDAD DE EMISION 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 150000,000
PAGO INICIAL ANUAL: \$ 1452,48000

Valores Ilustrados -- Term 95 (15) años

	Primas Pagadas	Protección
Año 1	\$ 1.399,50	\$ 150.000,00
Año 5	\$ 6.997,50	\$ 150.000,00
Año 10	\$ 13.995,00	\$ 150.000,00
Año 15	\$ 20.992,50	\$ 150.000,00

Seguro de Vida suscrito por BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO

***** FIRMA ES REQUERIDA *****

Yo he recibido una copia de esta ilustración

Solicitante

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Yo certifico que esta ilustración ha sido presentada y entregada al solicitante. Yo no he hecho ninguna representación contradictoria con esta ilustración

Representante de la Compañía

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Esta oferta tiene validez 30 días a partir de la fecha de cotización

ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS
Preparado por: Verónica Naranjo, BMI Página 3 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja
PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec
- GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana
Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Cf. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.

Una Ilustración de Seguro de Vida

***** Term 95 *****

Una Póliza de Seguro a Término Renovable y No Convertible

Término (20) años

Preparado para: **Mauricio Espinel**
Edad 55, Masculino, No Fumador

SUMA ASEGURADA INICIAL:	\$	100.000,00	
			CREDITO CONTADO
PRIMA NETA INICIAL ANUAL:	\$	1.393,70	1.267,00
CONTRIBUCION SBS:	\$	48,78	44,35
CONTRIBUCION SEGURO CAMPESINO:	\$	6,97	6,34
SUBTOTAL (1):	\$	1.449,45	1.317,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS:	\$	82,00	75,00
OTROS CARGOS:	\$	0,00	0,00
SUBTOTAL (2):	\$	1.531,45	1.392,68
I.V.A.:	\$	0,00	0,00
TOTAL	\$	1.531,45	1.392,68
			\$ 127,62 Cuota mensual
			\$ 382,86 Cuota trimestral
			\$ 696,34 Cuota semestral

Si el pago es de contado, adjuntar el cheque por \$1392,68(valor total) a nombre de BMI Del Ecuador Compañía de Seguros S.A.

Página 1 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja

PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec

GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana

Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX: 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
Term 95 (20) años

PARA: Mauricio Espinel
EDAD DE EMISION 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 100000,000
PAGO INICIAL ANUAL: \$ 1392,68000

Final Año	Edad	Contribución Anual	Proteccion
1	56	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
2	57	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
3	58	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
4	59	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
5	60	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
6	61	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
7	62	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
8	63	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
9	64	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
10	65	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
11	66	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
12	67	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
13	68	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
14	69	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
15	70	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
16	71	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
17	72	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
18	73	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
19	74	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
20	75	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00

*A estos valores se deben incluir los Impuestos de Ley

ESTA ILUSTRACION FUE ESPECIFICAMENTE DISEÑADA PARA SER USADA
UNICAMENTE EN LA REPUBLICA DEL ECUADOR

ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO

ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS

Preparado el: 25 de julio de 2011 Preparado por: Verónica Naranjo Página 2 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja

PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec

GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana

Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
Term 95 (20) años

PARA: Mauricio Espinel
EDAD DE EMISION 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 100000,000
PAGO INICIAL ANUAL: \$ 1392,68000

Valores Ilustrados -- Term 95 (20) años

	Primas Pagadas	Protección
Año 1	\$ 1.342,00	\$ 100.000,00
Año 5	\$ 6.710,00	\$ 100.000,00
Año 10	\$ 13.420,00	\$ 100.000,00
Año 15	\$ 20.130,00	\$ 100.000,00
Año 20	\$ 26.840,00	\$ 100.000,00

Seguro de Vida suscrito por BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO

***** FIRMA ES REQUERIDA *****

Yo he recibido una copia de esta ilustración

Solicitante

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Yo certifico que esta ilustración ha sido presentada y entregada al solicitante. Yo no he hecho ninguna representación contradictoria con esta ilustración

Representante de la Compañía

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Esta oferta tiene validez 30 días a partir de la fecha de cotización

ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS
Preparado por: Verónica Naranjo, BMI Página 3 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renezo, Planta Baja
PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec
GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana
Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.

Una Ilustración de Seguro de Vida

***** Term 95 *****

Una Póliza de Seguro a Término Renovable y No Convertible

Término (20) años

Preparado para: **Mauricio Espinel**
Edad 55, Masculino, No Fumador

SUMA ASEGURADA INICIAL:	\$	150.000,00	
			CREDITO
			CONTADO
PRIMA NETA INICIAL ANUAL:	\$	2.090,55	1.900,50
CONTRIBUCION SBS:	\$	73,17	66,52
CONTRIBUCION SEGURO CAMPESINO:	\$	10,45	9,50
SUBTOTAL (1):	\$	2.174,17	1.976,52
GASTOS ADMINISTRATIVOS:	\$	82,00	75,00
OTROS CARGOS:	\$	0,00	0,00
SUBTOTAL (2):	\$	2.256,17	2.051,52
I.V.A.:	\$	0,00	0,00
TOTAL	\$	2.256,17	2.051,52
		\$ 188,01	Cuota mensual
		\$ 564,04	Cuota trimestral
		\$ 1.025,76	Cuota semestral

Si el pago es de contado, adjuntar el cheque por \$2051,52(valor total) a nombre de BMI Del Ecuador Compañía de Seguros S.A.

Página 1 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja

PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec

GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana

Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.
Term 95 (20) años

PARA: Mauricio Espinel

EDAD DE EMISION 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 150000,000

PAGO INICIAL ANUAL: \$ 2051,52000

Final Año	Edad	Contribución Anual	Protección
1	56	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
2	57	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
3	58	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
4	59	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
5	60	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
6	61	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
7	62	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
8	63	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
9	64	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
10	65	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
11	66	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
12	67	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
13	68	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
14	69	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
15	70	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
16	71	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
17	72	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
18	73	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
19	74	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
20	75	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00

*A estos valores se deben incluir los Impuestos de Ley

ESTA ILUSTRACION FUE ESPECIFICAMENTE DISEÑADA PARA SER USADA

UNICAMENTE EN LA REPUBLICA DEL ECUADOR

ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO

ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS

Preparado el: 25 de julio de 2011

Preparado por: Verónica Naranjo

Página 2 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja

PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec

GUAYAQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana

Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBX. 2630273 Fax 2630274



BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.

Term 95 (20) años

PARA: Mauricio Espinel

EDAD DE EMISIÓN 55, MASCULINO, NO FUMADOR PROTECCION INICIAL: \$ 150000,000

PAGO INICIAL ANUAL: \$ 2051,52000

Valores Ilustrados -- Term 95 (20) años

	Primas Pagadas	Protección
Año 1	\$ 1.975,50	\$ 150.000,00
Año 5	\$ 9.877,50	\$ 150.000,00
Año 10	\$ 19.755,00	\$ 150.000,00
Año 15	\$ 29.632,50	\$ 150.000,00
Año 20	\$ 39.510,00	\$ 150.000,00

Seguro de Vida suscrito por BMI del Ecuador Compañía de Seguros de Vida S.A.

ESTO ES UNA ILUSTRACION, NO UN CONTRATO

***** FIRMA ES REQUERIDA *****

Yo he recibido una copia de esta ilustración

Solicitante

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Yo certifico que esta ilustración ha sido presentada y entregada al solicitante. Yo no he hecho ninguna representación contradictoria con esta ilustración

Representante de la Compañía

Quito, 25 de julio de 2011
Fecha

Esta oferta tiene validez 30 días a partir de la fecha de cotización

ESTA ILUSTRACION NO ES VALIDA SIN TODAS LAS PAGINAS

Preparado por: Verónica Naranjo, BMI

Página 3 de 3

QUITO: Calle Suecia y Av de los Shyris, Edificio Plaza Renazzo, Planta Baja

PBX: 3330 111 - Fax: 3330 178 e-mail: webmaster@bmi.com.ec

QUAYAYQUIL: Urbanización Kennedy Norte, Av. Francisco de Orellana

Complejo Empresarial World Trade Center Torre B piso 8 Of. 811 PBK. 2630273 Fax 2630274



ANEXO 5: COTIZACIONES DE ASISTENCIA MÉDICA

COTIZADOR 2011 PLANES NACIONALES



Plan de Atención Médica Nacional

Nombre del Titular: _____

Nombre del titular: _____

Edad Compañía: _____

Nombre del Cotizante: _____

Edad Compañía: _____

Edad Compañía hijo (I): _____

Edad Compañía hijo (II): _____

Edad Compañía hijo (III): _____

Ciudad: QUITO

Agente: _____

Ejecutivo: _____

Andrés Espinal

Andrés Espinal

Ver cotización
Flexiplan

Ver cotización
Infinity

Ver cotización
**Gastos Médicos
Mayores**

Información para cotizar Flexiplan

	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Deducible	\$ 300.000	\$ 200.000	\$ 200.000
CNY / USD	\$100 / \$300 (Balcón)	\$200 / 200%	\$200 / \$300 (Balcón)
Cobertura Ambulatoria	\$5.000 (Balcón)	\$ 15.000.000	\$5.000 (Balcón)
Cobertura Hospitalaria	\$25.000 (Balcón)	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000
Maternidad / CEN	\$1.200 / \$5.000 (Balcón)	\$1.200 / \$5.000 (Balcón)	\$1.200 / \$5.000 (Balcón)

FLEXIPLAN NACIONAL

Titular: Andrés Espinel

Edad: 26 años

Cómpage:

QUITO, 16 de enero de 2012

DESCRIPCIÓN	BENEFICIO			COBERTURA		
	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Deducible por persona por año contrato, máximo 3 por familia	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Máximo hospitalario por persona por año contrato	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Máximo hospitalario por persona por año contrato	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Cuentos al mes	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Unidad de cuidados intensivos diario	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Límite de días por tipo de hospitalización	120 días	120 días	120 días	120 días	120 días	120 días
Maternidad al 100%, hasta	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Cuidado del recién nacido por vida primeros 90 días	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Preservación de células madre del cordón umbilical	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Emergencia comprobada por enfermedad o accidente durante viajes al exterior	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Deducible por viaje	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Máximo de días por viaje	30 días	30 días	30 días	30 días	30 días	30 días
Transporte de órganos por vida	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
Dormite vivo por vida	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Copago ambulatorio dentro del círculo de servicios	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Copago fuera del círculo de servicios	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Límite de copago ambulatorio dentro del círculo	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Período de espera para maternidad	1 año	1 año	1 año	1 año	1 año	1 año
Período de espera para cualquier incapacidad, no accidental***	90 días	90 días	90 días	90 días	90 días	90 días
Período de presentación de reclamos	90 días	90 días	90 días	90 días	90 días	90 días
Período de acumulación de cuotas	180 días	180 días	180 días	180 días	180 días	180 días
Cobertura garantizada de cuotas	Durante 3 años	Durante 3 años	Durante 3 años	Durante 3 años	Durante 3 años	Durante 3 años

* Adicional intereses de financiamiento

Cotización Preparada por: Andrés Espinel

Agente: Andrés Espinel

Esta cotización tiene validez de 30 días

Incluye Beneficios de Tarjeta MASCUADOR



COMPAÑÍA DE SEGUROS



QUITO , 16 de enero de 2012

INFINITY

Titular: Andrés Espinel
Edad: 26 años

BENEFICIO	INFINITY	INFINITY PLUS	
Límite máximo por incapacidad por afiliado	\$ 150,000.00	\$ 150,000.00	
Límite máximo por incapacidad por afiliado para enfermedades graves (en adición a la cobertura básica)	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	
Cuarto y alimento diario, hasta \$250 al	100.00%	100.00%	
Unidad de cuidados intensivos diario	100.00%	100.00%	
Máximo de días por tipo de habitación	180 días	180 días	
Deducible por año contrato por afiliado para todas las incapacidades ambulatorias	\$ 120.00	\$ 120.00	
Emergencia médica por accidente hasta \$1,000 al	100.00%	100.00%	
Maternidad al 100% hasta	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	
Cuidado del recién nacido vitalicio	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	
Preservación de células madre del cordón umbilical (con maternidad cubierta)	\$ 1,000.00 por hijo	\$ 1,000.00 por hijo	
Trasplante de órganos por vida	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	
Indemnización Médica al Donante Vivo por vida	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	
Emergencia médica comprobada por enfermedad o accidente durante viajes al exterior	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	
Deducible por viaje	\$ 150.00	\$ 150.00	
Máximo de días por viaje	30 días	30 días	
Copago por incapacidad hospitalaria dentro del Círculo de Servicios	90.00%	100%	
Copago por incapacidad ambulatorio dentro del Círculo de Servicios	80.00%	100%	
Copago por incapacidad fuera del Círculo de Servicios	70.00%	100%	
Límite de copago por incapacidad hospitalaria dentro del Círculo de Servicios	\$ 3,000.00	No aplica	
Período de presentación de reclamos y alcances	120 días	120 días	
Período de incapacidad	365 días	365 días	
Período de espera de maternidad	1 año	1 año	
Período de carencia para cualquier incapacidad no accidental	90 días	90 días	
	Contado	\$ 1,028.18	\$ 1,273.98
	Tarjeta de Crédito*	\$ 1,126.49	\$ 1,396.87
	Débito Semestral	\$ 563.25	\$ 698.43
	Debito Trimestral	\$ 281.62	\$ 349.22
	Debito Mensual	\$ 93.87	\$ 116.41

Incluye Beneficios de tarjeta MASECUADOR
* Adicionar intereses de financiamiento

Esta cotización tiene validez de 30 días y no implica concesión de cobertura

Cotización Preparada por: Andrés Espinel

Agente: Andrés Espinel





QUITO, 16 de enero de 2012

GASTOS MÉDICOS MAYORES

Titular: Andrés Espínel
Edad: 26 años

	BENEFICIO	COBERTURA		
Limite máximo por incapacidad		\$ 250,000.00		
Cuarto y alimento diario, luego de aplicado el deducible		100%		
Unidad de cuidados intensivos, luego de aplicado el deducible		100%		
Máximo de días por tipo de habitación		120 días		
Maternidad, luego de aplicado el deducible		100%		
Cuidado del recién nacido vitalicio, luego de aplicado el deducible		\$ 50,000.00		
Trasplante de órganos vitalicio, luego de aplicado el deducible		\$ 50,000.00		
Emergencia comprobada por enfermedad o accidente durante viajes al exterior		\$ 15,000.00		
Deducible por viaje		\$ 150.00		
Máximo de días por viaje		30 días		
Copago por incapacidad hospitalaria dentro del círculo		100%		
Copago por incapacidad ambulatoria dentro del círculo		90%		
Copago por incapacidad fuera del círculo		70%		
Periodo de incapacidad		365 días		
Periodo de acumulación de cuentas		180 días		
Periodo de presentación de reclamo		90 días		
Periodo de carencia para cualquier incapacidad no accidental		90 días		
Periodo de espera para maternidad		1 año		
Deducible por incapacidad	\$5,000			
Tarjeta de Crédito*	Débito Semestral	Debito Trimestral	Debito Mensual	
	\$ 295.60	\$ 147.80	\$ 73.90	\$ 24.63
Contado	\$ 272.82			
Deducible por incapacidad	\$10,000			
Tarjeta de Crédito*	Débito Semestral	Debito Trimestral	Debito Mensual	
	\$ 212.90	\$ 106.45	\$ 53.22	\$ 17.74
Contado	\$ 197.63			

Incluye Beneficios de tarjeta MASECUADOR
* Adicionar intereses de financiamiento

Esta cotización tiene validez de 30 días

Cotización Preparada por: Andrés Espínel

Agente: Andrés Espínel

