



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas.

AUTORES:

Muñoz Espinosa José David

Padilla Saavedra Layla Verónica

Zambrano Morales Verónica Nataly

Zamora Loor Elsa Diógena

Zamora Oyervide Verónica Elizabeth

TUTOR: Mtr. María del Mar Maldonado

Plan de negocios para la creación de un corredor de
seguros de fianza con procesos de tramitación online a
través de una plataforma y página web en la Zona

Austral, 2023.

Plan de negocios para la creación de un corredor de seguros de fianza con procesos de tramitación online a través de una plataforma y página web en la Zona Austro 2023.

Por:

Muñoz Espinosa José David

Padilla Saavedra Layla Verónica

Zambrano Morales Verónica Nataly

Zamora Loor Elsa Diógena

Zamora Oyervide Verónica Elizabeth

27 de agosto de 2023

Aprobado:

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX
XXXXXXXXXX

Aceptado y Firmado: _____ 20, enero, 2023
XXXXXXXXXXXX

Aceptado y Firmado: _____ 20, enero 2023
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Aceptado y Firmado: _____ 20, enero, 2023
XXXXXXXXXXXXXXXXXX.

_____ 20, enero, 2023

XXXXXXXXXXXX

Presidente(a) del

Tribunal

Universidad Internacional del Ecuador

Autoría del Trabajo de Titulación

Nosotros, Muñoz José, Padilla Layla, Zambrano Verónica, Zamora Elsa, Zamora Verónica, declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación titulado: **Plan de negocios para la creación de un corredor de seguros de fianza con procesos de tramitación online a través de una plataforma y página web en la Zona Austro 2023**. Es de nuestra autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Muñoz Espinosa José David



Padilla Saavedra Layla Verónica



Zambrano Morales Verónica Nataly



Zamora Loor Elsa Diógena



Zamora Oyervide Verónica Elizabeth

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Nosotros, Muñoz José, Padilla Layla, Zambrano Verónica, Zamora Elsa, Zamora Verónica, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado: **Plan de negocios para la creación de un corredor de seguros de fianza con procesos de tramitación online a través de una plataforma y página web en la Zona Austro 2023**, autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autores nos corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito 23 de agosto de 2023

Muñoz Espinosa José David

Padilla Saavedra Layla Verónica

Zambrano Morales Verónica Nataly

Zamora Loor Elsa Diógena

Zamora Oyervide Verónica Elizabeth

Dedicatoria

A nuestras queridas familias:

Con las manos llenas de conocimiento y nuestros corazones abiertos, deseamos dedicar este proyecto de titulación con amor, gratitud y aprecio hacia ustedes, nuestras familias extraordinarias.

A lo largo de este arduo camino, han sido nuestro faro en la oscuridad, iluminando nuestro sendero con su apoyo incondicional y su fe constante en nuestras habilidades. Sin importar los desafíos que hemos enfrentado, ustedes siempre han estado ahí, sosteniendo nuestro ánimo y alentándonos a volar más alto.

Desde el inicio de este proyecto, hemos sentido la presencia cálida de su amor y dedicación, impulsándonos a superar obstáculos y perseguir nuestros sueños con convicción.

Sus palabras de aliento y sus abrazos reconfortantes nos han dado el coraje para enfrentar cualquier reto con valentía y determinación.

Cada uno de ustedes ha sido una pieza invaluable en este rompecabezas de logros y experiencias. Con su paciencia, comprensión y apoyo inquebrantable, han sido nuestros pilares de fuerza y confianza. Gracias a su sabiduría y consejos, hemos aprendido a creer en nosotros mismos y a enfrentar con coraje los desafíos que se presentaron.

Hoy, en este momento de realización y triunfo, queremos expresar nuestra gratitud infinita a cada uno de ustedes, nuestros padres, parejas, hijos e hijas y todos nuestros seres queridos. Desde el fondo de nuestros corazones, les agradecemos por su amor incondicional, su fe en nuestras capacidades y por ser nuestros mayores defensores.

Esta dedicación es un tributo a su sacrificio, a sus palabras de ánimo y a la fuerza de su amor. Esperamos sinceramente haberlos hecho sentir orgullosos y esperamos que este

proyecto de titulación sea un símbolo de gratitud hacia ustedes y de nuestro compromiso para hacerles sentir que su apoyo nunca fue en vano.

Con amor y gratitud eternos.

José Muñoz, Verónica Padilla, Verónica Zambrano, Elsa Zamora y Verónica Zamora.

Agradecimiento

Queridos: Vinicio, Padres muy míos, Renata, Ma. Emilia, mi querido equipo de colaboradores de Strattegia, Veritas CDIS y Brillanti Personal Académico UIDE; al concluir esta etapa, quiero expresarles mi más franco reconocimiento por el soporte absoluto e incondicional que me han brindado durante todo el proceso de elaboración de mi proyecto de titulación. Sin su apoyo, compromiso y confianza en mí, no habría sido posible lograr este importante hito en mi vida académica y profesional.

Vinicio, gracias por ser mi compañero de vida y mi mayor fuente de inspiración. Tu apoyo constante, paciencia y aliento me han demostrado una vez más que juntos podemos lograr los más caros anhelos.

A mis padres, especialmente a mi madre, Bertha, tu amor, sabiduría y apoyo incondicional han sido mi mayor fortaleza. Siempre has creído en mí y me has impulsado a dar lo mejor de mí misma. Tu reconocimiento constante y palabras de aliento me han dado la confianza necesaria para seguir adelante, así los retos fueron llevaderos.

Renata y Ma. Emilia, mis hermosas hijas, ustedes son mis maestras, mi mayor motor y motivo de orgullo. Gracias por ser mis alegrías diarias, su acompañamiento ha sido invaluable, y espero que este logro les sirva como ejemplo de que pueden alcanzar cualquier meta que se propongan y que la edad no es una limitante.

A mis colaboradores de Strattegia, Veritas CDIS y Brillanti, su profesionalismo, dedicación y compromiso con nuestros negocios han sido fundamentales para permitirme enfocarme en mi proyecto de titulación. Agradezco su apoyo constante y el entusiasmo que han demostrado en cada tarea que han realizado. Sin su colaboración, no habría sido posible equilibrar mis responsabilidades y avanzar en mi proyecto.

Finalmente, a mis compañeros, gracias por entregar cada momento con valentía y no

claudicar ante el cansancio y hacer más significativa nuestra tarea de aprendizaje, valoro la vida de cada uno de ustedes, junto a su conocimiento y profesionalidad; a los tutores y a UIDE, gracias por formular este modelo académico, impartir su doctrina y cátedra con dedicación y profesionalismo.

Gracias a cada uno de ustedes por ser parte fundamental de mi éxito. Sus palabras de ánimo, gestos de apoyo y dedicación han sido invaluable y han hecho la diferencia en mi camino hacia la culminación de este proyecto de titulación, así lograron hacer de mi un mejor ser humano.

Con gratitud sincera, siempre a su llamado.

Layla

Agradecimiento

Cuando comencé este proceso, estaba segura de que no sería fácil, y como me lo esperaba, no lo fue, para nada; esta meta personal, se convirtió en una meta familiar, una meta en la que tuve que sacrificar muchas horas de atención a mi familia, y les deje de lado para continuar con este reto.

Por eso quiero agradecerles con todo mi corazón a mis hermosos hijos Juan Manuel, Marcela y Joaquín porque sin querer, aceptaron perder muchas horas de su mamá, y otras tantas me acompañaron en mis clases, mis deberes, estuvieron siempre pendientes de mis tareas, de que las haga y de ayudarme con todo lo que estaba a su alcance, y hacerme más fácil el hecho de ser una mamá estudiante, que, aunque tarde, hoy junto a ustedes cumple un sueño.

A mi esposo Juan, gracias por la paciencia mi amor, sé que muchas veces te dejé solo, pero siempre supe que contaba con tu apoyo y tu cariño, tu amor me impulsó a continuar con este caminar.

A mi mamá, gracias por siempre darme esas palabras de aliento para continuar, por estar pendiente para que cumpla con este sueño y por siempre apoyarme para acabar con mi carrera.

Quiero agradecer también a mis compañeros en Aseguradora del Sur especialmente a Priscila Rodas por ser mi mentora, mi compañera y amiga; y a todos quienes pusieron este reto en mis manos, y me presentaron este camino, dándome la oportunidad de terminar un reto personal relegado durante muchos años.

Por último, a ustedes, compañeros de proyecto, sin ustedes no sería posible que hayamos llegado hasta acá, fue un gusto pasar tantas malas noches juntos, sin duda este tiempo dejó buenos amigos para el futuro.

A todos ustedes les agradezco con toda mi alma por cada granito de arena que pusieron para que hoy, yo pueda estar acá convenciéndome que nunca es tarde para cumplir un sueño.

Los quiero un montón.

Verónica Zamora Oyervide.

Agradecimiento

María del Mar Maldonado, Mtr. Agradezco su esfuerzo por comprender nuestro proyecto, aportando con sus conocimientos e ideas de aplicación para este logro, fueron muy importantes. Gracias por orientarnos.

A mis queridos docentes, con mención especial al Ing. Cristian Arzani, por compartir sus conocimientos de manera profesional, por su tolerancia, dedicación y paciencia, los aprendizajes transitaran en nuestro camino profesional.

A mi madre Monserrat Loor, por idealizar este logro, por insistir en terminar los estudios superiores, a mi esposo Diego Checa por el ejemplo, apoyo moral y económico, a mi hijo Joaquín por inspirarme en cada momento y demostrarme que los sueños requieren de acciones para ser reales, al Mercado Asegurador que me abrió las puertas para desenvolverme profesionalmente y facilitarme los recursos, además de darme la oportunidad de conocer seres humanos extraordinarios.

Compañeros de viaje, hoy finaliza esta aventura y no puedo dejar de recordar con muchas emociones cuantas horas de trabajo dedicamos a nuestra formación. Hoy cerramos un capítulo en esta historia de vida y quiero agradecer por su apoyo y constancia, gracias por unirse a este proyecto.

Con cariño y gratitud.

Elsa Zamora

Agradecimiento

A mis padres, que incondicionalmente apoyaron las decisiones que hoy me llevan a obtener este logro, los que han estado presentes en cada obstáculo y en cada triunfo, que han sido un soporte a lo largo de toda mi vida y por quienes hoy estoy aquí. Los quiero mucho papá y mamá. Que la vida me permita tenerlos muchos años más para poder compartir todos mis momentos con ustedes.

A mi Victitor, el amor de mi vida, que me ha impulsado a seguir mis sueños en todo momento, que ha sido mi pilar, que muchas noches me acompañó, aunque sea en presencia, dándome ánimos y que siempre me hizo saber lo orgulloso que está de mí por seguir adelante. Te amo mucho mi amor y te admiro, eres quien me inspiró para luchar por mis anhelos.

A dos profesores que fueron una clave fundamental en el desarrollo del proyecto, el profesor Christian Arzani y la profesora María del Mar Maldonado, por su apoyo de manera desinteresada.

A mis compañeros las Veros, Elsita, José, que han transitado el mismo camino y que con las mismas ganas, responsabilidad y entusiasmo hemos logrado culminar este proyecto.

Por esto y mucho más quedo eternamente agradecida,

Verónica Zambrano Morales

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi familia, amigos y colegas, quienes me han brindado un apoyo inquebrantable a lo largo de este arduo viaje de titulación. Su aliento constante, palabras de ánimo y presencia en cada etapa de este proceso, han sido fundamentales para alcanzar este logro. Su confianza en mí ha sido mi motor y estoy verdaderamente agradecido por tenerlos a mi lado.

En segunda instancia, deseo extender mi gratitud a mis compañeras de grupo en este proyecto.

Su compromiso y dedicación han sido ejemplares, y su habilidad para mantener la precisión y aplicar sus conocimientos ha sido fundamental para el desarrollo sobresaliente de nuestro trabajo. Juntos, hemos superado desafíos, compartido ideas valiosas y creado un resultado del que estoy increíblemente orgulloso.

Este camino no habría sido el mismo sin la colaboración y el apoyo incondicional de todos ustedes. Su contribución ha dejado una huella imborrable en este proyecto y en mi trayectoria académica en general.

Espero que podamos seguir celebrando futuros éxitos juntos. ¡Gracias de todo corazón!

José Muñoz

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios tiene como objetivo analizar la viabilidad de crear un corredor de seguros de fianza en la Zona Austro en el año 2023. La idea central es utilizar una plataforma digital y una página web para facilitar los procesos de tramitación y mejorar la accesibilidad de los servicios para los clientes. El objetivo general de este plan de negocios es establecer las bases para el desarrollo y lanzamiento de un corredor de seguros de fianza en la Zona Austro, proporcionando una solución eficiente y moderna que permita a los clientes tramitar sus seguros de fianza de manera rápida y segura, a través de una plataforma online. En el marco teórico, se analizarán las características del mercado de seguros de fianza en la Zona Austro, así como las tendencias actuales del sector. También se estudiará la importancia de la transformación digital en la industria de seguros y los beneficios de utilizar plataformas online para agilizar los procesos de tramitación. La metodología a seguir en este plan de negocios se basará en una investigación de mercado exhaustiva para identificar las necesidades y demandas de los clientes en cuanto a seguros de fianza en la Zona Austro. Además, se realizará un análisis de la competencia y se llevará a cabo un estudio financiero para evaluar la viabilidad económica del proyecto. Para la elaboración de este plan de negocios, se utilizarán diversas fuentes de información, como informes financieros, y datos estadísticos relevantes de la Superintendencia de Bancos, Compras Públicas, Banco Central. También se realizarán entrevistas a expertos del sector y se recopilará información de entidades reguladoras. Finalmente, se puede concluir, que el bróker de seguros de fianza con procesos de diligencia virtual, se presenta como una oportunidad de negocio rentable y de valor añadido en la Zona Austro. Se espera que este proyecto pueda satisfacer las necesidades de los clientes, mejorar la eficiencia en la tramitación de seguros de fianza y generar beneficios económicos sostenibles a largo plazo.

Palabras clave: Corredor de seguros, fianza, aseguradora, garantía.

Abstract

The following business plan aims to analyze the feasibility of creating a surety insurance brokerage in the Austro Zone in 2023. The central idea is to utilize a digital platform and a website to facilitate the processing processes and improve the accessibility of services for clients. The overall objective of this business plan is to establish the foundations for the development and launch of a surety insurance brokerage in the Austro Zone, providing an efficient and modern solution that allows clients to process their surety insurance quickly and securely through an online platform. In the theoretical framework, the characteristics of the surety insurance market in the Austro Zone will be analyzed, as well as the current trends in the sector. The importance of digital transformation in the insurance industry and the benefits of using online platforms to streamline processing processes will also be studied. The methodology to be followed in this business plan will be based on comprehensive market research to identify the needs and demands of clients regarding surety insurance in the Austro Zone. Additionally, a competitive analysis will be conducted, and a financial study will be carried out to evaluate the economic viability of the project. Various sources of information will be used in the development of this business plan, such as market studies, financial reports, academic research, and relevant statistical data from the Superintendent of Banks, Public Procurement, and Central Bank. Interviews with industry experts will also be conducted, and information from regulatory entities will be collected. Finally, it can be concluded that the surety insurance brokerage with online processing processes presents itself as a profitable business opportunity with added value in the Austro Zone. It is expected that this project can meet the needs of clients, improve efficiency in processing surety insurance, and generate sustainable long-term economic benefits.

Keywords: Insurance, broker, bond, warranty.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| TABLA DE CONTENIDO | 1 |
| 1. OBJETIVOS | 7 |
| 1.1 Objetivo General..... | 7 |
| 1.2 Objetivos Específicos..... | 7 |
| 2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA | 9 |
| 3. DESIGN THINKING | 10 |
| 3.1 Empatía | 10 |
| 3.2 Definición | 22 |
| 3.3 Ideación..... | 25 |
| 3.4 Prototipado..... | 27 |
| 3.5 Testeo | 32 |
| 4. MARCO TEÓRICO | 34 |
| 4.1 Antecedentes de la Investigación | 34 |
| 4.2 Bases Teóricas..... | 35 |
| 4.3 Bases Conceptuales..... | 38 |
| 5. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO - PESTEL | 46 |
| 5.1 Factor Político..... | 46 |
| 5.2 Factor Económico | 48 |
| 5.3 Factor Social | 52 |
| 5.4 Factor Tecnológico..... | 54 |
| 5.5 Factor Ecológico | 55 |
| 5.6 Factor Legal | 57 |
| 6. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO – 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER | 59 |
| 6.1 Proveedores..... | 59 |
| 6.2 Clientes | 63 |
| 6.3 Productos Sustitutos..... | 65 |
| 6.4 Nuevos entrantes..... | 66 |
| 6.5 Rivalidad Competitiva | 67 |
| 7. VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD – VIABILIDAD – DESEABILIDAD | 76 |
| 7.1 Factibilidad | 76 |
| 7.2 Deseabilidad..... | 78 |
| 7.3 Viabilidad..... | 79 |
| 7.4 Mercado Objetivo | 82 |
| 8. MEJORA DEL PROTOTIPO | 91 |
| 9. MODELO DE NEGOCIOS CANVAS | 94 |

| | |
|---|-----|
| 10. PRESENTACIÓN PMV | 96 |
| 10.1 Producto Mínimo Viable Comercial – Modelo de Monetización | 96 |
| 10.2 Prototipo..... | 98 |
| 10.3 Presupuesto | 103 |
| 11. PLAN DE MARKETING | 118 |
| 11.1 Establecimiento de Objetivos..... | 119 |
| 11.2 Criterios de Marketing | 121 |
| 11.3 Aplicación del Marketing Mix Profesional | 124 |
| 11.4 Producto | 126 |
| 11.5 Precio | 129 |
| 11.6 Plaza | 132 |
| 11.7 Promoción | 136 |
| 11.8 Personas | 145 |
| 11.9 Procesos | 148 |
| 11.10 Entorno..... | 148 |
| 12. PROCESOS | 155 |
| 12.1 Operaciones..... | 155 |
| 12.2 Diseño Organizacional..... | 165 |
| 12.3 Diseño Funcional | 166 |
| 12.4. Buenas Prácticas | 168 |
| 12.5. Responsabilidad Social Corporativa | 171 |
| 12.6. Gestión de Personas | 173 |
| 12.7. Perfiles de los Puestos..... | 176 |
| 13. ESTADOS FINANCIEROS | 185 |
| 13.1 Resumen de datos | 185 |
| 13.2 Estado de pérdidas y ganancias..... | 189 |
| 13.3 Tasa mínima de rendimiento T(MAR)..... | 190 |
| 13.4 Punto de equilibrio | 191 |
| 13.5 Análisis de sensibilidad..... | 194 |
| 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 204 |
| 14.1 Conclusiones | 204 |
| 14.2 Recomendaciones | 205 |
| 15. REFERENCIAS | 206 |
| ANEXO A: PROFORMAS PARA DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTO | 209 |
| ANEXO B. FORMULARIO REGISTRO DE PROVEEDORES | 218 |
| ANEXO C. IMAGEN CORPORATIVA – DESARROLLO DE LOGOTIPO | 220 |
| ANEXO D. IMAGEN CORPORATIVA - LÍMITES DE VARIACIÓN DE LOGOTIPO | 221 |

| | |
|--|------------|
| ANEXO E. APLICACIÓN DE LOGOS EN FONDOS | 222 |
| ANEXO F. APLICACIÓN DE LOGO EN PAPELERÍA Y MEDIOS DIGITALES | 223 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Preguntas - Formulación de hipótesis de encuestas | 11 |
| Tabla 2. <i>Cálculo del tamaño de la muestra</i> | 20 |
| Tabla 3. <i>Participación y comisiones de asesores de seguros en el segmento fianzas.</i> | 69 |
| Tabla 4. <i>Análisis FODA.</i> | 73 |
| Tabla 5. <i>Cálculo de Sueldos.</i> | 109 |
| Tabla 6. <i>Depreciación equipos de computación.</i> | 110 |
| Tabla 7. <i>Resumen de valores por inversión inicial.</i> | 112 |
| Tabla 8. <i>Estado de situación inicial.</i> | 113 |
| Tabla 9. <i>Inversión inicial, Pasivo a largo plazo y Patrimonio.</i> | 114 |
| Tabla 10. <i>Valores para amortización resumen</i> | 114 |
| Tabla 11. <i>Tabla de amortización.</i> | 115 |
| Tabla 12. <i>Cálculo de ventas anuales en 3 escenarios.</i> | 117 |
| Tabla 13. <i>Matriz de Producto</i> | 127 |
| Tabla 14 <i>Matriz de Precio</i> | 130 |
| Tabla 15. <i>Matriz de Plaza</i> | 134 |
| Tabla 16 <i>Matriz de Promoción</i> | 143 |
| Tabla 17. <i>Presupuesto de Marketing.</i> | 152 |
| Tabla 18. <i>Alternativas de Salas Coworking.</i> | 156 |
| Tabla 19. <i>Criterios de evaluación para selección de ubicación física de sala Coworking.</i> | 157 |
| Tabla 20. <i>Perfil de Competencias Director General</i> | 178 |
| Tabla 21. <i>Perfil de Competencias Ejecutivo de Ventas</i> | 180 |
| Tabla 22. <i>Perfil de Competencias Ejecutivo de Cuentas.</i> | 183 |
| Tabla 23. <i>Resumen inversiones iniciales</i> | 185 |
| Tabla 24. <i>Variación de salarios en Ecuador desde el 2015 al 2023.</i> | 186 |
| Tabla 25. <i>Estimación de salarios a 5 años.</i> | 186 |
| Tabla 26. <i>Resumen de gastos de ventas.</i> | 187 |
| Tabla 27. <i>Resumen de gastos administrativos.</i> | 188 |
| Tabla 28. <i>Resumen de gastos financieros.</i> | 188 |
| Tabla 29. <i>Ingresos estimados a 5 años.</i> | 189 |
| Tabla 30. <i>Estado de pérdidas y ganancias.</i> | 190 |
| Tabla 31. <i>Valores para determinación de T(MAR)</i> | 191 |
| Tabla 32. <i>Resumen de costos.</i> | 191 |
| Tabla 33. <i>Cálculo del punto de equilibrio.</i> | 192 |
| Tabla 34. <i>Datos asignados para graficar el punto de equilibrio.</i> | 192 |
| Tabla 35. <i>Comprobación del punto de equilibrio.</i> | 194 |
| Tabla 36. <i>Flujo de efectivo escenario previsto.</i> | 195 |
| Tabla 37. <i>Valores TIR, VAN y R B/C para el escenario previsto.</i> | 195 |
| Tabla 38. <i>Flujo acumulado – cálculo PRI escenario previsto.</i> | 196 |
| Tabla 39. <i>Estado de pérdidas y ganancias escenario pesimista.</i> | 197 |
| Tabla 40. <i>Flujo de efectivo escenario pesimista.</i> | 199 |
| Tabla 41. <i>Valores TIR, VAN y R B/C para el escenario pesimista.</i> | 199 |
| Tabla 42. <i>Flujo acumulado – cálculo PRI escenario pesimista.</i> | 200 |
| Tabla 43. <i>Estado de pérdidas y ganancias escenario optimista.</i> | 201 |
| Tabla 44. <i>Flujo de efectivo escenario optimista.</i> | 202 |
| Tabla 45. <i>Valores TIR, VAN y R B/C para el escenario optimista.</i> | 202 |
| Tabla 46. <i>Flujo acumulado – cálculo PRI escenario optimista.</i> | 203 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. <i>Pregunta 1. Encuesta empatía</i> | 13 |
| Figura 2. <i>Pregunta 2. Encuesta empatía</i> | 13 |
| Figura 3. <i>Pregunta 3. Encuesta Empatía</i> | 14 |
| Figura 4. <i>Pregunta 4. Encuesta Empatía</i> | 14 |
| Figura 5. <i>Pregunta 5. Encuesta Empatía</i> | 15 |
| Figura 6. <i>Pregunta 6. Encuesta Empatía</i> | 15 |
| Figura 7. <i>Pregunta 7. Encuesta Empatía</i> | 16 |
| Figura 8. <i>Pregunta 8. Encuesta Empatía</i> | 16 |
| Figura 9. <i>Pregunta 9. Encuesta Empatía</i> | 17 |
| Figura 10. <i>Pregunta 10. Encuesta Empatía</i> | 17 |
| Figura 11. <i>Pregunta 11. Encuesta Empatía</i> | 18 |
| Figura 12. <i>Pregunta 12. Encuesta Empatía</i> | 18 |
| Figura 13. <i>Pregunta 13. Encuesta Empatía</i> | 19 |
| Figura 14. <i>Mapa de empatía del mercado objetivo</i> | 21 |
| Figura 15. <i>Diagrama de Ishikawa planteado</i> | 23 |
| Figura 16. <i>Árbol de problemas planteado</i> | 24 |
| Figura 17. <i>Ingreso a la plataforma</i> | 28 |
| Figura 18. <i>Proceso de Cotización</i> | 29 |
| Figura 19. <i>Revisión de contrato habilitante para fianza</i> | 29 |
| Figura 20. <i>Prototipo - Calificación del Cliente</i> | 29 |
| Figura 21. <i>Prototipo Estado del Proceso</i> | 30 |
| Figura 22. <i>Prototipo Descarga de Documento Habilitante</i> | 30 |
| Figura 23. <i>Prototipo Formas de Pago</i> | 31 |
| Figura 24. <i>Testeo evaluación</i> | 32 |
| Figura 25. <i>Índices de Precios al Consumidor (2014-2023)</i> | 48 |
| Figura 26. <i>Tasas de Interés Activas Efectivas Referenciales para junio 2023</i> | 49 |
| Figura 27. <i>Tasas de Interés Activas Efectivas Referenciales para junio 2022</i> | 50 |
| Figura 28. <i>Participación en el mercado de los 10 ramos más representativos del Ecuador 2022-2023</i> | 51 |
| Figura 29. <i>Ventas y exportaciones según el SRI por sector económico en millones de USD, periodo enero - noviembre 2022</i> | 52 |
| Figura 30. <i>Composición de la población en Ecuador hasta el primer trimestre del 2023</i> | 53 |
| Figura 31. <i>Tasa de empleo adecuado, subempleo, tipo de otro no pleno y tasa de empleo no remunerado al 2022</i> | 53 |
| Figura 32. <i>Porcentaje de pobreza en el Ecuador al 2022</i> | 54 |
| Figura 33. <i>Ranking compañías de seguros ramo fianzas diciembre 2022</i> | 60 |
| Figura 34. <i>Listado de asesores de seguros en Azuay, diciembre 2022</i> | 68 |
| Figura 35. <i>Seguros de Fianza, “Buen uso de Anticipo” en la provincia de Azuay en diciembre 2022</i> | 70 |
| Figura 36. <i>Participación y comisiones recibidas de Agencias Asesoras Productoras de Fianza, “Fiel Cumplimiento de Contrato” en la provincia de Azuay en diciembre 2022</i> | 71 |
| Figura 37. <i>Proveedores del estado registrados en el año 2022 y 2023</i> | 83 |
| Figura 38. <i>Proveedores del estado por provincia de 2022 a 2023</i> | 84 |
| Figura 39. <i>Evolución de proveedores por provincia en el 2023</i> | 85 |
| Figura 40. <i>Embudo de Mercado</i> | 86 |
| Figura 41. <i>Estructura básica Web</i> | 92 |
| Figura 42. <i>Modelo CANVAS</i> | 94 |
| Figura 43. <i>Monetización SMV</i> | 98 |
| Figura 44. <i>Ingreso Plataforma Mejorada</i> | 98 |

| | |
|---|-----|
| Figura 45. <i>Proceso Cotización Mejorado</i> | 99 |
| Figura 46. <i>Proceso Análisis de Contrato Mejorado</i> | 100 |
| Figura 47. <i>Proceso Análisis de Cliente Mejorado</i> | 101 |
| Figura 48. <i>Estado del Proceso Mejorado</i> | 101 |
| Figura 49. <i>Descarga de Documentos</i> | 102 |
| Figura50. <i>Pago de Servicios Mejorado</i> | 103 |
| Figura51. <i>Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Buen Uso de Anticipo Azuay 2022.</i> | 104 |
| Figura52. <i>Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Buen Uso de Anticipo Azuay 2022.</i> | 105 |
| Figura53. <i>Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Cumplimiento de Contrato Azuay 2022.</i> | 105 |
| Figura54. <i>Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Cumplimiento de Contrato Azuay 2022.</i> | 106 |
| Figura55. <i>Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Garantías aduaneras Azuay 2022.</i> | 106 |
| Figura56. <i>Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Garantías Aduaneras Azuay 2022.</i> | 107 |
| Figura57. <i>Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Seriedad de la Oferta Azuay 2022.</i> | 107 |
| Figura58. <i>Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Seriedad de la Oferta Azuay 2022.</i> | 107 |
| Figura 59. <i>Índice de Precios al Consumidor 2023</i> | 110 |
| Figura 60. <i>Financiamiento.</i> | 114 |
| Figura 61. <i>Escenarios de porcentajes de comisiones.</i> | 116 |
| Figura 62. <i>Elementos del plan de marketing.</i> | 119 |
| Figura 63. <i>Criterios a considerar para la elaboración del plan de marketing.</i> | 122 |
| Figura 64. <i>Propuesta de valor para el bróker de seguros de fianza Zona Austral 2023.</i> | 123 |
| Figura 65. <i>Isotipo Empresarial</i> | 138 |
| Figura66. <i>Plano de sala Coworking propuesta.</i> | 155 |
| Figura 67. <i>Macro Localización</i> | 158 |
| Figura 68. <i>Micro Localización.</i> | 159 |
| Figura 69. <i>Proceso de agenciamiento con Compañías de seguros.</i> | 163 |
| Figura 70. <i>Proceso de atención al cliente y gestión de consultas.</i> | 164 |
| Figura71 <i>Organigrama Estructural</i> | 166 |
| Figura72. <i>Diseño Funcional</i> | 166 |
| Figura 73. <i>Buenas Prácticas en Seguros de fianza.</i> | 171 |
| Figura 74. <i>Descripción de puestos.</i> | 175 |
| Figura 75. <i>Punto de equilibrio</i> | 193 |

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Establecer una empresa corredora de seguros de fianzas en la Zona Austral del Ecuador que proporcione servicios de asesoría en línea, sobre diseño, revisión, calificación y demás servicios de corretaje en este ramo, para satisfacer las necesidades financieras y de protección patrimonial a las inversiones, contribuyendo así al crecimiento sostenible del sector y la economía de la región en el 2023.

1.2 Objetivos Específicos

Realizar un estudio para verificar la viabilidad y la demanda potencial de una empresa corredora de seguros especializada en el ramo de fianzas, evaluando la necesidad del servicio y analizando los posibles desafíos y oportunidades para el negocio.

Realizar un estudio de mercado de seguros en Ecuador, incluyendo el análisis de los segmentos de mercado, las tendencias actuales, las preferencias de los consumidores y las regulaciones mandatorias y pertinentes, acorde a la actividad u operación de cada cliente.

Realizar un estudio técnico para establecer y operar un corredor de seguros en la zona austro del Ecuador, con la evaluación de los requisitos legales, la obtención de las licencias y permisos, la identificación de los socios estratégicos con los que se trabajará, el análisis de sistemas y tecnologías requeridas, así como la evaluación de los recursos humanos necesarios para el funcionamiento.

Desarrollar un plan de marketing integral para promover y posicionar a la empresa corredora de seguros de fianzas en el mercado, creando una imagen de marca sólida, con

alianzas estratégicas comerciales clave, atrayendo así a clientes potenciales de manera efectiva.

Realizar un análisis financiero para evaluar la factibilidad económica de la empresa corredora de seguros de fianzas, con el fin de verificar la viabilidad y rentabilidad financiera a través de varios indicadores como TIR, VAN, TMAR y el PRI, que sirvan de material de análisis para la toma de decisiones dentro del proyecto.

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En Ecuador, los seguros de tipo fianza son utilizados como respaldo para desarrollar diversas obligaciones contractuales adquiridas y garantizar que dicho contratista posee los recursos necesarios tanto financieros como técnicos y humanos para que pueda cumplir con esta obligación (CONFIANZA, 2023).

Se conoce que este tipo de seguros es comúnmente utilizado como requisito que varias empresas tanto públicas como privadas han implementado hacia sus proveedores en diferentes sectores de la industria y ha incrementado en los últimos años, por lo que la demanda hacia este tipo de seguros también ha aumentado.

Actualmente, en la zona Austral el número de corredores de seguros certificados en la rama de fianzas es limitado, además de que no cuentan con una plataforma en línea para que quienes adquieran la póliza, lo puedan hacer de una forma más automatizada.

También se ha identificado que muchas de las empresas de la zona en mención realizan contratos con el estado, y uno de los requisitos para estos proveedores es la adquisición de certificados de Fiel Cumplimiento de Contratos o Buen Uso del Anticipo, que son dos de los seis tipos de póliza de fianza existentes en Ecuador.

Es por ello que se propone el desarrollo del presente proyecto, para satisfacer las necesidades en incremento de las personas jurídicas o naturales que soliciten pólizas de seguros de fianza y que puedan desarrollar con éxito los contratos adquiridos con sus clientes.

Además de efectuar el plan de negocios para el corredor de seguros de fianza, se tendrá una especialización en compras públicas y debido a la transformación digital que actualmente se tiene, se implementará una aplicación en línea.

3. DESIGN THINKING

3.1 Empatía

Se ha identificado el mercado objetivo, personas jurídicas y naturales que requieran obtener pólizas relacionadas con los seguros de fianzas en el Ecuador, se ha seleccionado el territorio nacional, porque se trabajará con una plataforma en línea; sin embargo, la Zona Austral será el nicho principal.

De esta zona se han seleccionado empresas y personas naturales a través de la lista de proveedores habilitados para contratar en el portal de compras públicas del SERCOP (Servicio Nacional de Compras Públicas – Ecuador), de donde para el presente estudio se ha considerado a todos los proveedores de la zona que han contratado con el sector público en los últimos 5 años.

Se ha determinado el número de encuestas que se debe realizar según la población finita determinada del público objetivo, que corresponde a los proveedores del estado de la Zona Austral del Ecuador, el dato que se tomó como referencia fue del año 2022, que se detalla en el apartado de Mercado Objetivo más adelante. Se puede observar que se tiene un total de 2594 proveedores en la zona en mención, y con este dato se determinará el tamaño de muestra que se busca.

Para medir la aceptación que podría tener el servicio planteado, hemos lanzado una encuesta tanto a contratistas como al público en general, con la cual se pretende obtener resultado de aceptación al servicio ofertado, y determinar cuáles sería las preferencias del público objetivo; para lo cual se ha planteado la siguiente tabla de preguntas e hipótesis frente a sus posibles respuestas.

Tabla 1.*Preguntas - Formulación de hipótesis de encuestas*

| PREGUNTA | HIPÓTESIS |
|--|--|
| ¿Qué tamaño de empresa representa? | El tamaño de la empresa puede influir en las necesidades y requerimientos de los servicios que se ofertan y la manera de adquirirlos. Entonces, si se tiene una empresa pequeña, es posible que las necesidades en cuanto a seguros de fianza sean diferentes a las de una empresa de mediano o gran tamaño. |
| ¿Con que frecuencia recibe orientación y/o asesoría legal para la elaboración y/o revisión de contratos? | Si el resultado más alto fue la opción: "Nunca" o "frecuentemente", es una oportunidad para darle fuerza a nuestros valores agregados en la orientación y/o la asesoría, en conjunto con los atributos como la experiencia; pero, si el resultado más alto es en la opción de: "siempre" significa que los prospectos ya perciben este valor agregado y será requisito. |
| Señale el grado de satisfacción del servicio de su Asesor de Seguros actual | Si el resultado más alto fue la opción: "Satisfecho" significa que actualmente el prospecto tiene un asesor de seguros que cumple sus expectativas, si responde "Medianamente satisfecho", es una oportunidad para conocer los puntos de dolor y la propuesta de valor se adapte a la necesidad del prospecto; mientras que, si responde "poco satisfecho" o "no tengo asesor de seguros" es una oportunidad de negocio. |
| ¿Conoce Usted qué es y para qué sirve un seguro de fianza? | Si el resultado más alto fue la opción: "SI", es un prospecto potencial que ha investigado, conoce y/o necesita este tipo de pólizas, al cual se debe influir con la propuesta de valor y atributos para que acepte la asesoría; mientras que, si selecciona "NO" es la oportunidad para presentar la asesoría y diseñar el tipo de póliza que pueden necesitar los prospectos. |
| ¿Con qué finalidad ha presentado y/o solicitado pólizas de fianza? | Si el resultado más alto fue la opción: "Requisitos para compras públicas" la póliza de fianza la utiliza para este fin que se relaciona en uno de los valores agregados de asesoría en la Ley de Contratación Pública; pero, si el resultado más alto es: "Requisitos para compras con empresas privadas" la póliza la utiliza para este fin y nos permitirá brindar la asesoría en la revisión y redacción de contratos perfilados a la garantía y/o pólizas de seguros como respaldo y transferencia de riesgo. |
| ¿Qué tipo de póliza de fianza ha solicitado y/o presentado con más frecuencia? | Si el resultado más alto fueron distintos a: "Fiel cumplimiento de contrato" y/o "Buen uso de anticipo", se deberá explotar el resto de los tipos de garantías y darle amplitud al portafolio de servicios. |

| | |
|--|---|
| ¿A través de qué medio prefiere CONTACTAR con un corredor de seguros de fianzas? | Con cualquiera de las opciones que señale el encuestado, se debe diseñar de manera innovadora y accesible los medios de contacto utilizando omni canalidad. |
| ¿A través de qué medio prefiere TRAMITAR su póliza de seguros? | Con cualquiera de las opciones que señale el encuestado, se debe disponer de omni canalidad. |
| ¿Conoce si existen plataformas especializadas para gestionar seguros de fianza? ¿Le gustaría utilizar una plataforma o aplicación en línea para administrar sus pólizas de fianza y solicitudes de servicios? | Si el resultado más alto fue la opción diferente a "Sí, la conozco y la he manejado", significa que se deberá ofrecer un servicio nuevo e innovador. Si el resultado más alto fue la opción: "SI", los prospectos potenciales se interesarán e incentivarán por la propuesta de valor, mientras que, si el resultado más alto es la opción "NO", indicará que el prospecto no se adaptará fácilmente a nuevas tendencias tecnológicas y se atenderá esta necesidad a través de la omnicanalidad. |
| ¿Cuál es el aspecto más relevante que debe tener un corredor de seguros de fianza? | Cualquiera de las opciones que resulte más puntuada deberá ser analizada para convertirla en un atributo. |
| Seleccione cómo contrata las pólizas de seguros de fianza | Si el resultado más alto fue la opción: "Mediante un Bróker de Seguros" el mercado confía en la gestión del intermediario, pero, si el resultado se inclina por la opción: "Directo con la compañía de Seguros", es una oportunidad para que se preste la asesoría; mientras que, si el resultado más alto es la opción de "No contrato este tipo de seguros", se debe comprender la razón que puede suponerse por desconocimiento y realizar un plan de acción; si el resultado más alto es "Prefiero contratar una garantía bancaria", se convierte en una oportunidad para el prospecto en reducción de costos y flujo financiero. |
| ¿Qué aspecto podría sugerir para mejorar el servicio de asesoría de seguros de fianza? Por favor, asigne un orden de prioridad, siendo 1 menos relevante y 4 más relevante. | En el orden de la puntuación se debe analizar cada aspecto para relacionarlo con la propuesta de valor, lo que permitirá dar acompañamiento al cliente y cumplir sus expectativas. |

Se ha enviado la encuesta a personas y empresas, y se han conseguido los siguientes resultados, obteniendo una muestra representativa de 81 encuestas realizadas en una

población de 300 personas, entre naturales y representantes de personas jurídicas que utilizan o han sido alguna vez proveedores del sector público en la zona austro en el último trimestre del 2022, la muestra equivale al 27% del total de la población, por lo que se puede afirmar que con las encuestas aplicadas representan un índice de confianza significativo y que los resultados obtenidos reflejan de manera precisa las tendencias y características de la población en general.

Figura 1.

Pregunta 1. Encuesta empatía

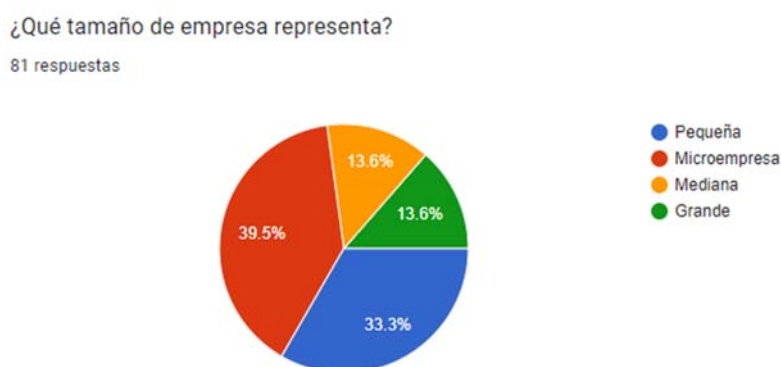


Figura 2.

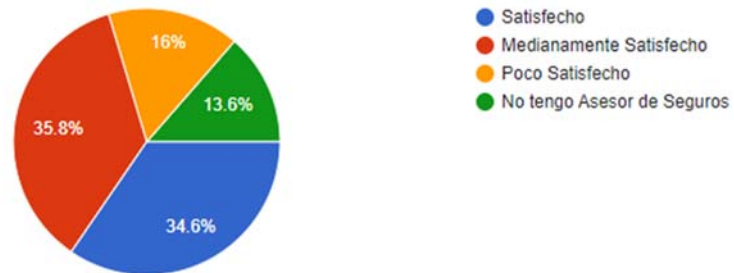
Pregunta 2. Encuesta empatía



Figura 3.*Pregunta 3. Encuesta Empatía*

Señale el grado de satisfacción del servicio de su Asesor de Seguros actual

81 respuestas

**Figura 4.***Pregunta 4. Encuesta Empatía*

¿Conoce Usted qué es y para qué sirve un seguro de fianza?

81 respuestas

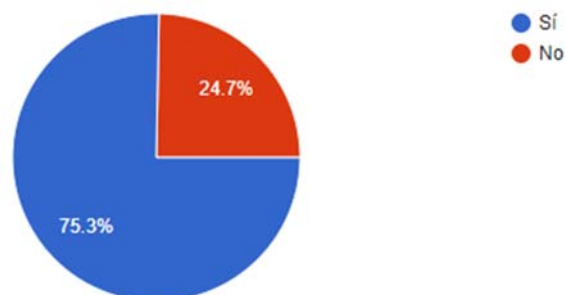
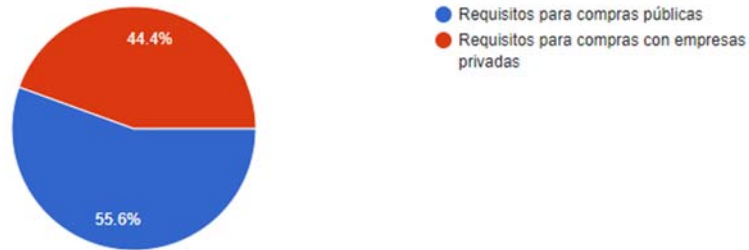


Figura 5.*Pregunta 5. Encuesta Empatía*

¿ Con qué finalidad ha presentado y/o solicitado pólizas de fianza?

81 respuestas

**Figura 6.***Pregunta 6. Encuesta Empatía*

¿Qué tipo de póliza de fianza ha solicitado y/o presentado con mas frecuencia?

81 respuestas

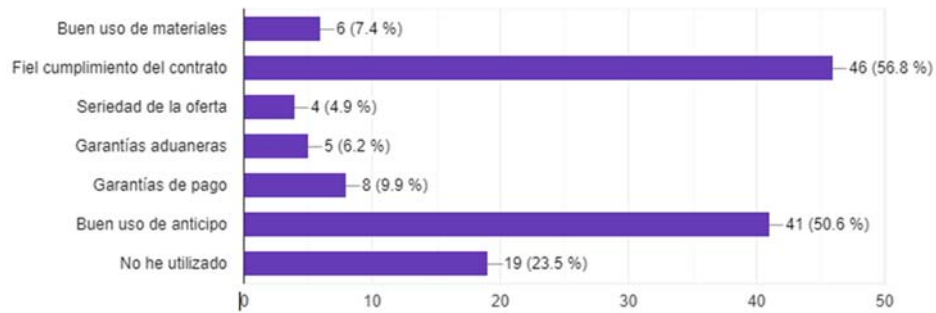

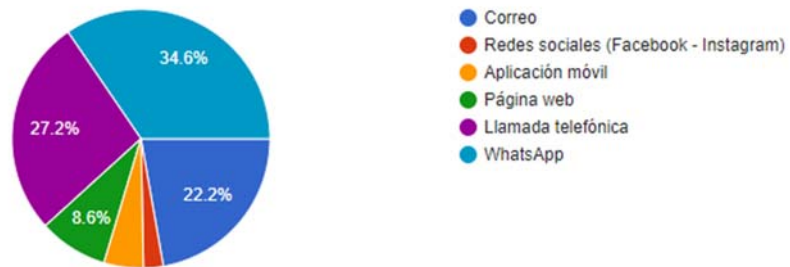


Figura 7.*Pregunta 7. Encuesta Empatía*

¿A través de qué medio prefiere CONTACTAR con un corredor de seguros de fianzas?  Cop
81 respuestas

**Figura 8.***Pregunta 8. Encuesta Empatía*

¿A través de qué medio prefiere TRAMITAR su póliza de seguros?
81 respuestas

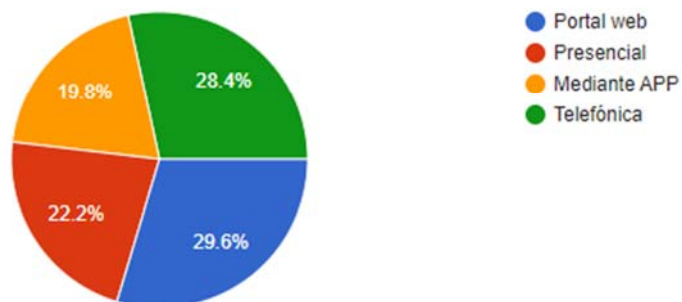
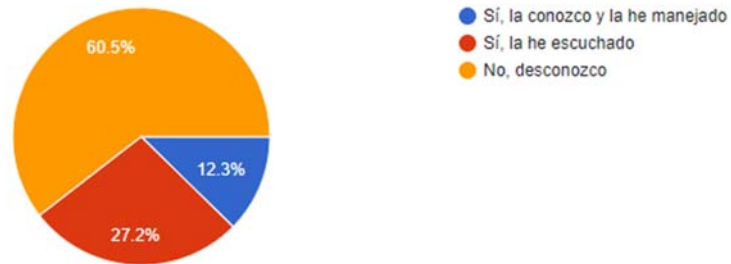


Figura 9.*Pregunta 9. Encuesta Empatía*

¿Conoce si existen plataformas especializadas para gestionar seguros de fianza?



81 respuestas

**Figura 10.***Pregunta 10. Encuesta Empatía*

¿Le gustaría utilizar una plataforma o aplicación en línea para administrar sus pólizas de fianza y solicitudes de servicios?

81 respuestas

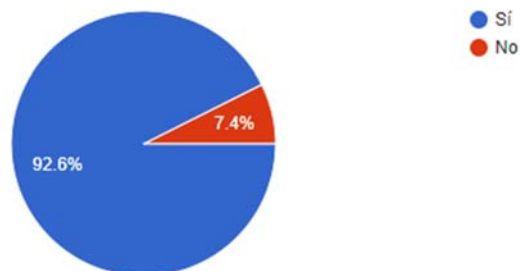
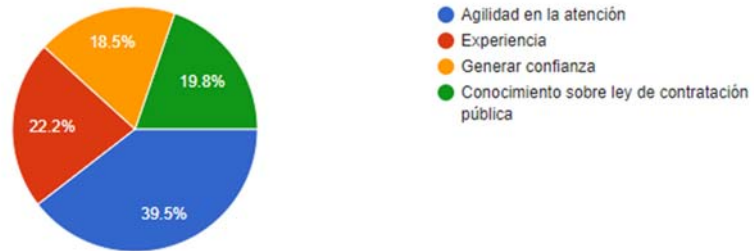


Figura 11.*Pregunta 11. Encuesta Empatía*

¿Cuál es el aspecto más relevante que debe tener un corredor de seguros de fianza?

81 respuestas

**Figura 12.***Pregunta 12. Encuesta Empatía*

Seleccione cómo contrata las pólizas de seguros de fianza

81 respuestas

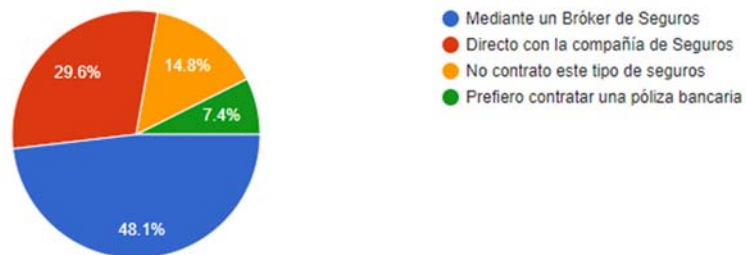
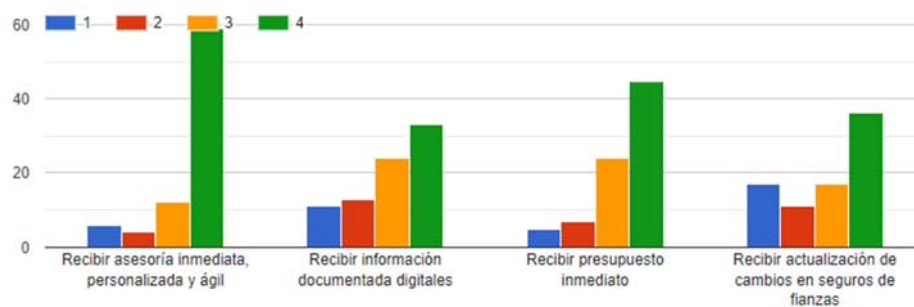


Figura 13.*Pregunta 13. Encuesta Empatía*

¿Qué aspecto podría sugerir para mejorar el servicio de asesoría de seguros de fianza? Por favor, asigne un orden de prioridad, siendo 1 menos relevante y 4 más relevante.



Las encuestas obtenidas han sido 81 en total, este valor es correcto de acuerdo con la población que se ha considerado para el desarrollo del proyecto que se muestra más adelante en el apartado 7.2.

A través de la ecuación del tamaño de la muestra buscado, se ha obtenido las encuestas a realizar, según la tabla 2 a continuación:

Tabla 2.*Cálculo del tamaño de la muestra*

| Parámetro | Valor | | Resultados |
|---|------------------|---------------|-------------------|
| N = Población | 2594 | -1 | 2593,00 |
| Z = nivel de confianza asumido 0,9 | 1,645 | ^{^2} | 2,71 |
| p = probabilidad ocurrencia evento se asume 0,5 | 0,5 | p*q | 0,25 |
| q = 1-p (probabilidad de no ocurrencia) | 0,5 | | |
| e = error de estimación máximo aceptado | 0,09 | ^{^2} | 0,01 |
| n = tamaño de muestra buscado | Numerador de n | | 1754,86 |
| | Denominador de n | | 21,68 |
| | | n= | 80,94 |

Adicionalmente, para validar la aceptación del consumidor frente al planteamiento de un servicio de un corredor automatizado, se ha realizado una entrevista a un profesional afín al sector asegurador, Ing. Juan Cristóbal Valdivieso, 31 años de edad, quien representa a uno de los asesores productores de seguros en el sector, especializado en el ramo de vehículos y fianzas.

La entrevista se realiza dando un enfoque de apreciación a la aparición de un nuevo actor en la zona, quien explote el ramo específico de fianzas, y que lo oferte bajo la modalidad de una plataforma en línea que ofrezca agilidad a los procesos de cotización y emisión, tomando en cuenta que no es un producto al que este corredor se ha enfocado, el entrevistado se ha mostrado muy interesado en la propuesta de valor que tendría, pues como conoce el sector de seguros en el Austro, confirma que las empresas corredoras de seguros en esta zona, no han atacado ese ramo, pues requieren de cierta atención específica y del conocimiento de leyes y reglamentos para brindar asesoría a los clientes, por lo que prefieren

comercializar otro tipo de pólizas.

Otro factor de atención que presenta el entrevistado, es el hecho de la atención inmediata a los asegurados, a través de una plataforma en línea, pues, manifiesta que él, para dar atención en los otros ramos, cuenta con una plantilla de 7 colaboradores; sin embargo, es el quien filtra todas las atenciones a clientes fuera de horarios de oficina, lo cual le genera específica curiosidad, ya que al tener este servicio a través de una plataforma, generaría mejor y mayor contacto con sus clientes, esto a su vez le permitiría dar mejor respuesta a las necesidades de estos teniendo un mejor índice de efectividad.

A través de los resultados logrados, se ha realizado el mapa de empatía que se muestra en la figura a continuación.

Figura 14.

Mapa de empatía del mercado objetivo.

Mapa de Empatía



Bajo este contexto, se ha determinado, que para que un corredor de seguros pueda proponer un servicio atractivo a su público objetivo, este deberá tener en cuenta que el mayor porcentaje de entrevistados y encuestados tienen gran aceptación por un servicio que demuestra ser colaborativo cliente – bróker; y a su vez, le permitirá ir validando cómo se encuentra su proceso de cotización y calificación de pólizas de fianzas.

3.2 Definición

Para definir el foco de acción, se ha establecido la necesidad de la siguiente manera:

Varias de las personas naturales y jurídicas de la zona Austral del Ecuador necesitan adquirir algún tipo de seguro de fianzas como requisito de sus clientes de empresas públicas o privadas para garantizar y sustentar de alguna manera con validez legal el trabajo que

efectuarán.

Las necesidades que se han identificado a partir de la entrevista y de las encuestas realizadas son las siguientes:

Requieren asesoría legal para elaboración o revisión de contratos.

La mayoría, no se encuentran totalmente satisfechos con la atención que reciben del corredor de seguros con el que actualmente trabajan.

Las pólizas de seguros de fianza que más requieren son Buen uso de Anticipo y Fiel Cumplimiento del Contrato.

Desearían realizar sus trámites mediante una aplicación.

Esperan que el corredor de seguros de fianza tenga experiencia y les genere confianza.

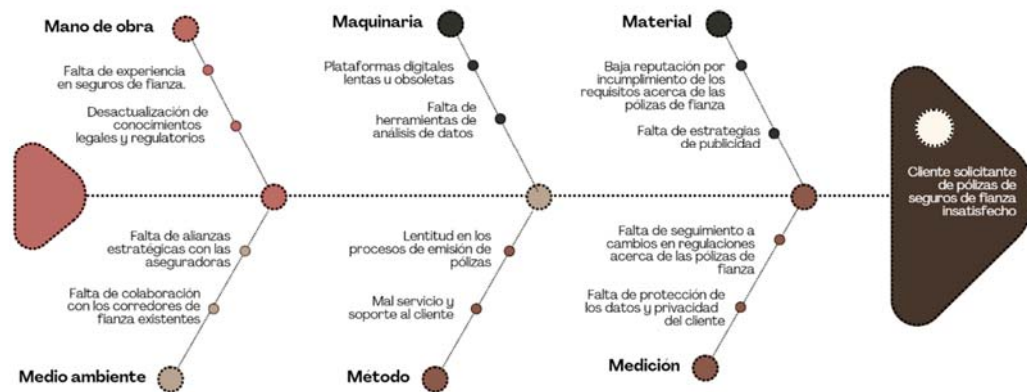
La mayoría de las personas necesita un corredor de seguros para obtener esta póliza.

Con estos antecedentes se plantea el diagrama de Ishikawa como se puede validar en la figura 15:

Figura 15.

Diagrama de Ishikawa planteado.

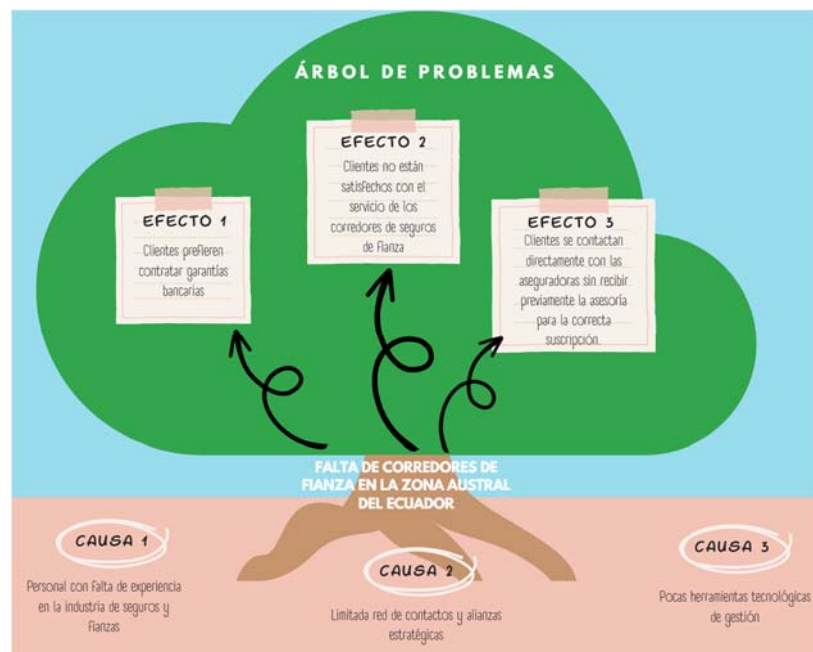
Diagrama de Ishikawa



Además, se ha utilizado la técnica del árbol de problemas para evaluar las causas y efectos y proponer las posibles soluciones.

Figura 16.

Árbol de problemas planteado.



3.3 Ideación

La técnica que se utiliza para generar ideas en la etapa de ideación del proceso de Design Thinking se llama "lluvia de ideas" o "brainstorming". Esta estrategia implica la convocatoria de un conjunto de individuos con el objetivo de generar numerosas ideas en un intervalo breve, sin aplicar filtros ni evaluación crítica.

Durante la sesión de lluvia de ideas, se anima a todas las personas a compartir con el resto de participantes todas las ideas que puedan surgir de este ejercicio, sin tener prejuicios de lo alocadas que puedan parecer. A medida que se van compartiendo las ideas, se van registrando en una pizarra o papel para que todos los miembros del equipo puedan verlas.

La técnica de lluvia de ideas está basada en generar una gran cantidad de ideas, para que a mayor cantidad de ideas se generen, sea más probable que alguna de ellas sea viable e innovadora. También promueve un ambiente de colaboración y creatividad donde todas las ideas son valoradas y consideradas.

Una vez que se han generado muchas ideas, se pueden evaluar y refinar en la siguiente etapa del proceso de Design Thinking, que es el prototipado. Entonces, partiendo de la información que se haya obtenido en la fase de empatía y definición, se ha generado las siguientes ideas para solucionar las necesidades de los potenciales clientes en la zona Austral del Ecuador:

Ofrecer asesoría legal gratuita a los clientes al momento de contratar una póliza de seguro de fianza. Esto ayudaría a las personas a entender mejor los términos y condiciones del contrato y brindaría mayor confianza y transparencia en el proceso.

Implementar un sistema de atención al cliente personalizado y efectivo, que brinde seguimiento continuo e información clara de los procesos de contratación y renovación de pólizas de seguro de fianza.

Diseñar y ofrecer pólizas de seguro de fianza que cubran las necesidades específicas de los clientes en relación a sus contratos, por ejemplo, una póliza de buen uso de anticipo y una póliza de fiel cumplimiento del contrato.

Crear una plataforma en línea de fácil accesibilidad que habilite a los usuarios a llevar a cabo sus gestiones de manera segura y efectiva. La plataforma incluiría opciones de contratación de pólizas y pago en línea.

Contratar expertos en seguros de fianza con amplia experiencia y conocimientos en la materia, con el fin de garantizar la confianza y seguridad de los clientes.

Ofrecer servicios adicionales como asesoramiento en aspectos legales o gestión de trámites, para brindar un valor añadido a los clientes.

Brindar una plataforma para autogestión, ofrecer asesorías personalizadas, utilización de CRMs para recopilación y análisis de datos de clientes y proveedores.

Realizar un plan de negocios para la implementación de un corredor de seguros de fianza en línea en la Zona Austro 2023-.

Implementación de Bróker de Seguros Digital en Ecuador para facilitar la contratación pública.

Llevar a cabo un análisis de viabilidad técnica y financiera con el propósito de establecer un corredor de seguros de fianza en calidad de individuo en la ciudad de Cuenca durante el año 2023.

Creación de Bróker de Seguros Online en Ecuador especializada en Fianzas.

Las ideas 1-2-3-5-6-9-10 se descartan, por no tener la connotación de negocio innovador, escoger estas ideas sería establecer un negocio con mucha competencia, ya que este tipo de enfoque ya existe en la zona.

Las ideas 4,7,8 y 11 han sido observadas para extraer de ellas el factor diferenciador que evidencie innovación.

Después de una cuidadosa observación, la idea 8 ha sido extraída como la más prometedora. La primera etapa consiste en reconocer el elemento innovador que supone la aplicación de tecnología, en particular las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), con el fin de mejorar el proceso de gestión. Este aspecto puede ser empleado para agilizar la introducción de una plataforma digital de seguros de fianzas en la Zona Austral de Ecuador en el año 2023.

Es por este motivo que se plantea realizar un plan de negocios para la implementación de un corredor de seguros de fianza en línea en la Zona Austro, desarrollando un plan de negocios integral, que describa los requisitos y estrategias específicos para la implementación exitosa de la plataforma de seguros de garantía en línea. El plan debe abordar cuestiones como el marco legal y regulatorio, el análisis de mercado, las estrategias de marketing, las proyecciones financieras y los recursos humanos necesarios para el proyecto.

La implementación de una plataforma digital de seguros de caución en la región Zona Austral de Ecuador, podría tener beneficios significativos, como agilizar el proceso de seguro de garantía, aumentar la transparencia y reducir el tiempo y el costo asociados al papel tradicional.

3.4 Prototipado

Uso de Plataforma de Trabajo Colaborativo

La planificación de los entornos virtuales de intercambio en el avance de las tecnologías de la información y la comunicación, ha sido posible porque facilita la gestión empresarial, pues permite acentuar el aspecto relacional del trabajo, anulando las dificultades

impuestas por la distancia física entre colaboradores clientes y proveedores.

Si bien es posible la utilización de herramientas simples y abiertas, la plataforma que se va a utilizar se muestra como la opción más idónea para desarrollar la gestión de seguros de fianza, por su diseño específico para cumplir funciones como las desarrolladas en wikis, blogs, foros y chats. Esta plataforma proporcionará un entorno de trabajo colaborativo que integra herramientas informáticas necesarias para facilitar la participación activa de los miembros de una reunión, en este caso la compra y contratación de seguros de fianza, fomentando así los espacios de colaboración, negociación, venta, asesoría, constituyéndose en una empresa propia online para llevarla a todas partes.

Ingreso a la plataforma

El cliente puede realizar consultas teóricas "conceptos" puede leer, escuchar o un video interactivo que explique y satisfaga su necesidad.

Figura 17.

Ingreso a la plataforma

PROTOTIPADO - Ingreso a la plataforma

Meta Formación: El cliente puede realizar consultas teóricas, puede leer, escuchar u observar un video interactivo que le permita comprender el alcance del tipo de póliza o garantía que requiere a favor de la entidad beneficiaria publica o privada.

1.- Cliente potencial se registra para Ingreso a Plataforma desde la pagina web/ Ingresa clave y usuario asignado

2.- Seleccione el tipo de reunión que le asigna el sistema y/o gestor

3.- Se dirige a "Documentos" y selecciona el que requiera chequear a fin de instruirse.



The figure displays three screenshots of the platform interface. The first screenshot shows a registration form with fields for name, email, and password. The second screenshot shows a table of meeting types with columns for 'Tipo', 'Tarifa', 'Requisitos', 'Fecha', and 'Estado'. The third screenshot shows a list of documents with buttons for 'Abrir', 'Documentos', and 'Editar'.

| Tipo | Tarifa | Requisitos | Fecha | Estado |
|-------------------|-----------|------------|-----------|--------|
| Banco (10000.000) | 40000.000 | 10000.000 | 10000.000 | Activo |

Documentos:

- Ley de contratación pública
- Definición de tipos de pólizas de Fianzas
- Regulaciones del Seguro de Fianza
- Glosario de términos

Reunión 3/06/23 20:06

Figura 18.

Proceso de Cotización

Prototipado – Proceso de cotización

Meta Cotización: El cliente podrá cotizar el seguro y contara con 4 alternativas con diferentes aseguradoras y comparar costos.

1.- A través del chat, el gestor envía el link de acceso a cotización



2.- Cliente selecciona el tipo de pólizas a cotizar (una o varias)



3.- Digita el monto y tiempo, el Sistema entrega el cuadro comparativo de costos con diferentes Aseguradoras

| Monto de contrato \$ | Monto de póliza \$ | Tiempo | |
|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| ALTERNATIVA 1 | ALTERNATIVA 2 | ALTERNATIVA 3 | ALTERNATIVA 4 |
| PRIMA TOTAL, MENSUAL: \$43.15 | PRIMA TOTAL, MENSUAL: \$48.27 | PRIMA TOTAL, MENSUAL: \$128.34 | PRIMA TOTAL, MENSUAL: \$43.48 |



Figura 19.

Revisión de contrato habilitante para fianza

Prototipado – Revisión de contrato habilitante para fianza

Meta Análisis de contratos: En esta etapa, el cliente debe cargar el contrato y/o acta de adjudicación y/o documento que valide la solicitud de póliza, para revisión y asesoría antes de la contratación.

- 1. El cliente carga el documento en el área de trabajo
- 2. El asesor revisa el documento ubicado en el área de trabajo
- 3. Cita al cliente para brindar asesoría



Figura 20.

Prototipo - Calificación del Cliente

Prototipado – Calificación del Cliente

Meta - Calificación: el cliente debe completar los documentos requeridos por la aseguradora, tiene acceso a un vídeo interactivo que apoya a la correcta diligencia.

1.- El cliente encontrará el listado de los documentos que debe completar y subirlos



2.- Observa un video de guía para completar la información



3.- El asesor revisa la documentación previamente cargada y retroalimenta al cliente por cualquiera de los medios de contacto de preferencia del cliente



Figura 21.

Prototipo Estado del Proceso

Prototipado – Estado del Proceso

Meta – Monitoreo: El cliente puede ver el estado del análisis en cualquier momento, conocer en que etapa y/o comentarios se encuentra la solicitud, podrá interactuar con el gestor presentando soluciones alternas o negociación.

- 1. El asesor hace uso de la herramienta y determina las actividades para facilitar el proceso y notificar el estado en el que se encuentra la solicitud del cliente
- 2. El cliente puede visualizar las actividades que el asesor realiza y advertir del estado de su póliza.



Figura 22.

Prototipo Descarga de Documento Habilitante

Prototipo – Descarga de documentos habilitantes

Meta Emisión, descarga digital de copia de la póliza y su factura, reporterita de movimientos históricos, estados de cuenta, etc.

1. Usando el área de trabajo el cliente encuentra su solicitud aprobada, emisión de póliza y factura.



Figura 23.

Prototipo Formas de Pago

Prototipo – Formas de pago

Realiza el pago con el medio de su preferencia

1. El cliente accede a los medios de pago a través del mensaje en el chat:
- Link de pago tarjeta de crédito o débito
- Datos de transferencia o depósito

Resumen de la compra

Consecutivo de comercio
2020xxxx
Descripción
35434xxxx
Valor a pagar
\$ 600.000 COP

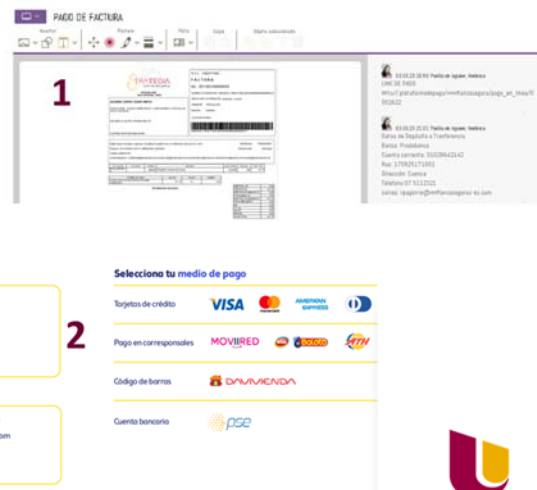
Información de usuario

Nombre Tu nombre y apellido
Correo tunombre@correo.com
Celular 30853xxxx
Dirección Cra 85- 07- 52

Selecciona tu medio de pago

Tarjetas de crédito **VISA** **MARCA** **AMERICAN EXPRESS** **D**
Pago en corretposadas **MOVIBRED** **WUOL** **LOTUS**
Codigo de barras **DALVIENDA**

Cuenta bancaria **PSE**



3.5 Testeo

En esta etapa buscamos conocer si la idea que se ha planteado y desarrollado obtiene el feedback esperado del público objetivo, se ha identificado que ciertas funcionalidades agregan más valor que otras, así como, lo que se debe agregar y/o eliminar, en definitiva, que se confieran aspectos para modificar el prototipo.


Se preparó un test para entender a los stakeholders en sus emociones y reacciones respecto a nuestra idea.

Se utilizó la herramienta de entrevista cualitativa, que consiste en seleccionar individuos representativos del segmento, la entrevista es individual, dividida en 4 etapas que son: Presentación del entrevistado, Test para conocer la experiencia sobre el segmento, Presentación de prototipo, Test de evaluación del prototipo.

De manera general se observa las impresiones respecto al prototipo, los entrevistados aportaron con ideas de manera libre. A continuación, los resultados:


Figura 24.

Testeo evaluación



Entrevista 1: Diego Checa- Aseguradora del Sur - 37 años

- Reaccion: Cómodo, interesado,
- Valores agregados: Valora la omnicanalidad, medios digitales, analisis de suscripcion, asesoría adecuada y personalizada.
- Críticas constructivas; Segmentar la etapa de formación, formularios que contengan informacion precargada, incluir post cotizacion en etapa de calificación.
- Link de entrevista: <https://youtu.be/U3x11LlakH8>



Entrevista 2: Cesar Aguirre - Gerente propietario Strategia Centro de Artes Gráficas - 58 años

Reaccion: Contento, seguro, interesado

Valores agregados: Experiencia, confianza, plataforma bien pensada

Críticas constructivas: Implementación APP móvil, respuestas ágiles y eficientes, aplicacion de contratos de baja cuantía, revisión de precios para segmento masivo.

Link de entrevista: https://youtu.be/hbzm_1bZyws

Conclusiones del Testeo.

Analizando los resultados de los entrevistados, encontramos que las reacciones son positivas, valoran atributos de nuestra propuesta de valor, como la experiencia y el concepto de innovación con nuestra plataforma, además que las críticas constructivas que han realizado sobre las mejoras y aspectos que debemos considerar, serán tomados en cuenta para la mejora y entrega del Servicio Mínimo Viable.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Antecedentes de la Investigación

Según información del Ente regulador que es la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se informa en su página que a la actualidad, existen 28 compañías de Seguros, según el siguiente ranking con cifras a diciembre 2022; de las cuales 22 de ellas reportaron producción para la suscripción de pólizas de Fianzas de Fiel Cumplimiento de Contrato y Buen uso de anticipo. Estas compañías de seguros operan en territorio ecuatoriano (Superintendencia de Compañías, 2023).

Sobre esta información, se realizó el análisis de producción para el Segmento de seguros de Fianzas, sobre la cual, Seguros Confianza es quien más producción genera en este segmento, y obedece, a que la compañía de Seguros tiene una amplia gama de apetito de riesgos, proceso de suscripción 100% en línea, entre otros factores. (Corporación del Seguro de Depósitos, 2016).

Asesor de seguros

Los individuos que actúan como intermediarios de seguros, representando a una compañía de seguros para adquirir y administrar contratos de seguros, estarán sujetos al acuerdo laboral acordado entre las partes y no podrán ofrecer sus servicios a más de una entidad aseguradora para una categoría específica de seguros. Por otro lado, los agentes de seguros que trabajan en nombre de una o varias empresas de seguros para obtener contratos de seguros, se registrarán por el contrato comercial de agenciamiento firmado entre las partes. (Ley de Seguros, 2014) (Superintendencia de Compañías, 2023).

4.2 Bases Teóricas

El Contrato. - El término "contrato" tiene sus raíces en el latín y en la época romana se reconocía como un pacto o acuerdo entre partes que generaba obligaciones. A lo largo del tiempo, la figura del contrato ha evolucionado y se ha desarrollado en el ámbito jurídico hasta la forma en que la conocemos en la actualidad. (Soro, 2014)

El contrato principal es aquel que tiene existencia y validez por sí mismo, sin depender de otro contrato. Es autónomo y puede generar obligaciones y derechos independientes. Como un ejemplo, si dos partes acuerdan formalizar un contrato para la adquisición de un activo o bien, dicho contrato de adquisición se consideraría el contrato principal.

Por otro lado, los contratos complementarios o accesorios son aquellos que requieren de un contrato principal para ser válidos y existir. Estos contratos se celebran con el propósito de garantizar, complementar o asegurar el cumplimiento del contrato principal. Su existencia está condicionada a la existencia y validez del contrato principal. Si el contrato principal es nulo o inexistente, los contratos accesorios también serán afectados, quedando sin efecto. Por ejemplo, un contrato de fianza o un contrato de seguro que se celebren para respaldar el cumplimiento de un contrato de préstamo serían considerados contratos accesorios.

En resumen, el contrato principal es autónomo y válido por sí mismo, mientras que los contratos accesorios dependen del contrato principal y su nulidad o inexistencia puede afectar su validez. (Aguilar, 1982)

El Seguro. - Un seguro es un contrato en el cual una entidad aseguradora se compromete a proporcionar protección y respaldo financiero en el evento de que se materialice una situación o incidente específico, a cambio de recibir un pago por parte del asegurado (prima).

Existen diferentes tipos de seguros: de vida, de salud, para el automóvil, para el hogar, para garantizarse en un viaje, entre otros. Cada ramo de seguro cuenta con sus propias particularidades y coberturas exclusivas, así como sus correspondientes exclusiones.

El seguro de vida ofrece respaldo económico a los beneficiarios designados en caso de que el asegurado fallezca. El seguro de salud asiste en el pago de los gastos médicos y hospitalarios en situaciones de enfermedad o accidente. El seguro de automóvil protege al propietario del vehículo en caso de daños o responsabilidad civil por accidentes de tránsito. El seguro de vivienda proporciona cobertura para los daños y pérdidas en la casa y sus pertenencias, causados por eventos como incendios, robos o catástrofes naturales. El seguro de viaje brinda cobertura en caso de cancelaciones, retrasos, pérdida de equipaje u otros contratiempos durante un viaje. (Stiglitz, 2004)

Es importante leer detenidamente las condiciones y coberturas de cada póliza de seguro para comprender qué está incluido y qué no está cubierto. Cada compañía de seguros puede tener sus propias políticas y requisitos, por lo que es recomendable comparar diferentes opciones antes de tomar una decisión. También es esencial mantener los pagos de primas al día, para mantener la vigencia y validez del seguro.

De la Fianza. -La fianza es una garantía instrumentada a través de un seguro, con el fin garantizar el cumplimiento efectivo, bajo los términos previamente establecidos en un contrato, resguardando así las relaciones a favor de la Entidad Contratante. (Ávila, 2002)

En ese sentido, la fianza es una obligación adicional, en virtud de la cual la Compañía reconoce la obligación principal a la que accede esta Póliza, comprometiéndose así con el sujeto asegurado a cumplirla de forma total o parcial, en caso de que la parte afianzada no la cumpla.

Dentro del artículo 43 de la Ley de Seguros, en su capítulo IX, se describe el régimen de fianzas otorgadas por las entidades de seguros, el cual establece:

La empresa de seguros, dentro de su actividad, está facultada, previa autorización del Superintendente de Compañías, Valores y Seguros, para otorgar mediante la emisión de pólizas, por cuenta de terceros, a favor de personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, fianzas o garantías cuyo otorgamiento no esté prohibido por ley. El afianzado está obligado a entregar a favor de la entidad de seguros, las contragarantías personales o reales que respalden el riesgo asumido.

El afianzado podrá ceder en favor de la empresa de seguros sus derechos para el cobro de valores por el anticipo a recibir, así como por las liquidaciones por planillas a emitirse por los trabajos realizados tanto del contrato garantizado como de otros a los que tuviere derecho.

Dentro del ramo de seguros de fianzas se encuentran las siguientes figuras, a su vez, cada una de ellas responderá a la necesidad de los contratistas, así como al tipo de contrato o acuerdo:

Garantía de Fiel Cumplimiento. - Su propósito principal es garantizar que se cumplan adecuadamente las obligaciones contractuales en beneficio de la entidad que contrata el seguro, esta figura no debe ser exigida en contratos cuyos bienes sean contra entrega; su valor equivaldrá al 5% del valor del contrato. (Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, 2008)

Para esta figura existen dos tipos de póliza:

Generales: Destinadas a garantizar la operación.

Específicas: Se aplica a regímenes particulares.

Garantía de Buen Uso de Anticipo. - Este se emite cuando la entidad entrega un

pago previo, bajo la figura de anticipo, con el objetivo de asegurar la totalidad de los fondos entregados previamente por la Entidad Contratante.

El valor de la garantía deberá ser el mismo que la Entidad Contratante entregó al contratista, a su vez, podrá exigir a la entidad que defina la forma de devengar este anticipo, de la cual se deberá llevar un control permanente. (Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, 2008)

El contratista deberá demostrar que el valor ha sido o no devengado y contará con la aprobación del Administrador del contrato.

El artículo 44 de la Ley General de Seguros establece “en las fianzas por anticipos, la suma asegurada se reducirá a medida que sea devengada”.

Garantías Aduaneras. - Se adquieren con el propósito de garantizar el pago de los impuestos relacionados con el comercio internacional, ya sea en el contexto de importaciones o exportaciones., esto con el fin de garantizar operaciones de importación, operaciones de agentes de aduanas y sujetos de importación. (Ogáyar, 2015)

4.3 Bases Conceptuales

Dentro del estudio en materia de Seguros, en el ramo de Fianzas, existen varios términos, lo cuales es importante definir, para un correcto entendimiento del tema tratado en este plan de negocio.

Estas bases conceptuales proporcionarán una estructura conceptual necesaria dentro de esta investigación.

Componentes del contrato de Seguros. - La existencia legal del contrato de seguros se origina a partir de la participación consciente y voluntaria de las diversas partes que

intervienen en él. En este contexto, los componentes clave que dan forma a este contrato son el asegurador y el asegurado. Ambos desempeñan roles cruciales, al establecer un acuerdo mutuo que garantiza la protección en situaciones específicas.

Asegurador. - Entidad o compañía que se dedica a vender y administrar pólizas de seguro. Su tarea principal es aceptar la responsabilidad de los riesgos de sus asegurados a cambio de una prima. (Veiga A. , 2018)

El asegurador evalúa el riesgo asociado a determinadas situaciones o eventos y ofrece cobertura en forma de pólizas de seguro para proteger a los asegurados contra posibles pérdidas financieras. Al asumir el riesgo, el asegurador se obliga a compensar al asegurado en el evento de que se materialice la situación amparada por la póliza y conlleve a una pérdida financiera.

Además de asumir el riesgo, los aseguradores también se encargan de calcular las primas que deben pagar los asegurados por la cobertura brindada. El costo de estas primas se determina considerando varios factores, tales como el tipo de seguro, el nivel de riesgo, el historial de siniestros y otros datos pertinentes.

Las compañías de seguros pueden proporcionar una amplia variedad de pólizas, que incluyen seguros de vida, seguros de salud, seguros de automóviles, seguros de vivienda, seguros de responsabilidad civil, y más. Cada tipo de seguro tiene sus propias particularidades y condiciones particulares.

En resumen, un asegurador es una entidad que se dedica a vender seguros y asumir el riesgo de los asegurados a cambio del pago de primas. Su objetivo principal es proteger a los asegurados de posibles pérdidas financieras relacionadas con eventos cubiertos por las pólizas de seguro.

Asegurado. - Este término hace mención a la persona o entidad que ha contratado un seguro para protegerse contra posibles riesgos o pérdidas económicas. El asegurado es aquel que adquiere la póliza de seguro, a cambio del pago de una prima, mediante la cual, este obtiene la cobertura de la compañía de seguros si ocurre un evento que se encuentre considerado en la póliza. (Veiga A. , 2018)

El asegurado puede ser una persona física, como un individuo que contrata. un seguro de vida, automóvil o salud, o una persona jurídica, como una empresa que asegura sus activos o responsabilidad civil. También puede incluir a grupos de personas, como una asociación o una comunidad que contrata un seguro colectivo.

Como asegurado, la persona o entidad tendrá derechos y obligaciones. Los derechos del asegurado incluyen recibir la cobertura acordada en caso de que ocurra un evento que cubra la póliza y contar con la indemnización correspondiente.

Las obligaciones del asegurado suelen incluir el pago de las primas en tiempo y forma, así como la notificación oportuna de cualquier siniestro o evento que pueda dar lugar a una reclamación.

Es importante que el asegurado cumpla con las condiciones y términos establecidos en la póliza de seguro, ya que el incumplimiento de dichas obligaciones podría afectar la validez de la cobertura. Por tanto, es recomendable leer detenidamente el contrato de seguro y conocer las responsabilidades y derechos como asegurado antes de contratar una póliza.

Solicitante. - Se refiere a la persona o entidad que solicita la cobertura de seguro a una compañía de seguros. El solicitante es quien busca protección financiera contra ciertos riesgos o pérdidas mismos que estarán cubiertos por una póliza de seguro. (Veiga A. , 2021)

El solicitante es responsable de completar una solicitud de seguro proporcionando información relevante a la compañía de seguros.

Esta información podrá incluir detalles personales tales como: antecedentes de salud, historial de conducción, información sobre la propiedad que será objeto del seguro, entre otros.

Es importante destacar que la exactitud y autenticidad de la información proporcionada por el solicitante son esenciales para que la empresa aseguradora pueda evaluar el riesgo y establecer la prima y las condiciones de la póliza.

El solicitante puede ser un individuo, una familia, una empresa o cualquier entidad legalmente reconocida que desee obtener una cobertura de seguro.

Beneficiario. - El concepto de beneficiario en el campo de seguros se refiere a la persona o entidad que ha sido asignada para recibir las indemnizaciones o beneficios de una póliza de seguro, en caso de que ocurra un evento cubierto por la misma. (Veiga A. , 2021)

En este sentido, el beneficiario puede ser una persona física o jurídica, lo cual se especifica al momento de contratar el seguro; sin embargo, esto puede ser modificado posteriormente, mediante un endoso o una solicitud formal.

El beneficiario puede variar dependiendo del tipo de seguro:

En un seguro de vida, el beneficiario es la persona o personas designadas a recibir la suma asegurada en caso de que el asegurado fallezca.

En un seguro de salud, el beneficiario puede ser el propio asegurado, ya que él o ella recibirán los beneficios relacionados con los gastos médicos cubiertos por la póliza.

En el caso de un seguro de automóvil, el beneficiario podría ser el propietario del vehículo asegurado o una entidad financiera en caso de que existiese un préstamo pendiente sobre el automóvil.

Es importante señalar que los beneficiarios pueden ser revocables o irrevocables:

Un beneficiario revocable permite al asegurado cambiar al beneficiario en cualquier momento, mientras que un beneficiario irrevocable no puede ser cambiado sin el consentimiento del beneficiario designado. La elección del beneficiario es una decisión personal y debe ser cuidadosamente considerada para asegurarse de que se cumplan los deseos del asegurado si ocurriese un evento cubierto por el seguro.

Agencia productora de seguros (bróker). – Son también conocidas como bróker de seguros, son empresas o intermediarios que actúan como representantes de los asegurados (clientes) en la búsqueda y adquisición de pólizas de seguros. Su función principal es brindar una asesoría a los clientes acerca de las opciones de seguros disponibles en el mercado y ayudarlos a encontrar la cobertura adecuada para sus necesidades. (Veiga A. , 2021)

Los bróker de seguros trabajan en estrecha colaboración con varias compañías de seguros y tienen conocimientos especializados sobre los diferentes tipos de seguros, como de automóviles, de hogar, de vida, de salud, comerciales, entre otros.

Utilizan esta experiencia para comparar y evaluar las diferentes pólizas de seguros disponibles, ofreciendo a los clientes opciones adecuadas y personalizadas.

Además de ayudar a los clientes a adquirir pólizas de seguros, los bróker de seguros también brindan servicios adicionales, como el asesoramiento en la presentación de reclamaciones y la gestión de los trámites relacionados con las pólizas, actúan como intermediarios entre los asegurados y las compañías de seguros, facilitando la comunicación y garantizando que los clientes reciban el apoyo necesario durante todo el proceso.

Es importante señalar que, los bróker de seguros trabajan en beneficio de los clientes y no de las compañías de seguros. Su objetivo es asegurarse de que los clientes obtengan la

cobertura adecuada al mejor precio posible. En este sentido, los clientes pueden confiar en que recibirán recomendaciones imparciales y orientación profesional por parte de dichos brókeres de seguros.

En este sentido, las agencias productoras de seguros o bróker de seguros desempeñan un papel crucial en el mercado de seguros al ayudar a los clientes a encontrar la cobertura adecuada y brindarles asesoramiento experto en la gestión de sus pólizas de seguros. (Veiga A. , 2021)

Afianzado como asegurado: Es la persona o entidad que contrata un seguro para protegerse contra posibles pérdidas o daños. La afianzada paga una prima al asegurador por la cobertura proporcionada en la póliza de seguro. Si se produce un evento asegurado, el beneficiario puede presentar una reclamación ante la aseguradora para obtener una indemnización por las pérdidas o daños amparados de acuerdo con los términos y condiciones estipulados en el contrato de seguro. (Veiga A. , 2021)

Afianzado como garante: En este contexto, el afianzado se refiere a la parte que solicita una fianza o garantía a una entidad aseguradora, conocida como afianzadora o fiadora. El afianzado puede ser un contratista, un proveedor de servicios u otra entidad que necesita garantizar el cumplimiento de ciertas obligaciones contractuales o legales. En este sentido, la afianzadora emite una póliza de fianza en nombre del afianzado, comprometiéndose a indemnizar a la parte beneficiaria (llamada beneficiario o acreedor) en caso de que el afianzado no cumpla con las condiciones o términos acordados en el contrato. (Veiga A. , 2021)

Suma Asegurada. - Es la cantidad máxima que una empresa de seguros desembolsará en el caso de un siniestro o evento amparado por la póliza de seguro, se refiere al límite establecido por la aseguradora para la indemnización o compensación que

proporcionará al asegurado en caso de pérdida o daño. (Veiga A. , 2021)

La suma asegurada se determina al momento de contratar el seguro y suele estar basada en el valor de los bienes o la responsabilidad que se desea cubrir.

En algunos casos, es posible que sea necesario ajustar la suma asegurada, a medida que cambien las circunstancias o el valor de los bienes asegurados.

Certificados Digitales. - Son documentos electrónicos utilizados para garantizar la identidad de una persona o entidad en el mundo digital, funcionan de manera similar a los documentos de identificación físicos, como el pasaporte o la licencia de conducir, pero en lugar de estar en formato impreso, se encuentran en formato electrónico.

Un certificado digital contiene información como el nombre de la persona o entidad, una clave pública, una firma digital y los datos de quien genera el documento cuyo perfil es el Autoridad de Certificación (AC). (Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos, 2002)

La autoridad de certificación es una entidad confiable que verifica la identidad del titular del certificado antes de emitirlo.

Estudio de factibilidad. - Este término se emplea para describir un procedimiento de evaluación, utilizado para determinar la factibilidad y rentabilidad de un proyecto o idea antes de llevarlo a cabo. El objetivo principal de este estudio es analizar los aspectos técnicos, económicos, legales y operativos, para determinar si el proyecto es viable y si puede generar beneficios a largo plazo. (Fernández, 2010)

Análisis de mercado. - La evaluación del mercado involucra el proceso de recopilar, analizar e interpretar datos e información relevante sobre un mercado específico con el fin de comprender su tamaño, tendencias, características y dinámicas. Este análisis proporciona una visión completa del mercado, permitiendo a las empresas tomar decisiones informadas sobre estrategias de marketing, desarrollo de productos y posicionamiento en el mercado.

El análisis de mercado puede abarcar diferentes aspectos, como la segmentación del mercado, la evaluación de la competencia, la identificación de oportunidades y amenazas, el análisis de la demanda y la oferta, el estudio de los factores económicos, políticos y sociales que afectan al mercado, y la evaluación de las preferencias y comportamientos de los consumidores. (Zamarreño, 2020)

Rentabilidad. - Este término se emplea para evaluar la eficacia y el desempeño de una inversión o empresa. Hace referencia a la capacidad de generar utilidades o ganancias en relación con el capital invertido o los recursos empleados. La rentabilidad se expresa generalmente como un porcentaje o una tasa de retorno sobre la inversión. (Ortega, 2020)

La rentabilidad puede calcularse de varias formas, dependiendo del contexto y los datos disponibles.

5. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO - PESTEL

5.1 Factor Político

El presente análisis tiene como objetivo examinar detenidamente el factor político en la creación de un bróker de seguros. Reconociendo que las decisiones y políticas gubernamentales ejercen una influencia significativa en el entorno empresarial, y comprender estas dinámicas políticas es esencial para evaluar las oportunidades y los desafíos que enfrentará el presente proyecto.

En este sentido, el presente análisis se centrará en diversos aspectos políticos que afectan directa o indirectamente la industria de los seguros y, en particular, la operación de un bróker. Estos aspectos incluyen la política regulatoria, las relaciones gubernamentales.

En el año 2023, En Ecuador, se han producido varios eventos políticos que han tenido repercusiones en la estabilidad de tanto individuos como entidades legales en el país, pues la inestabilidad política genera a su vez factores de cambio, que en algunas ocasiones pueden ser perjudiciales, pero en otros, estos deben ser considerados como oportunidades de negocio.

Los primeros meses del 2023 han sido marcados por las elecciones seccionales y la consulta popular. El cambio de alcaldes y prefectos en todo el país desencadena nuevos escenarios de acción para el sector productivo, ya que el enfoque de nuevas propuestas de elección que deben cumplirse fomenta un desarrollo en el ámbito productivo, sobre todo en lo que comprende a la obra pública lo cual promueve actividades de construcción, adquisiciones de bienes y demás prácticas que permitan cumplir con aquellos principales proyectos de campaña.

Los cambios de administración, si bien traen consigo un tiempo de inestabilidad, hasta que las nuevas autoridades puedan tener el conocimiento adecuado de la situación política y

económica en la que reciben cada uno de sus cargos y empresas a las que administrarán, convierte en nuevas propuestas que dan cabida al desarrollo de nuevos contratos, los cuales a su vez, para su correcta suscripción, deberán estar amparados por pólizas de fianzas que garantizar el correcto cumplimiento de las obligaciones contraídas.

Si bien, cada cambio de administración pública suele tornarse en una reducción y hasta paralización de la contratación pública, esto suele durar entre dos a tres meses, hasta que se consiga una estabilidad para retomar las actividades regulares.

Este año 2023 se pudo evidenciar en la consulta popular de febrero de 2023, un rechazo que tuvo el gobierno central a su política pública, donde el mismo presidente Guillermo Lasso mencionó que los resultados de la consulta popular eran un llamado a la dirigencia política y al Estado y que las autoridades electas debían asumir su responsabilidad para solucionar problemas concretos y urgentes para la sociedad (Muñoz, 2023).

A raíz de esto, hemos sido testigos de una grave crisis política en el Ecuador, y como se pronosticaba a finales del año 2022, se veía como una opción la muerte cruzada (Muñoz, 2023), la misma que fue decretada en mayo de 2023 por el actual presidente Guillermo Lasso, quien con esta decisión disolvía a la Asamblea Nacional y llamaba a elecciones extraordinarias para elegir a nuevos ocupantes para el ejecutivo y parlamento, dando no solo por terminado las funciones de la Asamblea sino las propias funciones, en medio de un juicio político en su contra.

Esto claramente en cuanto a la estabilidad política del estado, genera desconcierto en la población, sumado al descontento de las decisiones que las autoridades toman en torno a que estas sean beneficiosas para la mayoría de la población, que parecieran ser decisiones para su propio beneficio.

5.2 Factor Económico

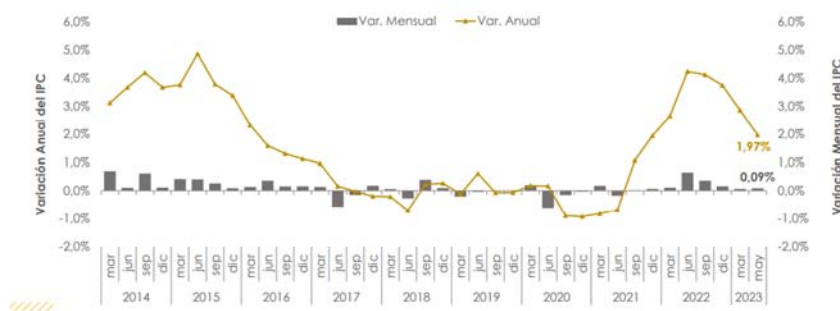
En el año 2022, la economía ecuatoriana tuvo un crecimiento del 2.9% anual (Banco Central del Ecuador, 2023) y para el 2023 de acuerdo con el FMI, se prevé que la economía incremente en un 2.9%, siendo Ecuador uno de los tres países de Sudamérica con un crecimiento mayor (Tapia, 2023).

El crecimiento económico que se aspira tener es un indicador positivo y una oportunidad para el sector empresarial y de los seguros en general, sin embargo, estas predicciones se pueden ver afectadas por las elecciones anticipadas que tendrá Ecuador en agosto del año 2023, lo cual puede generar turbulencias en la economía, siendo esto una amenaza para el sector.

En cuanto a la inflación, a mayo del 2023 se registró una reducción en el índice de precios al consumidor (IPC), que es el medidor de la inflación en el país, en la figura a continuación se observa la evolución histórica hasta el mes de mayo 2023 (INEC, 2023).

Figura 25

Índices de Precios al Consumidor (2014-2023).



Si la inflación disminuye, se puede producir un crecimiento empresarial y generar un estímulo hacia la inversión por el entorno con mayor estabilidad económica que se desarrollaría (Banco de la República de Colombia, 2020), lo cual sería favorable para los

proveedores de empresas públicas o privadas para realizar una mayor cantidad de contratos, mismos que requerirán pólizas de fianza.

Las tasas de interés en Ecuador para junio del 2023 se pueden observar en la siguiente figura, respecto a las tasas de interés activas efectivas en junio del año 2022 se ha tenido un incremento, por ejemplo, en producto corporativo, empresarial y PYMES, el resto de los valores se mantienen similares (Banco Central del Ecuador, 2023).

Figura 26.

Tasas de Interés Activas Efectivas Referenciales para junio 2023.

| 1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO | |
|--|---------|
| Tasas de Interés Activas Referenciales ¹ | |
| Segmentos de Crédito ² | % anual |
| Productivo Corporativo | 9,03 |
| Productivo Empresarial | 10,13 |
| Productivo PYMES | 10,76 |
| Consumo | 16,18 |
| Educativo | 8,72 |
| Educativo Social | 5,49 |
| Vivienda de Interés Público | 4,98 |
| Vivienda de Interés Social | 4,98 |
| Inmobiliario | 9,61 |
| Microcrédito Minorista | 19,90 |
| Microcrédito de Acumulación Simple | 20,64 |
| Microcrédito de Acumulación Ampliada | 19,75 |
| Inversión Pública | 8,45 |

DEFINICIONES: Tasa de Interés Activa Efectiva Referencial por Segmento (TAR): Las tasas de interés activas efectivas referenciales para cada uno de los segmentos de la cartera de crédito, corresponden al promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas pactadas en las operaciones de crédito concedidas por las entidades financieras obligadas a remitir dicha información al Banco Central del Ecuador, de acuerdo con el Instructivo elaborado para tal efecto. Mayor información, dirijase a las fichas metodológicas en https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Met_TasasReferenciales.pdf

Figura 27.

Tasas de Interés Activas Efectivas Referenciales para junio 2022.

| Tasas Referenciales | |
|--|---------|
| Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento: | % anual |
| Productivo Corporativo | 7,11 |
| Productivo Empresarial | 8,94 |
| Productivo PYMES | 10,25 |
| Consumo | 15,96 |
| Educativo | 8,86 |
| Educativo Social | 5,49 |
| Vivienda de Interés Público | 4,99 |
| Vivienda de Interés Social | 4,98 |
| Inmobiliario | 9,27 |
| Microcrédito Minorista | 19,59 |
| Microcrédito de Acumulación Simple | 20,36 |
| Microcrédito de Acumulación Ampliada | 19,61 |
| Inversión Pública | 8,35 |

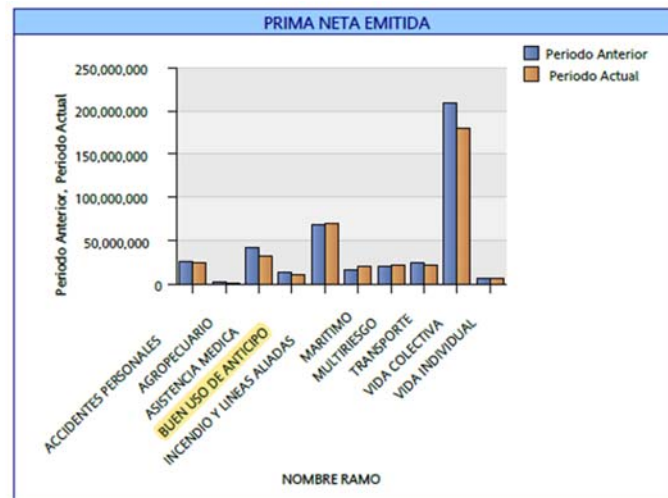
Según el Fondo Monetario Internacional (2023), se estima que se producirá un incremento en las tasas de interés en el Ecuador, lo cual perjudicaría el acceso de las empresas y personas a los servicios y productos financieros (El Universo, 2023), esto representa una amenaza.

Es indispensable analizar las tasas de interés por si se decide optar por un apalancamiento financiero para el presente proyecto.

En el año 2022, entre los 10 ramos más representativos en el mercado de seguros se encontró el Buen Uso de Anticipo (Superintendencia de Compañías, 2023), el cual forma parte de las pólizas de seguros de fianza, es decir, que la demanda para esta clasificación es una de las más importantes del país, y también representa una oportunidad.

Figura 28.

Participación en el mercado de los 10 ramos más representativos del Ecuador 2022-2023.



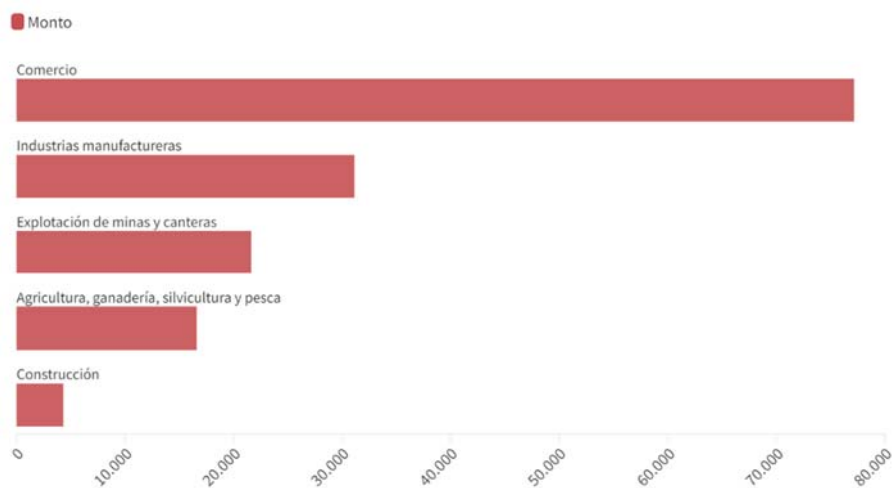
La prima emitida se refiere al monto total de primas de seguros que una compañía de seguros recibe de los asegurados por la cobertura que brinda (FASECOLDA, 2020).

La importancia de mostrar los valores de la prima emitida radica en la participación del ramo de Buen Uso de Anticipo, que corresponde al segmento de fianzas en el año 2022 al 2023, donde se observa que el buen uso de anticipo es una tendencia de mercado y está dentro de los 10 ramos más representativos en Ecuador.

De acuerdo con el Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE), en el año 2023 se tiene previsto un aumento del 6% en las ventas internas y externas, favoreciendo el sector empresarial (PRIMICIAS, 2023), esto va de la mano con el incremento del PIB analizado.

Figura 29.

Ventas y exportaciones según el SRI por sector económico en millones de USD, periodo enero - noviembre 2022.



El crecimiento empresarial es un aspecto positivo y se considera una oportunidad, muchas de las empresas en crecimiento requerirán contratistas para cubrir sus necesidades en diversos sectores de la industria, lo cual generará incremento en la elaboración de contratos entre proveedores y empresas públicas o privadas, y por ende, mayor cantidad de solicitudes para generación de pólizas de seguros de fianza (PRIMICIAS, 2023).

5.3 Factor Social

En Ecuador se tiene una población de 18.307.492 a junio del año 2023 (INEC, 2023).

La población económicamente activa se presenta en el gráfico siguiente, donde se puede apreciar que la población con empleo pleno en el primer trimestre del 2023 respecto al del 2022 ha incrementado y el desempleo ha disminuido (INEC, 2023).

Figura 30.

Composición de la población en Ecuador hasta el primer trimestre del 2023.

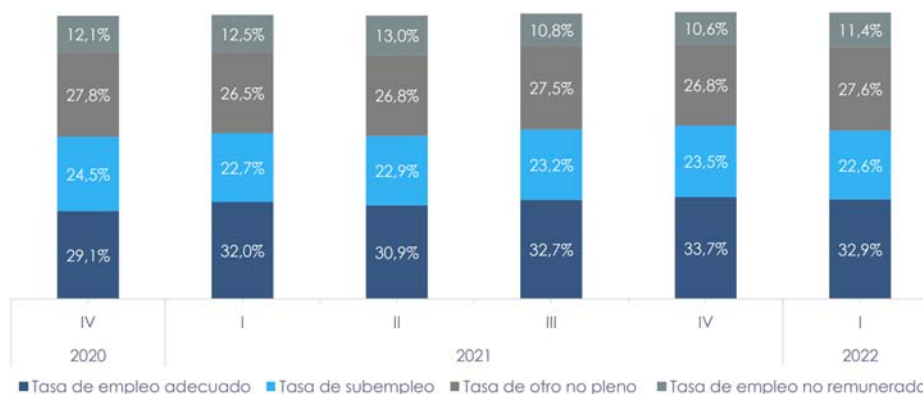
| Poblaciones | 2020 | 2021 | | | | 2022 | | | | 2023 |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | IV | I | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| Población en Edad de Trabajar | 12.559.562 | 12.602.332 | 12.645.251 | 12.698.748 | 12.743.507 | 12.790.651 | 12.835.738 | 12.880.933 | 12.926.289 | 12.971.766 |
| Población Económicamente Activa | 8.214.137 | 8.211.250 | 8.367.016 | 8.436.621 | 8.505.076 | 8.433.650 | 8.551.774 | 8.633.185 | 8.496.772 | 8.500.995 |
| Población con Empleo | 7.750.762 | 7.768.616 | 7.903.180 | 8.010.353 | 8.107.035 | 8.008.824 | 8.184.509 | 8.281.983 | 8.174.009 | 8.176.092 |
| Empleo Adecuado/Pleno | 2.387.123 | 2.629.796 | 2.586.600 | 2.760.886 | 2.864.802 | 2.773.750 | 2.886.553 | 2.920.371 | 3.015.968 | 2.967.972 |
| Subempleo | 2.010.106 | 1.865.348 | 1.915.580 | 1.956.688 | 2.001.158 | 1.908.839 | 1.968.907 | 1.880.299 | 1.770.297 | 1.701.796 |
| Empleo no remunerado | 991.802 | 1.024.073 | 1.084.680 | 909.460 | 902.194 | 961.925 | 920.663 | 992.045 | 874.128 | 959.795 |
| Otro empleo no pleno | 2.283.566 | 2.177.656 | 2.240.304 | 2.320.091 | 2.282.150 | 2.325.908 | 2.384.967 | 2.460.244 | 2.496.652 | 2.522.379 |
| Empleo no clasificado | 78.166 | 71.743 | 76.017 | 63.228 | 56.730 | 38.402 | 23.419 | 29.025 | 16.964 | 24.150 |
| Desempleo | 463.375 | 442.634 | 463.836 | 426.268 | 398.041 | 424.826 | 367.265 | 351.201 | 322.762 | 324.904 |
| Población Económicamente Inactiva | 4.345.425 | 4.391.082 | 4.278.235 | 4.262.147 | 4.238.431 | 4.357.001 | 4.283.964 | 4.247.748 | 4.429.517 | 4.470.771 |

Es importante analizar la población económicamente activa en el Ecuador, que va de la mano con el factor analizado anteriormente, donde se mencionaba una mejora en los indicadores económicos como la inflación y el PIB.

Se observa además en la figura 31, que en el primer trimestre del año 2022 el indicador de tasa de empleo adecuado tuvo un valor de 32.9%, mientras que un 22.6% para la tasa de subempleo (INEC, 2023).

Figura 31.

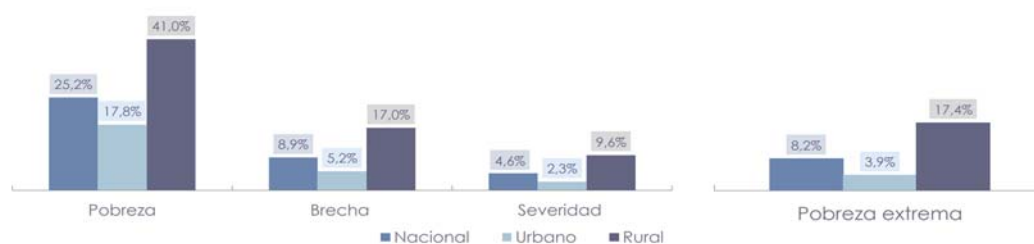
Tasa de empleo adecuado, subempleo, tipo de otro no pleno y tasa de empleo no remunerado al 2022.



A continuación, se tiene un resumen del porcentaje de pobreza a nivel nacional al año 2022. Se observa que se tuvo un 25.2% de pobreza en general y pobreza extrema de 8.2% (INEC, 2022).

Figura 32.

Porcentaje de pobreza en el Ecuador al 2022.



5.4 Factor Tecnológico

El uso de tecnología es un generador indispensable para cualquier empresa hoy en día, y esta afirmación es particularmente válida cuando se trata de una empresa de bróker de seguros de fianzas en línea. En este sector, la tecnología puede mejorar significativamente la eficiencia y la calidad del servicio que se ofrece a los clientes, lo que a su vez puede mejorar la capacidad de la empresa para competir en el mercado. Por ejemplo, una empresa de bróker de seguros de fianzas puede utilizar tecnología para automatizar procesos y minimizar tanto el tiempo como los gastos relacionados con ello emisión de pólizas y la gestión de reclamaciones.

Además, puede utilizar herramientas digitales para recopilar y analizar datos del mercado y de los clientes, lo cual puede ser beneficioso para que la empresa detecte posibles oportunidades de crecimiento y mejorar su oferta de productos y servicios.

Otro aspecto importante de la tecnología en el sector de los seguros de fianzas es la comunicación con los clientes. Las empresas pueden utilizar herramientas digitales como el correo electrónico, las redes sociales, plataformas especializadas y las aplicaciones móviles para mantener una comunicación constante y efectiva con los clientes, proporcionándoles información sobre sus pólizas, notificaciones de vencimientos y alertas de reclamos, garantizar la seguridad de datos personales e información sensible entre otros servicios.

Desarrollar o contratar una plataforma que incorpore almacenamiento en la nube, ciberseguridad de alto nivel, comunicación con audio y video, y permita el desarrollo del trabajo colaborativo, no es fácil conseguir, por fortuna la empresa Veritas CDIS, nos proporcionará la plataforma, Esto constituirá un gran diferenciador para la organización dentro del mercado asegurador.

5.5 Factor Ecológico

En el marco de desarrollo de este plan de negocio, es necesario considerar diferentes aspectos relacionados con el entorno natural y su impacto en la propuesta. En esa línea, a continuación, se analiza algunos factores que tiene influencia dentro de esta investigación.

En Ecuador, existen regulaciones ambientales que deben ser cumplidas por las empresas en todas las actividades que realicen. En el caso del proyecto de corredor de seguros de fianza, es importante cumplir con las leyes y normativas que están relacionadas con el medio ambiente, como el manejo adecuado de desechos, la protección de áreas naturales y la mitigación de impactos ambientales.

Los artículos 2, 3 y 6, incluidos en la Ley de Gestión Ambiental de Ecuador, mencionan:

La gestión ambiental se fundamenta en los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, el uso de tecnologías alternativas ambientalmente sostenibles y el respeto a las culturas y prácticas tradicionales.

La gestión ambiental se guiará por los principios del Desarrollo Sostenible, tal como se establecen en la Declaración de Río de Janeiro de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

La utilización sostenible de los recursos naturales no renovables en áreas naturales protegidas del Estado y ecosistemas frágiles, en función de los intereses nacionales, solo se llevará a cabo en circunstancias excepcionales, después de realizar un estudio de viabilidad económica y una evaluación de los impactos ambientales.

El factor ambiental también puede influir en la demanda del mercado; en la actualidad, existe una creciente conciencia ambiental entre los consumidores y las empresas. Estos clientes pueden preferir servicios de corredor de seguros de fianza que demuestren un compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. Por lo tanto, este plan de negocio considera estrategias que integran prácticas y valores sostenibles en el proyecto, para atraer a estos segmentos de mercado.

En este contexto, la implementación de procesos de gestión online, mediante una plataforma y página web es una oportunidad para reducir el impacto ambiental asociado con la impresión y transporte físico de documentos y la generación de residuos. Esto contribuirá a la eficiencia operativa y a la reducción de emisiones de carbono, al eliminar la necesidad de desplazamientos físicos.

Integrar prácticas sostenibles y promover la conservación del entorno natural generará beneficios, tanto para el negocio como como para la comunidad y el medio ambiente.

5.6 Factor Legal

En el amparo de establecer un negocio sostenible, es importante tomar en cuenta los aspectos legales que deben cumplirse para su funcionamiento.

La Ley General de Seguros en su artículo siete indica que son asesores productores de seguros:

a) Los agentes de seguros, que gestionan y obtienen los contratos de seguros a nombre de una empresa de seguros y son personas naturales, deberán apegarse al contrato de trabajo establecido entre las partes y solo podrán prestar aquellos servicios en una sola entidad aseguradora por clase de seguros. Además, deberán regirse al contrato mercantil de agenciamientos suscrito entre quienes lo firman.

b) Las agencias asesoras productoras de seguros, personas jurídicas que tienen como actividad obtener y realizar la gestión de obtención de contratos de seguros para una o varias empresas de seguros o de medicina prepagada que se encuentre habilitada para operar en el país.

Las empresas de seguros son responsables por cualquier acto que ejecuten los agentes de seguros y las agencias asesoras productoras de seguros, según lo que se encuentra estipulado en el contrato.

Siendo esta la principal finalidad que un asesor de seguros tiene, dentro de sus facultades, podrá asesorar a quienes requieran de la contratación de un seguro de cualquier ramo para el que esté aprobado a operar.

Tanto las compañías de seguros como los asesores productores de seguros son normados por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS), y tendrán que cumplir con las disposiciones, limitaciones, prohibiciones y sanciones en caso de que no cumplieran con algunas de ellas o que gestionaran actividades ajenas a su giro de negocio.

En el presente análisis, se hace énfasis al cumplimiento de documentos que deberá cumplir un asesor productor de seguros para desempeñar sus actividades, a continuación, se enlista los actuales requisitos según la SCVS.

- Certificado del programa de formación en seguros a través de 258 horas de capacitación, o demostrando que posee experiencia laboral de 3 años en el ramo, esta debe ser validada en el historial de empleo en el IESS y el certificado que emita la empresa que forme parte del sistema de seguros.

- Autorización para trabajar en Ecuador si fuese extranjero.

- No mantener obligaciones pendientes con la SCVS

En conclusión, la creación de un bróker de seguros revela la importancia crítica de comprender y cumplir con el marco legal y las regulaciones aplicables, el entorno legal en el que opera un bróker de seguros puede tener un impacto significativo en su viabilidad, operación y éxito a largo plazo.

Aunque el aspecto legal plantea desafíos y riesgos, también puede ofrecer oportunidades para lograr diferenciación y éxito sostenible. Un bróker de seguros que demuestre un fuerte compromiso con la ética, la transparencia y el cumplimiento normativo tendrá la capacidad de construir una reputación sólida y ganar la confianza de los clientes. Además, la capacidad de identificar tempranamente cambios legales y adaptarse a ellos, podrá convertirse en una ventaja competitiva crucial.

6. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO – 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

6.1 Proveedores

Se debe analizar a los proveedores según el modelo de las cinco fuerzas de Porter, ya que los proveedores son una de las fuerzas que afectan la competitividad de una empresa. Si los proveedores tienen un gran poder de negociación, pueden imponer precios más altos, reducir la calidad de los productos o limitar la disponibilidad de los mismos, esto puede ser un factor negativo frente a la rentabilidad de la empresa.

Aseguradoras: Las aseguradoras son organizaciones que asumen riesgos, y que, de acuerdo a sus políticas de suscripción y apetito de riesgos, establecen las condiciones, como coberturas, costos, aclaraciones entre otras. La participación de la aseguradora es indispensable para que exista la transacción, ya que son las organizaciones autorizadas por el ente regulador para suscribir este tipo de garantías.

Cuando los negocios son atraídos por un asesor de seguros, se realiza un proceso de agenciamiento, que consiste en acordar comisiones por el negocio referido, (las comisiones las paga la aseguradora al bróker), bajo los esquemas de estipulación de Tasa Técnica y Comercial, en la mayoría de los casos. El poder de negociación del bróker se incrementa por el tamaño de su cartera, la segmentación que pueda realizar acorde al apetito de riesgo de las diferentes compañías, de seguros y la tecnología que facilite la asesoría e interacción con la Aseguradora – Asegurado - Contratista.

Si las aseguradoras tienen un alto poder de negociación, pueden imponer condiciones desfavorables al asegurado que repercuten al bróker, por ejemplo, bajar las comisiones pactadas con el bróker, establecer altas primas o limitar las coberturas, impactando directamente en la rentabilidad. Esto puede dificultar la relación técnica - comercial con el

bróker y limitar las opciones que puede ofrecer a sus clientes.

Por otro lado, si el bróker tiene varios proveedores de seguros de fianzas, su poder de negociación aumenta, ya que tiene más opciones para comparar y negociar mejores condiciones. Esto puede resultar en mejores ofertas y opciones para la cartera del bróker.

Figura 33.

Ranking compañías de seguros ramo fianzas diciembre 2022.

SEGUROS PRIVADOS
RANKING DE COMPAÑÍAS DE SEGUROS
RAMO:SEGUROS FIANZAS
PERIODO:DICIEMBRE-2022

| ENTIDAD | AÑO 2022 | SERIEDAD DE OFERTA | CUMPLIMIENTO DE CONTRATO | BUEN USO DE ANTICIPO | EJECUCION DE OBRA Y BUENA CALIDAD DE MATERIALES | GARANTIAS ADUANERAS | TOTAL |
|---|-----------|--------------------|--------------------------|----------------------|---|---------------------|-----------------|
| SEGUROS CONFIANZA S.A. | DICIEMBRE | \$140.083,19 | \$8.358.325,30 | \$13.209.674,26 | \$162.653,57 | \$2.388.779,05 | \$24.259.532,09 |
| EQUINOCIAL | DICIEMBRE | \$167.802,31 | \$5.013.626,76 | \$5.756.656,08 | \$14.129,85 | \$2.573.868,12 | \$13.528.063,12 |
| ASEGURADORA DEL SUR | DICIEMBRE | \$41.221,73 | \$3.585.888,88 | \$6.416.031,90 | \$52.983,79 | \$159.833,47 | \$10.255.969,77 |
| ORIENTE SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$30.120,02 | \$3.991.080,73 | \$2.604.358,67 | \$31.319,99 | \$901.468,02 | \$7.558.347,43 |
| INTEROCEANICA C.A. DE SEGUROS. | DICIEMBRE | \$20.603,75 | \$1.811.648,24 | \$3.061.637,57 | \$0,00 | \$55.227,07 | \$4.948.116,63 |
| LATINA SEGUROS C.A. | DICIEMBRE | \$4.552,07 | \$1.483.198,06 | \$2.003.510,99 | \$20.811,02 | \$34.034,22 | \$3.571.084,36 |
| SWEDEN COMPANIA DE SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$17.990,43 | \$1.292.582,05 | \$1.079.978,14 | \$18.463,34 | \$421.423,59 | \$2.807.338,56 |
| COLON | DICIEMBRE | \$3.503,33 | \$480.938,78 | \$912.342,97 | \$0,00 | \$81.976,15 | \$1.478.781,23 |
| UNIDOS | DICIEMBRE | \$0,00 | \$356.285,51 | \$14.715,72 | \$0,00 | \$1.013.417,79 | \$1.384.398,99 |
| CONDOR | DICIEMBRE | \$0,00 | \$40.686,79 | \$80.481,74 | \$336,50 | \$673.148,15 | \$784.633,18 |
| CONSTITUCION C.A. COMPANIA DE SEGUROS | DICIEMBRE | \$6.080,96 | \$287.534,72 | \$235.597,04 | \$0,00 | \$900,00 | \$510.112,72 |
| LA UNION | DICIEMBRE | \$4.500,00 | \$197.204,23 | \$24.175,94 | \$0,00 | \$180.876,69 | \$386.756,86 |
| EQUATORIANO SUIZA | DICIEMBRE | \$1.088,21 | \$142.779,77 | \$24.434,75 | \$0,00 | \$165.853,97 | \$254.154,81 |
| MAPFRE ECUADOR COMPANIA DE SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$180.138,04 | \$22.673,58 | \$10.901,76 | \$85.138,84 | \$298.850,42 |
| ZURICH SEGUROS ECUADOR S.A. | DICIEMBRE | \$949,84 | \$153.965,80 | \$88.081,35 | \$0,00 | \$29.908,83 | \$292.903,82 |
| SEGUROS ALIANZA S.A. | DICIEMBRE | \$350,00 | \$171.978,95 | \$1.420,87 | \$0,00 | \$18.070,68 | \$181.820,30 |
| AIG MEYROPOLITANA | DICIEMBRE | \$0,00 | \$89.683,53 | \$60.794,07 | \$0,00 | \$0,00 | \$150.457,60 |
| LIBERTY SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$119.235,26 | \$483,54 | \$50,00 | \$7.560,00 | \$127.328,80 |
| HISPANIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$39.243,58 | \$16.688,67 | \$697,76 | \$6.009,59 | \$62.289,54 |
| GENERALI | DICIEMBRE | \$0,00 | \$34.716,05 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$34.716,05 |
| VAZSEGUROS S.A. COMPANIA DE SEGUROS | DICIEMBRE | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$32.492,75 | \$32.492,75 |
| CHUBB SEGUROS ECUADOR S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$10.037,82 | \$2.087,11 | \$0,00 | \$0,00 | \$12.104,73 |

Reaseguradoras: Los reaseguradores, son entidades que respaldan o aseguran los riesgos asumidos por la compañía de seguros en función del acuerdo de reaseguro que se haya pactado, donde se dejará sentado las facultades de cesión y retención al que han de obligarse las partes en cada riesgo asumido, por ejemplo, si existe un contrato cuyo riesgo sea USD 100,000, la aseguradora traslada un % o la totalidad al reasegurador, el cual condiciona a una comisión y también condiciones especiales para aceptar esta transferencia de riesgo; por lo que el poder de negociación de este ente es alto, principalmente por el análisis de riesgo país, que es un factor decisor al aceptar el riesgo.

En los negocios cuyos montos asegurados son altos, el poder de negociación de un reasegurador suele ser un condicionante, inclusive decisor. Las reaseguradoras pueden

proporcionar una cobertura adicional para las fianzas, pero probablemente tengan menos poder de negociación que las aseguradoras. Su importancia es media baja.

Proveedores de tecnología: En la empresa online que actúa como bróker existe una alta dependencia de proveedores de tecnología para mantener su sitio web y plataforma de gestión de fianzas en línea. Sin embargo, gracias a la alta oferta a nivel mundial de proveedores de sitios web, que aseguren que el hosting tenga certificados de seguridad de alta tecnología SSL (Secure Sockets Layer) y debido a que el tráfico no va a ser alto, y que además nos ofrezcan las herramientas para diagramar y desarrollar páginas web, el poder de negociación que tiene la empresa se eleva, ya que podrá escoger de alta oferta existente de proveedores directos y no subdistribuidores.

En lo que se refiere al proveedor de la plataforma de gestión de fianzas en línea, su poder de negociación es alto, debido a la especialidad en atención al usuario que la TIC debe ofrecer, además de que debe disponer las herramientas que faciliten no solo la comunicación con los clientes, sino también espacio de almacenamiento de la información, herramientas de trabajo colaborativo, con una interfaz intuitiva para facilitar su uso, seguridad en el manejo de datos personales.

Se requiere contratar un proveedor que oferte a nivel local una plataforma de trabajo colaborativo, que tenga almacenamiento de nube, un sistema de ciberseguridad confiable, con sistema de audio y video incorporado, acceso a reuniones ad-hoc (reuniones de libre acceso), con una interfaz intuitiva para manejar reuniones multidisciplinarias; al momento se verifica que VERITAS CDIS cuenta con este servicio, que ha sido probado en Alemania y Suiza por más de 15 años en ambientes similares.

Proveedores de servicios de pago: La compañía depende de proveedores de servicios de pago para procesar transacciones financieras en línea, este se solventa a través de

la página web, actualmente existen en Ecuador varias empresas que ofertan sistemas de cobro en línea por lo que el nivel de negociación es bajo, se puede escoger en el caso del proveedor de internet, dependiendo de los planes corporativos, en la mira están Netlife y Punto Net por su conectividad en el austro, que disponga de fibra óptica por velocidad y confiabilidad, amplio ancho de banda y nivel de compartición 2 a 1; el resto de servicios básicos se contratan con las respectivas empresas filiales de la Municipalidad de Cuenca.

Proveedores de servicios básicos: a pesar de ser una empresa en línea, para garantizar la operación de la empresa se necesita de proveedores de servicios básicos, considerando al internet dentro de ellos, la empresa requiere de un servicio de internet de banda ancha preferiblemente por fibra óptica de alta velocidad con nivel de compartición máximo dos a uno, que soporte en uso de la plataforma de gestión de fianzas, de manera segura, rápida y confiable, ya que se manejarán datos extremadamente sensibles de los clientes.

Proveedores de servicios de marketing: la empresa podría o no depender de la utilización de proveedores de servicios de marketing, ya que es una táctica fundamental para mejorar la promoción de sus productos en línea y atraer una base de clientes más grande. Al decidir por una persona externa a la organización para manejar la promoción e imagen corporativa se debe observar que el proveedor tenga la suficiente creatividad y experiencia para entregar productos finales que tengan un impacto positivo, y debido a la alta oferta de servicios de marketing digital las posibilidades de negociación con estos proveedores son favorables para la organización.

Se debe obtener al menos tres cotizaciones para definir al proveedor de este rubro, se considera a Strategia – Centro de Artes Gráficas como primera opción, para este proyecto, quien tiene amplio conocimiento del mercado asegurador, la plataforma en mención y más de

45 años de experiencia en el sector gráfico.

A través del análisis de los proveedores, se puede notar que la empresa en línea que funciona como intermediaria de seguros de fianza es altamente afectada por ellos. Los proveedores más importantes son las aseguradoras, los proveedores de tecnología, internet y servicios de pago. Elegir adecuadamente a los proveedores permitirá desarrollar estrategias más efectivas para negociar con ellos, tomar decisiones informadas, mejorar la posición en el mercado y aumentar la rentabilidad.

6.2 Clientes

El análisis de este factor implica comprender y evaluar el comportamiento, las necesidades, los deseos y las características de los posibles clientes de la empresa.

En este estudio se ha establecido y segmentado el mercado objetivo al que se dirigirá los servicios ofrecidos por la empresa. Por lo tanto, se ha identificado distintos segmentos, entre los cuales podemos mencionar los siguientes:

Empresas Constructoras

Contratistas

Proveedores de Servicios

Comerciantes e importadores

Agentes aduaneros

PYMES y otros negocios que puedan requerir servicios de seguros de fianza en la Zona Austral de Ecuador.

El levantamiento de información y análisis realizado ha permitido conocer las

necesidades y requisitos específicos de los clientes en términos de seguros de fianza, incluyendo qué tipo de fianzas son más demandadas, los montos regularmente solicitados, los plazos de entrega esperados, entre otros aspectos relevantes.

En cuanto a la preferencia de compra, se ha analizado cómo los clientes potenciales toman sus decisiones relacionadas con la adquisición de seguros de fianza, ¿Prefieren hacerlo en línea a través de una plataforma y página web, o prefieren un enfoque más tradicional? La comprensión de estas preferencias constituye un insumo, aportando al estudio con información relevante para el diseño de la oferta y los canales de distribución más adecuados.

Además, al elaborar este plan de negocios, se ha considerado como un elemento crucial la manera en la que se ofrecerá el servicio al cliente y se llevará a cabo la gestión de las relaciones con ellos. La implementación de una plataforma y un sitio web para el procesamiento en línea se complementará con un servicio de atención al cliente eficiente y personalizado, que pueda atender consultas, brindar orientación y resolver cualquier problema que los clientes puedan encontrar.

Respecto a las preferencias del consumidor, según las encuestas realizadas, se observa que la tendencia de los potenciales clientes está en igual proporción en relación al aspecto que buscan en un corredor de seguros. Para ellos es igual de importante la agilidad en atención, experiencia, generar confianza y el conocimiento sobre la ley de contratación pública, lo que representa una fortaleza que tendrá el corredor de seguros de fianza propuesto para el plan de negocios.

Otra oportunidad, de acuerdo con la encuesta elaborada, es que la mayoría de los encuestados utiliza para sus trámites de seguros de fianza un bróker.

El análisis detallado de estos aspectos ha permitido comprender mejor el factor "clientes" y desarrollando estrategias efectivas para atraer, retener y satisfacer a los clientes

que forman parte del público objetivo de este plan de negocio.

6.3 Productos Sustitutos

Según la Ley del Servicio Nacional de Contratación Pública en el artículo 73 – Formas de Garantías, se detalla las siguientes (SERCOP, 2021), las cuales consisten en productos similares a una póliza de fianzas pero que sí pueden ser aceptados por la Ley para que el contratista, pueda presentarlos en reemplazo a una póliza de fianzas y tenga el mismo efecto legal:

1. Garantía incondicional, irrevocable y de cobro inmediato, otorgada por un banco o institución financiera establecidos en el país o por intermedio de ellos; Este documento al igual que en una póliza de fianzas, el contratista deberá cumplir con un proceso de precalificación y pagar un porcentaje de servicio, contratando con un banco, sin embargo, este tipo de garantía, es reportada como un crédito en el sistema financiero, y por tanto reduce la capacidad de endeudamiento del contratista para obtener apalancamiento en caso de requerir.

2. Primera hipoteca de bienes raíces, siempre que el monto de la garantía no exceda del sesenta (60%) por ciento del valor del inmueble hipotecado, según el correspondiente avalúo catastral correspondiente; para la presentación de este, deberá previamente tener la aceptación de la entidad contratante y se penaliza la misma, puesto que siempre se considerará el valor de avalúo municipal del bien para la cobertura de ese 60% máximo, y de igual forma, implica reducir la capacidad de apalancamiento ante el sector financiero, pues el patrimonio del contratista se ve comprometido al tratarse de un bien que pesa gravamen.

3. Depósitos de bonos del Estado, de las municipalidades y de otras instituciones del Estado, certificaciones de la Tesorería General de la Nación, cédulas hipotecarias, bonos de

prenda, Notas de crédito otorgadas por el Servicio de Rentas Internas, o valores fiduciarios que hayan sido calificados por el Directorio del Banco Central del Ecuador. Su valor se computará de acuerdo con su cotización en las bolsas de valores del país, al momento de constituir la garantía. Los intereses que produzcan pertenecerán al proveedor; este tipo de garantía es mayormente utilizado en garantías que se exigen entre empresas del estado, puesto que muy difícilmente un contratista privado posee este tipo de colateral

4. Certificados de depósito a plazo, emitidos por una institución financiera establecida en el país, endosados por valor en garantía a la orden de la Entidad Contratante y cuyo plazo de vigencia sea mayor al estimado para la ejecución del contrato, si bien esta es una figura fácil de obtener, implica que el contratista, por el contrario de recibir un anticipo por ejemplo, deberá congelar los fondos que dispondría para elaborar el contrato, y dejar estos una póliza de acumulación hasta la liberación de su contrato.

6.4 Nuevos entrantes

La entrada de nuevas empresas con la intención de adquirir una parte del mercado y recursos significativos, así como la exposición de ciertos riesgos que no se pueden evitar, como los desastres naturales, obligan al mercado a cambiar condiciones que permitan proteger el Patrimonio mediante la transferencia de riesgos. En el mercado asegurador, la entrada de nuevos competidores como las entidades financieras se ha convertido en una amenaza permanente, ya que año tras año se están incorporando nuevos operadores al mercado, así también las compañías aseguradoras extranjeras que decidan operar en el mercado nacional o que han encontrado en la emisión de pólizas una forma de conseguir ingresos adicionales de forma recurrente.

La amenaza de entrada de nuevos competidores en el sector asegurador está condicionada por las barreras de entrada, las cuales, en este caso, son relativamente bajas, dado que no se requieren economías de escala sustanciales para su establecimiento; Mantiene escasa diferenciación del producto tangible, como es el contrato de seguros; Los requisitos para constituir una agencia asesora de seguros está al alcance de quienes deseen prepararse académicamente para contar con conocimientos técnicos, y luego rendir un examen que le permita obtener una credencial facilitando un agenciamiento con la aseguradora para operar.

6.5 Rivalidad Competitiva

En relación al ranking de los Asesores Productores de Seguros en la provincia del Azuay, se reporta 71 Asesores productores de Seguros de los cuales 51 son personas naturales, se debe considerar que las cifras indicadas en este cuadro corresponden a la retribución “comisiones” que percibe sobre la suscripción del negocio a diciembre 2022.

Figura 34.

Listado de asesores de seguros en Azuay, diciembre 2022.

SEGUROS PRIVADOS
LISTADO DE ASESORES DE SEGUROS AZUAY - ECUADOR
RAMO: SEGUROS CONSOLIDADOS (VIDA Y GENERALES)
PERIODO: DICIEMBRE-2022

| Año | Valor de Comisión | Nombre de Institución | Credencial | Provincia |
|-------|-------------------|--|------------|-----------|
| 2,022 | 1175733,03 | EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA | 20020 | AZUAY |
| 2,022 | 936405,73 | BYPSA S.A. | 00328 | AZUAY |
| 2,022 | 629253,62 | SERINCO AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S.A | 20044 | AZUAY |
| 2,022 | 605671,76 | VEGAMON S.A. | 00364 | AZUAY |
| 2,022 | 425676,22 | EMPIRE CIA. LTDA. | 00758 | AZUAY |
| 2,022 | 419200,51 | DELTABROKERS CIA. LTDA. | 20002 | AZUAY |
| 2,022 | 393355,79 | FLAMASEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 20005 | AZUAY |
| 2,022 | 366420,83 | CALATAYUD CIA. LTDA. | 00788 | AZUAY |
| 2,022 | 365215,52 | INTERACACIA CIA. LTDA. | 00819 | AZUAY |
| 2,022 | 301265,11 | SEQUIDAD CIA. LTDA. | 20001 | AZUAY |
| 2,022 | 169963,95 | Z SEGUROS ASTEIN CIA. LTDA. | 00281 | AZUAY |
| 2,022 | 148621,74 | ASOBROQUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S. A | 20036 | AZUAY |
| 2,022 | 147796,74 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS SOSBROKER CIA.LTDA. | 10472 | AZUAY |
| 2,022 | 139145 | ZIONSEGUROS CIA. LTDA. | 00532 | AZUAY |
| 2,022 | 135202,94 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS VITAL SEGUROS VITSEGBROK CIA.LTDA. | 10665 | AZUAY |
| 2,022 | 131246,14 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS MILLENNIAL BROKER'S MILLENBROK CIA.LTDA. | 10742 | AZUAY |
| 2,022 | 123340,87 | CAMACHO ABAD CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 00789 | AZUAY |
| 2,022 | 123117,15 | REPRESENTACIONES DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA. LTDA. | 00095 | AZUAY |
| 2,022 | 117616,97 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CONESVIL CIA. LTDA. | 20064 | AZUAY |
| 2,022 | 102482,41 | SEGURALMEIDA CIA LTDA AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 00959 | AZUAY |
| 2022 | 30586037 | TAPIA SUAREZ JANNETH ALEJANDRINA | 10551 | AZUAY |
| 2022 | 28957398 | LOYOLA RODRIGUEZ EDWIN | 10453 | AZUAY |
| 2022 | 27383567 | TALBOT CARRION WILSON | 00453 | AZUAY |
| 2022 | 25410147 | RODRIGUEZ MUÑOZ ANA CRISTINA | 10491 | AZUAY |
| 2022 | 24692419 | RAMIREZ VELASQUEZ CARLOS ALBERTO | 10376 | AZUAY |
| 2022 | 16181355 | BELDUMA ORDOÑEZ JOSE ANTONIO | 0704063890 | AZUAY |
| 2022 | 10403712 | SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE | 00415 | AZUAY |
| 2022 | 9911592 | GOMEZ ALVARADO XAVIER GUSTAVO | 00797 | AZUAY |
| 2022 | 9144689 | RAMIREZ REYES JUAN CRISTOBAL | 20048 | AZUAY |
| 2022 | 8528939 | QUINTUÑA IDROVO MARIA DE LOURDES | 0102291382 | AZUAY |
| 2022 | 6723701 | FREIRE JARAMILLO MAURO | 00249 | AZUAY |
| 2022 | 6567484 | DAVILA CORONEL CESAR AUGUSTO | 10554 | AZUAY |
| 2022 | 6273065 | CARDENAS AMAYA MARIA LORENA | 10565 | AZUAY |
| 2022 | 5870246 | JARAMILLO BARROS CRISTIAN PAUL | 20029 | AZUAY |
| 2022 | 5766984 | TENORIO TORRES RITA ELIZABETH | 00703 | AZUAY |
| 2022 | 5581264 | ASTUDILLO TRELLES TAMARA | 10442 | AZUAY |
| 2022 | 5208369 | POZO PAREDES ANDREA VIVIANA | 0103448569 | AZUAY |
| 2022 | 4867474 | MARITZA DEL ROCIO CORDERO ASTUDILLO | 0104482294 | AZUAY |
| 2022 | 4747781 | CORONEL DUCHI MAXIMO ROMEO | 20045 | AZUAY |
| 2022 | 4605787 | AVILA CARVAJO FABIAN PATRICIO | 20072 | AZUAY |
| 2022 | 4422323 | SORIA QUIZHPE MANOLA MONSERRATH | 10480 | AZUAY |
| 2022 | 4229845 | JARAMILLO ZAMBRANO HOLGER MAURICIO | 20028 | AZUAY |
| 2022 | 3869617 | VINTIMILLA ROJAS ROSA INES | 20046 | AZUAY |
| 2022 | 3851834 | VELASTEGUI VASQUEZ ROSA MARCELA | 10465 | AZUAY |
| 2022 | 3291404 | ESPINOSA MUÑOZ EDWIN FERNANDO | 0105066765 | AZUAY |
| 2022 | 3274356 | ALVAREZ PALACIOS PEDRO XAVIER | 10462 | AZUAY |
| 2022 | 3095654 | ORTEGA CORDERO JUAN SEBASTIAN | 00823 | AZUAY |
| 2022 | 2672052 | SEGARRA PACHECO MIGUEL CHRISTIAN | 10721 | AZUAY |
| 2022 | 2586599 | EFREN XAVIER VALLEJO CARRION | 0102776986 | AZUAY |
| 2022 | 2537812 | BRAVO QUINTEROS MIGUEL ENRIQUE | 10706 | AZUAY |
| 2022 | 2389975 | TORAL AVILA JULIO ENRIQUE | 20007 | AZUAY |
| 2022 | 2237931 | JOSUE GUSTAVO TORRES SERRANO | 0104613898 | AZUAY |
| 2022 | 2164234 | MARIA GABRIELA CALDERON ROSAS | 10459 | AZUAY |
| 2022 | 2118913 | MOYANO LUCERO MARIA FERNANDA | 20077 | AZUAY |
| 2022 | 1888522 | VANESSA TAMARA PINOS MATA | 0301556353 | AZUAY |
| 2022 | 185078 | ROMULO DARIO CARDENAS MARQUEZ | 0104775572 | AZUAY |
| 2022 | 1571946 | QUEZADA BERMEO NELLY SILVANA | 20025 | AZUAY |
| 2022 | 1501538 | JUAN CRISTOBAL VALDIVIESO VAZQUEZ | 0105435184 | AZUAY |
| 2022 | 1408604 | MARTINEZ LASSO LUIS ALBERTO | 10467 | AZUAY |
| 2022 | 1031925 | ROSALES GONZALES PABLO VICENTE | 20066 | AZUAY |
| 2022 | 963609 | MARIA CRISTINA AREVALO BELTRAN | 0103652202 | AZUAY |
| 2022 | 862234 | ANDREA CAROLINA LOPEZ LARA | 1804192043 | AZUAY |
| 2022 | 838226 | OLIVER ERICK SARMIENTO CONTRERAS | 0105285712 | AZUAY |
| 2022 | 746118 | ABAD ABAD WILSON DANIEL | 00834 | AZUAY |
| 2022 | 721459 | VALERIA AUGUSTA PESANTEZ CLAVIO | 0105234371 | AZUAY |
| 2022 | 717054 | VINTIMILLA JARAMILLO DIEGO EFRAIN | 20083 | AZUAY |
| 2022 | 298903 | BUSTOS TORRES JOSE ANTONIO | 10500 | AZUAY |
| 2022 | 2612 | MOLINA AREVALO TANIA GABRIELA | 0103619383 | AZUAY |
| 2022 | 150181 | MARTINEZ ALVAREZ SUSANA ELIZABETH | 20082 | AZUAY |
| 2022 | 11487 | MUÑOZ FLORES LINA ROSA | 20076 | AZUAY |
| 2022 | 71879 | ZAMORA FLORES ADRIAN MAURICIO | 20067 | AZUAY |

Sobre las comisiones percibidas por los Asesores de seguros en el segmento de

Fianzas al 2022 se identifica la siguiente participación:

Tabla 3.

Participación y comisiones de asesores de seguros en el segmento fianzas.

| SEGMENTO | TOTAL COMISIONES 2022 | % DE PARTICIPACION |
|--|----------------------------------|-------------------------------|
| TODOS LOS RAMOS | \$ 310.082.666,03 | 100% |
| BUEN USO DE ANTICIPO | \$ 212.958,88 | 0,07% |
| FIEL CUMPLIMIENTO DE CONTRATO | \$125.157,72 | 0,04% |

En la Zona Austro existen 20 Asesores que han reportado producción del Seguro de Fianza en el ramo Buen Uso de Anticipo.

Figura 35.

Seguros de Fianza, “Buen uso de Anticipo” en la provincia de Azuay en diciembre 2022

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|-------------------------------------|-----------------------|------------|-------------------|------------|
| FREIRE JARAMILLO MAURO | 2025 | 00249 | \$ 38,467.56 | 110.85% |
| MARITZA DEL ROCIO CORDERO ASTUDILLO | 5619 | 0104482294 | \$ 8,713.42 | 25.11% |
| JUAN CRISTOBAL VALDIVIESO VAZQUEZ | 5708 | 0105435184 | \$ 7,853.21 | 22.63% |
| MARIA GABRIELA CALDERON ROSAS | 4561 | 10459 | \$ 6,199.30 | 17.86% |
| RAMIREZ REYES JUAN CRISTOBAL | 4048 | 20048 | \$ 4,436.70 | 12.78% |
| QUINTUÑA IDROVO MARIA DE LOURDES | 2040 | 0102291382 | \$ 3,668.13 | 10.57% |
| OLIVER ERICK SARMIENTO CONTRERAS | 5568 | 0105285712 | \$ 3,110.78 | 8.96% |
| QUEZADA BERMEO NELLY SILVANA | 3858 | 20025 | \$ 3,083.97 | 8.89% |
| SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE | 2026 | 00415 | \$ 2,267.85 | 6.53% |
| RODRIGUEZ MUÑOZ ANA CRISTINA | 4668 | 10491 | \$ 1,338.59 | 3.86% |
| POZO PAREDES ANDREA VIVIANA | 4108 | 0103448569 | \$ 1,151.20 | 3.32% |
| ALVAREZ PALACIOS PEDRO XAVIER | 4569 | 10462 | \$ 1,112.22 | 3.20% |
| TALBOT CARRION WILSON | 2027 | 00453 | \$ 1,026.51 | 2.96% |
| LOYOLA RODRIGUEZ EDWIN | 4522 | 10453 | \$ 1,012.31 | 2.92% |
| ORTEGA CORDERO JUAN SEBASTIAN | 2036 | 00823 | \$ 915.77 | 2.64% |
| SORIA QUIZHPE MANOLA MONSERRATH | 4646 | 10480 | \$ 900.61 | 2.60% |
| JARAMILLO ZAMBRANO HOLGER MAURICIO | 3884 | 20028 | \$ 774.80 | 2.23% |
| TORAL AVILA JULIO ENRIQUE | 3646 | 20007 | \$ 643.71 | 1.85% |
| RAMIREZ VELASQUEZ CARLOS ALBERTO | 4140 | 10376 | \$ 566.51 | 1.63% |
| DAVILA CORONEL CESAR AUGUSTO | 4841 | 10554 | \$ 450.26 | 1.30% |

En la Zona Austro existen 19 Asesores que han reportado producción del Seguro de Fianza en el ramo Fiel Cumplimiento de Contrato.

Figura 36.

Participación y comisiones recibidas de Agencias Asesoras Productoras de Fianza, “Fiel Cumplimiento de Contrato” en la provincia de Azuay en diciembre 2022.

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|--|-----------------------|--------------|-------------------|------------|
| INTERACACIA CIA. LTDA. | 1463 | 00819 | \$ 50,101.62 | 144.37% |
| REPRESENTACIONES DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA. LTDA. | 1437 | 00095 | \$ 22,641.70 | 65.24% |
| DELTABROKERS CIA. LTDA. | 2761 | 20002 | \$ 11,581.85 | 33.37% |
| FLAMASEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 3487 | 20005 | \$ 10,715.96 | 30.88% |
| EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA | 3806 | 20020 | \$ 4,945.24 | 14.25% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CONESVIL CIA. LTDA. | 4121 | 20064 | \$ 3,936.76 | 11.34% |
| GALISEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3394 | 20004 | \$ 3,587.40 | 10.34% |
| VEGAMON S.A. | 1444 | 00364 | \$ 3,569.02 | 10.28% |
| CALATAYUD CIA. LTDA. | 1459 | 00788 | \$ 3,171.52 | 9.14% |
| CAMACHO ABAD CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 1460 | 00789 | \$ 1,680.84 | 4.84% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS SOSBROKER CIA.LTDA. | 4584 | 10472 | \$ 1,659.59 | 4.78% |
| ASOBROCUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S. A | 3926 | 20036 | \$ 876.53 | 2.53% |
| CORREAUSTRO CIA. LTDA. | 1445 | 00393 | \$ 424.41 | 1.22% |
| SEQUIDAD CIA. LTDA. | 2759 | 20001 | \$ 228.10 | 0.66% |
| WELBY ASESOR PRODUCTOR DE SEGUROS CIA.LTDA. | 5623 | 190501442001 | \$ 164.51 | 0.47% |
| CONSERIESGOS CIA. LTDA. | 1465 | 10047 | \$ 102.81 | 0.30% |
| EMPIRE CIA. LTDA. | 1457 | 00758 | \$ 93.55 | 0.27% |
| Z SEGUROS ASTEIN CIA. LTDA. | 1441 | 00281 | \$ 84.85 | 0.24% |
| SEGURALMEIDA CIA LTDA AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3496 | 00959 | \$ 7.50 | 0.02% |

Los principales factores a considerar en la competencia son:

La calidad de los productos relacionada con el análisis, revisión de contratos, redacciones y demás factores para la correcta suscripción, así como los servicios ofrecidos al alcance del cliente.

Los precios, las primas establecidas están estipuladas según las tasas otorgadas por las aseguradoras acorde a sus políticas de riesgos y comerciales.

La diferenciación de los productos, de las empresas contratan seguros de fianzas, se observa que entregan los mismos productos, debido ya que son requisitos a cumplir con algún contratista.

En la capacidad de los competidores para innovar se evidencia que algunos tienen páginas web, pero no disponen de medios de gestión de fianzas, otros no han incorporado botones de pago, ni cuentan con un medio de almacenamiento en la nube con acceso a sus clientes a toda la información, mucho menos garantizan la protección de datos sensibles y

aún mantienen en medios físicos impresos las pólizas de fianza

La habilidad de los competidores para mantener y ampliar su participación en el mercado.

En este sentido, una empresa que actúa como bróker de seguros de fianzas en línea debe estar muy atenta a los movimientos de sus competidores, y estar preparada para responder a los cambios en el mercado de manera eficiente y efectiva, para mantener su posición competitiva y poder seguir creciendo en el mercado.

FODA

Tabla 4.

Análisis FODA.

| | INTERNO | EXTERNO |
|-----------------|---|---|
| | FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| POSITIVO | <p>El crecimiento del sector de la producción puede ser aprovechado por un bróker de seguros especializado en el ramo de fianza en la Zona Austral de Ecuador, ya que, al existir una necesidad insatisfecha en el mercado local, esta puede ser cubierta por el corredor de seguros de fianza, a través de procesos de tramitación online eficientes, lo cual se constituye como una ventaja competitiva significativa, puesto que ninguno de los bróker de la zona disponen de este servicio.</p> <p>Los certificados SSL son una señal de confianza para los clientes potenciales, ya que demuestran que el sitio web es seguro y que el negocio se toma en serio la protección de sus datos.</p> <p>Experiencia en seguros de fianza, lo cual generará confianza en los clientes potenciales para la adquisición de las pólizas.</p> <p>Conocimiento especializado en la ley de contratación pública como factor diferenciador.</p> | <p>La transformación digital, el incremento del uso de internet y la adopción de plataformas y servicios en línea, con una población que está cada vez más conectada y dispuesta a realizar transacciones en línea, constituyen una oportunidad que se puede capitalizar, ofreciendo procesos de tramitación online convenientes y rápidos, lo que puede atraer a un segmento de clientes que valora la comodidad y la eficiencia en la contratación de seguros.</p> <p>La utilización de una plataforma y sitio web para realizar trámites en línea ofrece una oportunidad para disminuir el impacto ambiental causado por la impresión y transporte físico de documentos, así como la generación de residuos. Esto ayudará a mejorar la eficiencia operativa y reducir las emisiones de carbono, al eliminar la necesidad de desplazamientos físicos.</p> <p>Disponer de proveedores de sitios web que aseguren que el hosting tenga certificados de seguridad de alta tecnología SSL (Secure Sockets Layer) es una oportunidad porque es un protocolo de seguridad que permite la encriptación de los datos que serán transmitidos desde el portal web hasta el usuario, lo que garantiza que la información personal, de fianzas y financiera de los clientes esté protegida contra posibles ataques de hackers o ciberdelincuentes.</p> <p>El crecimiento del PIB en Ecuador que se prevé en el año 2023 puede</p> |

relacionarse con una mejora en el nivel económico del país, lo cual implica un potencial incremento de ingresos o nivel de vida.

La disminución de la inflación a mayo 2023, respecto al mismo mes en el año 2022, indica que existe mayor estabilidad en los precios y puede promover las inversiones en el país, que como beneficio al proyecto, podría reflejarse en un incremento en el número de contratos que requieran pólizas de fianza.

Uno de los 10 ramos más representativos y que más se han adquirido en el Ecuador son las pólizas de Buen uso del Anticipo, perteneciente a los seguros de fianza.

El incremento de la población con empleo en el Ecuador así mismo incrementa los ingresos en la población y el nivel de vida, lo cual genera más oportunidades de trabajo en todos los ámbitos.

La previsión del crecimiento empresarial en un 6%, tanto para ventas internas como para exportaciones en empresas públicas y privadas que generarían mayor cantidad de contratos con sus proveedores, los cuales requerirán de pólizas de seguros de fianza.

Los encuestados realizan, en su mayoría, los trámites de adquisición de pólizas de fianza mediante bróker de seguros.

Ley de Contratación pública.

| | DEBILIDADES | AMENAZAS |
|-----------------|--|--|
| NEGATIVO | La falta de conocimiento sobre los beneficios y ventajas que ofrece un corredor de seguros mediante la tramitación en una plataforma online. Si los clientes potenciales no están familiarizados con este tipo de servicio lo perciben como algo que | NEGATIVO La competencia de otros corredores de seguros establecidos en la zona. Si ya existen empresas competidoras reconocidas en el mercado y una base de clientes leales, podría ser un desafío para un nuevo corredor de seguros de fianza entrar en el mercado y captar una cuota |

no les genera confianza, se podría enfrentar dificultades para educar y persuadir a los clientes sobre la necesidad de adquirir un seguro de fianza a través de este medio.

representativa

El incremento de las tasas de interés efectivas en Ecuador, que perjudicará el acceso a la adquisición de productos y servicios financieros.

Los bancos representan una competencia significativa, dado que disponen de extensas redes comerciales y una base de clientes cautivos a quienes pueden ofrecer productos de garantías.

Reformas a la Ley y Reglamento de contratación pública.

Inestabilidad política en el Ecuador por la declaratoria de muerte cruzada.

7. VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD – VIABILIDAD – DESEABILIDAD

7.1 Factibilidad

Según Varela, el concepto de factibilidad se refiere a las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad corresponde al análisis que determina si el proyecto o negocio propuesto será factible o no, y cuáles son las estrategias que se deberán implementar y/o desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la factibilidad es la “cualidad o condición de factible, que se puede hacer”.

Factibilidad Técnica

El personal cuenta con los conocimientos y la experiencia mínima requerida para atender las necesidades de los clientes, asesorándolos a través de los medios tecnológicos y al alcance para contratar pólizas de seguros, cuyas condiciones sean las adecuadas y permita respaldar el riesgo de pérdida del patrimonio con aseguradoras calificadas de primer nivel, evitando problemas y respaldando el desarrollo y aplicación de la actividad del cliente.

Factibilidad Tecnológica

El corredor de seguros cuenta con tecnología adecuada para la implementación y desarrollo de la propuesta de valor, servicios y valores agregados que se ha propuesto al alcance del cliente.

Factibilidad Operativa

La estructura organizacional, en conjunto con la trazabilidad de procesos, desde la cotización, análisis de suscripción, emisión, entrega de póliza, pago, manejo de siniestro, entre otras, está definida para la administración de la póliza de seguros mientras se encuentre

vigente, este sistema de procesos y operaciones se puede modificar y adecuar según comportamientos de mercado.

Factibilidad Financiera

El proyecto cuenta con el capital suficiente para crear el bróker de seguros y ponerlo en ejecución, las ganancias proyectadas permitirán continuar en el tiempo, generando solidez y confianza.

Factibilidad Legal

El proyecto comprende dependencias institucionales dentro del marco de legal, y con ello, las decisiones que se tomen se apeguen a la legislación, a fin de plantear soluciones dentro del marco de competencia, en conjunto con la atención de los reclamos y/o ejecuciones que en materia legal corresponda.

Factibilidad Comercial

El Servicio propuesto en el proyecto mediante el uso de la tecnología hace que sea accesible y alcance de quienes requieren la asesoría satisfaciendo la necesidad de comprender el alcance y aplicación del seguro de fianzas, el mercado objetivo como son las personas que tienen contratos con entidades públicas y privadas, que entre los requisitos de contratación consta este tipo de seguros, requieren la guía adecuada, con conocimientos y experiencias para suscribir el documento que ampare el riesgo según el objeto del contrato, a un precio accesible con facilidades de pago.

7.2 Deseabilidad

En el proyecto de implementación de un bróker de seguros para el ramo de fianzas en Ecuador con enfoque a darlo a conocer a los clientes a través de una plataforma digital, el estudio de deseabilidad hace referencia a la evaluación y análisis de la viabilidad y aceptación de la plataforma digital por parte de los usuarios y el mercado en general.

El objetivo principal de un estudio de deseabilidad es determinar si la plataforma propuesta cumple con las expectativas, necesidades y deseos de los usuarios finales, así como si es deseable y atractiva para ellos. Este análisis involucra la obtención de datos cualitativos y cuantitativos mediante una variedad de herramientas y métodos de investigación, como encuestas, entrevistas, evaluaciones de usabilidad y análisis de la competencia.

Al llevar a cabo un estudio de deseabilidad, es importante considerar aspectos como la usabilidad de la plataforma, la experiencia del usuario, la eficiencia y eficacia en la realización de tareas, la seguridad de la información, la confianza en el servicio, la adaptabilidad a diferentes dispositivos y la satisfacción general de los usuarios.

Los resultados del estudio de deseabilidad, proporcionarán información valiosa para realizar mejoras en la plataforma, identificar oportunidades de negocio, diseñar estrategias de marketing y comunicación efectivas, y tomar decisiones informadas sobre la implementación y lanzamiento del bróker de seguros.

Por tanto, el estudio de deseabilidad en este proyecto se enfoca en evaluar y comprender las preferencias y expectativas de los usuarios respecto a la plataforma digital del bróker de seguros de fianzas, con el fin de asegurar su viabilidad y aceptación en el mercado objetivo fijado.

En la fase de empatía se validó la deseabilidad que tendría el servicio planteado en el presente estudio, para lo cual se utilizaron encuestas a posibles usuarios del servicio, así como se entrevistó a tres personas involucradas en el medio de seguros y contratación pública, quienes al igual que los encuestados, demostraron alto interés en la propuesta.

Del número total de encuestados, más del 90% de estos, indicaron sentirse atraídos por una plataforma que ofrezca servicios ágiles para la contratación de este tipo de pólizas, que se vuelven parte de un requisito precontractual a la hora de firmar un contrato con el sector público o privado.

Por otro lado, solo el 22% de los encuestados, indicaron que prefieren la asesoría presencial con el ejecutivo del bróker de seguros o de la compañía de seguros, ya que, por su giro de negocio, les es más sencillo tener este tipo de contacto con el bróker, ya que sus gestiones administrativas, las realizan justamente en horarios fuera de oficina, lo que permitiría utilizar mejor su tiempo para este trámite.

7.3 Viabilidad

El concepto de viabilidad se refiere a la posibilidad de que algo sea realizado o llevado a cabo con éxito. Implica evaluar la factibilidad, la capacidad y las condiciones necesarias para lograr un determinado objetivo o proyecto.

En un proyecto de negocio, esta viabilidad se refiere a la evaluación de la factibilidad y posibilidad de éxito de un proyecto empresarial, incluyendo un análisis detallado que se realiza para determinar si una idea de negocio es viable y puede generar los resultados esperados. (González, 2020)

Demanda y necesidad: Existe una demanda constante de servicios de seguros de fianzas en la región. Las empresas y personas que realizan negocios en la Zona austral necesitan proteger sus activos y garantizar el cumplimiento de sus obligaciones contractuales, así mismo, este es un requisitos indispensable para contratar con el Estado, en las distintas modalidades de contratación pública, conforme a la normativa legal vigente. Al ofrecer servicios de asesoría en línea, calificación, diseño y revisión de seguros de fianzas, este proyecto logrará satisfacer las necesidades financieras, de protección patrimonial y cumplimiento legal, existentes en el mercado.

El estudio para verificar la viabilidad y la demanda potencial permitirá comprender la necesidad del servicio en el mercado actual, identificar los desafíos que podrían surgir y aprovechar las oportunidades existentes. Contando con información sólida y fundamentada, se podrán tomar decisiones informadas sobre la viabilidad y el enfoque estratégico del negocio, minimizando los riesgos y maximizando las posibilidades de éxito.

Competencia: En la Zona Austral del Ecuador, actualmente no existe una oferta de competidores directos en el sector de corretaje de seguros de fianzas que ofrezca este servicio a través una asesoría integral en línea. Esto brinda al proyecto una oportunidad única para establecerse como líder en la región en este tipo de servicio, con la posibilidad de captar una parte significativa del mercado.

Un estudio de mercado exhaustivo permitirá identificar los segmentos más relevantes, comprender las tendencias que se tiene en la actualidad y lo que prefieren los consumidores. Además, al analizar las regulaciones del sector, se garantizará que la empresa corredora de seguros de fianzas cumpla con los requisitos legales y esté preparada para operar de manera efectiva. Este análisis proporcionará información que será clave para la toma de decisiones estratégicas y la adaptación de los servicios a las necesidades del mercado.

Crecimiento del sector: El crecimiento sostenible del sector de seguros de fianzas es un indicador favorable para la viabilidad del proyecto. Si el sector está en evolución y los desafíos de expansión tanto en el corto como en el largo plazo, existe una oportunidad de generar ganancias y establecer una base sólida de clientes.

Ámbito legal y tecnológico: El análisis de los requisitos legales permitirá asegurar el cumplimiento normativo, mientras que la obtención de licencias y permisos garantizará la legalidad de las operaciones. La identificación de socios estratégicos y el análisis de sistemas y tecnologías requeridas permiten establecer una base sólida para el funcionamiento eficiente de este proyecto. Además, la evaluación de los recursos humanos necesarios asegurará contar con el personal adecuado para llevar a cabo las actividades requeridas.

Ventajas competitivas: Al ofrecer estos servicios de asesoría en línea, este proyecto aprovechará las ventajas de la tecnología para llegar a un público más amplio y reducir los costos operativos. La disponibilidad de servicios en línea también brindará conveniencia a los clientes y será un factor diferenciador frente a la competencia.

Un plan de marketing efectivo permitirá crear una imagen de marca sólida que transmita confianza y profesionalismo. Además, al establecer alianzas estratégicas comerciales clave, la empresa podrá expandir su red de contactos y aumentar su visibilidad en el mercado. Esto contribuirá a atraer a clientes potenciales de manera efectiva y generar un flujo constante de negocios.

Ámbito Financiero: Se realizará el respectivo análisis financiero exhaustivo para evaluar la factibilidad económica de la empresa corredora de seguros de fianzas.

Al analizar indicadores financieros como la TIR (Tasa Interna de Retorno), el VAN (Valor Actual Neto), el TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) y el PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión), se podrá determinar la viabilidad y rentabilidad del

proyecto.

Estos indicadores proporcionarán información crucial para la toma de decisiones, permitiendo identificar la necesidad de ajustes financieros y evaluar el potencial de crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

Contribución al crecimiento regional: Al proporcionar servicios de corretaje de seguros de fianzas, el proyecto contribuirá al crecimiento sostenible del sector y la economía de la región. Al ayudar a proteger las inversiones y mitigar los riesgos financieros, se facilitará un entorno empresarial más seguro y confiable, lo que a su vez puede atraer más inversiones y estimular el crecimiento económico.

7.4 Mercado Objetivo

Mercado objetivo

El mercado objetivo está conformado por el segmento de clientes potenciales que son capaces de adquirir un producto o servicio específico. Pueden originarse a partir de una demanda insatisfecha o de posibles clientes que desconocen el servicio o producto que se ofrecerá y a quienes se llegaría a través de una estrategia de marketing adecuada.

La segmentación para lograr identificar al mercado objetivo se puede realizar mediante sus características demográficas o geográficas, cuya meta es determinar cuál es el tamaño aproximado que tendrá la muestra (Izquierdo, 2011).

Es importante que se comprenda y se establezca correctamente este mercado para que se puedan diseñar estrategias efectivas de marketing, que se adapten a solventar las necesidades del segmento.

En el caso de los seguros de fianza, el mercado potencial está conformado por

proveedores que prestan sus servicios o venden sus productos a clientes, del sector público o privado, quienes como garantía para que se realice la transacción solicitan una póliza de seguros de fianza que será requisito del contrato suscrito entre las partes.

El mercado potencial es amplio, sin embargo, para este proyecto se ha seleccionado como mercado objetivo a todos los proveedores del estado pertenecientes a la zona del Austro del Ecuador, esta zona está conformada por tres provincias: Azuay, Cañar y Morona Santiago (Banco Central del Ecuador, 2023).

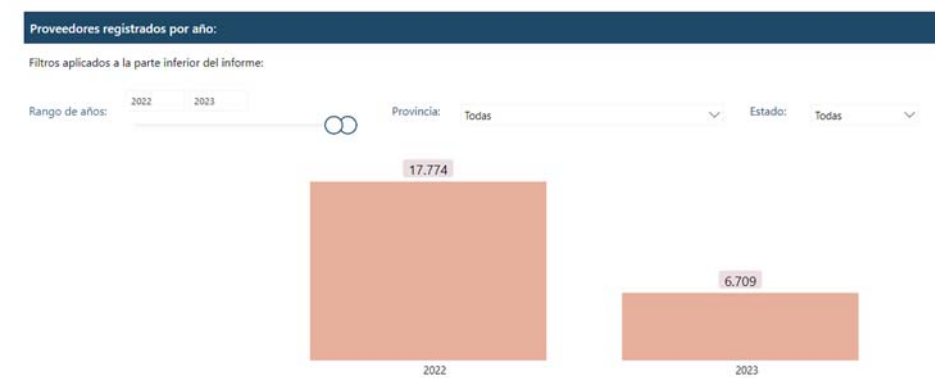
Se ha determinado este mercado debido a que en esta zona se encuentra un número limitado de asesores de seguros de fianza.

En la figura a continuación, por ejemplo, se observaron las instituciones que recibieron comisión por la venta de pólizas de Buen Uso de Anticipo a diciembre del 2022. Son en total 19 instituciones, las cuales no todas se dedican exclusivamente a los seguros de fianza.

A continuación, se muestra la totalidad de proveedores del estado en el año 2022 a mayo del 2023 según el portal de Compras Públicas del Ecuador (SERCOP, 2023).

Figura 37.

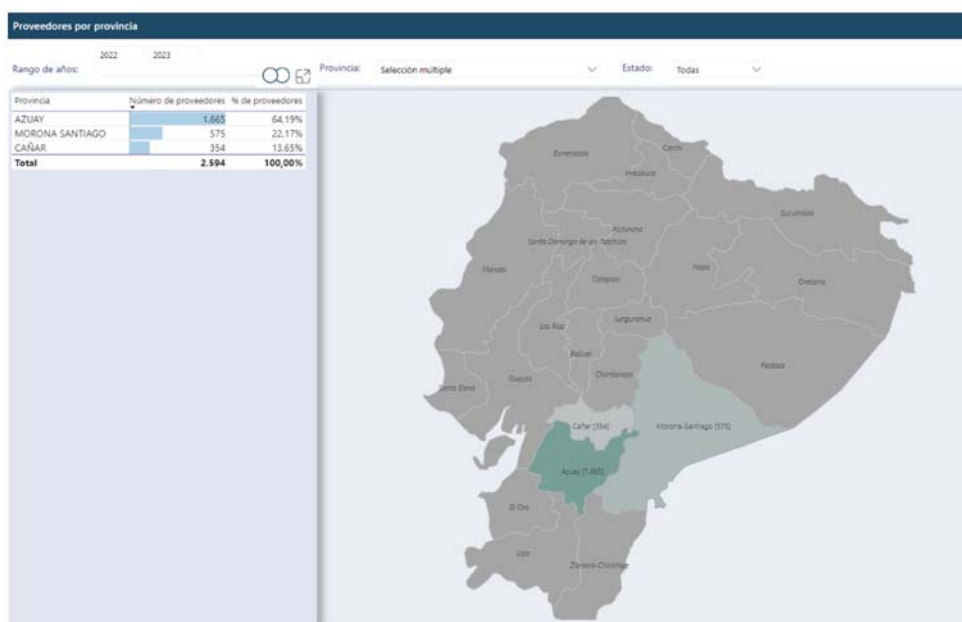
Proveedores del estado registrados en el año 2022 y 2023.



En la figura siguiente se tiene el número de proveedores del estado en la provincia de Azuay, Morona Santiago y Cañar, pertenecientes a la zona del Austro, con un total de 2594, estos corresponden al mercado objetivo seleccionado (SERCOP, 2023)

Figura 38.

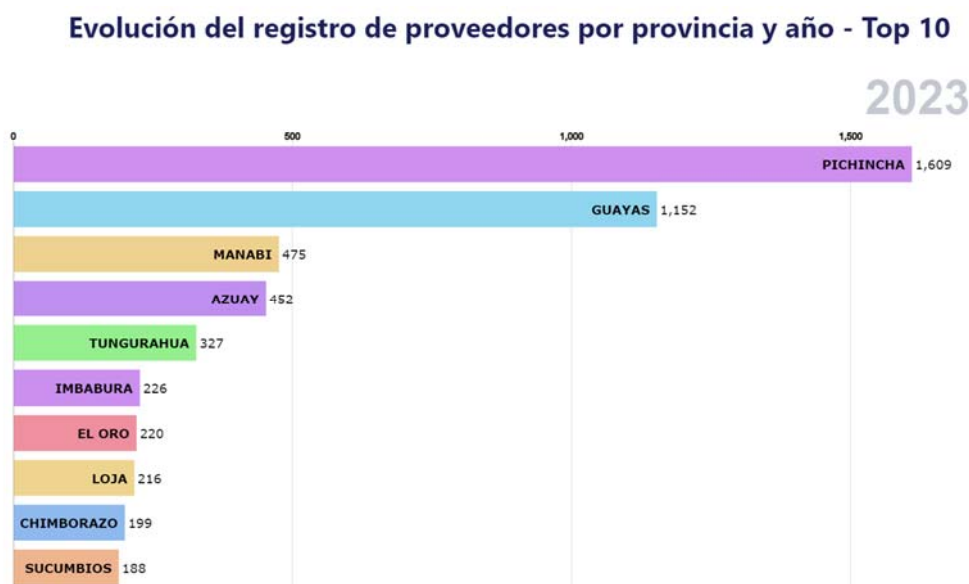
Proveedores del estado por provincia de 2022 a 2023.



A mayo del 2023, según la SERCOP (2023), la provincia del Azuay está en cuarto lugar en cantidad de proveedores del estado respecto al resto de provincias del país (SERCOP, 2023).

Figura 39.

Evolución de proveedores por provincia en el 2023.



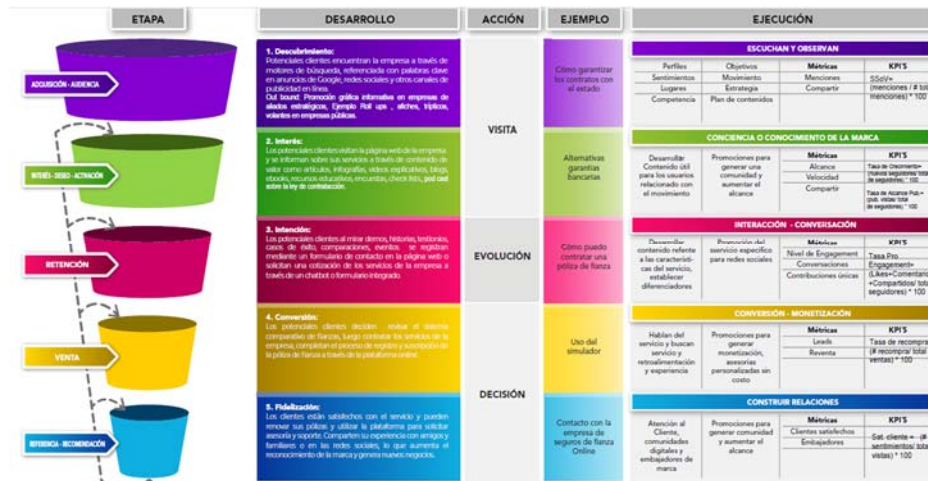
Para este mercado se plantearán las estrategias de marketing más adecuadas para dar a conocer los beneficios del servicio que se ofrecerá.

El enfoque irá en función del factor diferenciador, que es el conocimiento especializado en compras públicas que tendrá el asesor de seguros de fianza y el uso de la plataforma en línea.

Embudo de Mercado

Figura 40.

Embudo de Mercado



Nota: Elaboración Propia - Padilla Layla

Adquisición: Para provocar que el mercado objetivo y potenciales clientes descubran una nueva forma de adquirir seguros de fianzas, podrán utilizar los motores de búsqueda, y estos estarán referenciados con palabras claves en anuncios de Google Adds, redes sociales, Business Twitter, Business Facebook, así también blogs de la Web empresarial; combinada con promoción gráfica informativa, tales como afiches, trípticos, volantes, rompe tráfico, colocada en las empresas de aliados estratégicos.

Para despertar el interés y deseo del mercado objetivo y potenciales clientes, se construye una página web donde se encuentra alojado contenido de valor entregado por medio de artículos relacionados a seguros de fianza, infografías, vídeos explicativos, e-books, enlaces de podcast sobre la ley de contratación, por estos medios se fortalecerá las ventajas y beneficios de adquirir seguros de fianza de forma ágil y oportuna a través de medios digitales.

Retención: Una vez fortalecido el interés y el deseo del mercado objetivo y potenciales clientes que miraron y apreciaron los demos, testimonios, casos de éxito, pudieron hacer comparación entre las alternativas del simulador, podrán registrarse mediante un formulario de contacto o chatbot para solicitar la verificación de los costos del servicio.

Conversión o venta: Con el fin de lograr la monetización del servicio, cuando los potenciales clientes deciden revisar el sistema comparativo de fianza a través del simulador, se logra obtener una base de datos a la que se puede dar un seguimiento personalizado, ya que quienes llegaron a esta etapa, han demostrado su auténtico interés y necesidad por adquirir el servicio ofertado.

Recomendación: Se puede lograr una alta tasa de referencia o fidelización, tomando en cuenta que de la base de datos obtenida se puede extraer información de los clientes que han contratado una póliza en más de una ocasión, a ellos se les debe dar un seguimiento más cercano y tratarlos como clientes satisfechos o embajadores de la marca.

Investigación de la Validación del Prototipo

Esta investigación tiene como objetivo recopilar información relevante sobre las necesidades y expectativas de los clientes acerca de los servicios que se ofrecen en el ramo de seguros de fianza. En este sentido, se efectuó entrevistas y encuestas como herramientas principales de retroalimentación, obteniendo así datos cualitativos directamente de personas relacionadas con el ramo de fianzas. Los resultados obtenidos han sido utilizados para mejorar el prototipo actual, buscando así garantizar que se cumplan las demandas y preferencias de los usuarios.

Principales hallazgos

Requerimientos de asesoría legal:

Dentro de los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas, se identificó que existe una clara necesidad de asesoría legal para la elaboración o revisión de contratos. Esta información indica que los usuarios desean contar con un servicio integral que les permita asegurar la validez y seguridad de sus acuerdos contractuales.

Insatisfacción con el corredor de seguros actual:

Los encuestados expresaron su insatisfacción con la atención recibida por parte de su corredor de seguros actual. Este hallazgo resalta la importancia de mejorar la calidad del servicio y establecer relaciones más sólidas con los clientes.

Pólizas de seguros de fianza más requeridas:

Los usuarios manifestaron una alta demanda de las pólizas de seguros de fianza relacionadas con el "Buen uso de Anticipo" y el "Fiel Cumplimiento del Contrato". Estas pólizas son consideradas cruciales por los clientes, lo cual enfatiza la necesidad de priorizar su desarrollo, ofreciendo soluciones adaptadas a estos ramos específicos.

Preferencia por una aplicación para trámites:

Se evidenció el deseo de los participantes de realizar sus trámites relacionados con seguros de fianza a través de una aplicación móvil. Esta preferencia por la tecnología digital indica la importancia de desarrollar una plataforma intuitiva y accesible que facilite la gestión y agilice los procesos para los usuarios.

Experiencia y confianza en el corredor de seguros:

Los participantes expresaron su expectativa de que el corredor de seguros de fianza tenga experiencia y genere confianza. Estos aspectos son fundamentales para establecer una relación sólida y duradera con los clientes, así como para transmitir seguridad en los servicios ofrecidos.

Necesidad generalizada de un corredor de seguros:

La mayoría de los participantes indicaron que necesitan un corredor de seguros para obtener la póliza de seguros de fianza. Esta información destaca la importancia de establecer alianzas estratégicas, lo que contribuirá a constituir una imagen como corredores confiables y competentes para satisfacer las demandas del mercado.

Mejoras aplicadas:

Basándonos en los resultados obtenidos en la investigación, hemos considerado los siguientes aspectos para mejorar el prototipo actual:

Integrar un servicio de asesoría legal: Considerar la incorporación de un servicio de asesoría legal que brinde a los usuarios asistencia en la elaboración y revisión de contratos, con el objetivo de garantizar su validez y seguridad.

Mejorar la calidad de atención al cliente: Implementar medidas para perfeccionar el servicio esperado por el cliente, incluyendo tiempos de respuesta más rápidos, personal amable y capacitado, con un enfoque centrado en el conocimiento del ramo de fianzas.

Desarrollar una aplicación móvil más intuitiva: Teniendo en cuenta la preferencia de los usuarios por realizar trámites a través de una aplicación, se ha mejorado el prototipo propuesto; de este modo, la aplicación debería permitir a los usuarios gestionar sus pólizas, recibir notificaciones relevantes y acceder a servicios adicionales de manera conveniente.

Establecer un programa de retroalimentación constante: Implementar un sistema para recopilar regularmente la retroalimentación de los clientes y evaluar su satisfacción con los servicios brindados. Esto puede llevarse a cabo a través de encuestas periódicas, sesiones de seguimiento o incluso la creación de un panel de usuarios. La retroalimentación recibida será valiosa para identificar áreas de mejora y ajustar continuamente el prototipo para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

8. MEJORA DEL PROTOTIPO

Gracias a la retroalimentación recibida en las entrevistas, se define lo siguiente:

¿Para Quién está enfocada la plataforma?

Personas naturales o jurídicas que requieren contratar con el Estado Ecuatoriano, radicadas en territorio o en el extranjero que operan en el austro ecuatoriano.

¿Qué debe tener y cómo debe ser la plataforma?

Plataforma de uso fácil e intuitivo, con un simulador de alternativas. Brinde seguridad de datos y documentos sensibles.

¿Qué más debería tener la plataforma?

Acceso libre sin necesidad de permiso de ingreso. Audio y vídeo grabable para 3 a 5 personas. Capacidad de Almacenamiento de información. Manejo de archivos de Excel, Word, MP4, PDF, básicamente.

¿Qué podría tener?

Acceso libre sin necesidad de permiso de ingreso fuera de horario de oficina Audio y vídeo para 25 personas mínimo. Capacidad de Almacenamiento de información 100 MB. Firma y descarga de Pólizas Automatizada.

Otras funcionalidades y características que aún no se hayan mencionado

Manejo de herramientas de: Desarrollo de productos, guía personalizada de trabajo en equipo, manejar herramientas para asesorías y retroalimentación, además, manejo de conflictos durante las reuniones.

Adicionalmente, la plataforma deberá emitir un historial de ingresos y actividades para llevar una auditoría de la gestión de cada asesor con el cliente, y de las actividades del

cliente también.

Se plantea una estructura base necesaria para gestionar el servicio de emisión de pólizas de fianza.

Figura 41.

Estructura básica Web



Se establece el diseño web y el acceso a la plataforma, donde sobre el catálogo de las fianzas expuestas que son motivo del servicio; se establecen metas, que la plataforma nos ayudará a conseguir: en la formación, el cliente se registra en la plataforma y tiene una reunión asignada con su asesor. Puede acceder a documentos y videos explicativos para obtener información. Para cotizar, utiliza un simulador que muestra opciones de aseguradoras y costos.

En el análisis del contrato, el cliente sube el documento y el asesor lo revisa en una reunión de asesoramiento. Para la calificación del cliente, debe entregar documentos que respalden su situación financiera y el asesor los analiza. En el monitoreo, tanto el cliente como el asesor pueden verificar novedades, consultas y la aprobación, además de descargar documentos como la póliza y la factura. Para el pago, el cliente puede ver datos de depósito o

transferencia o acceder al link de pago con tarjeta de débito o crédito.

La plataforma permitirá un ambiente de trabajo colaborativo sincrónico y asincrónico con audio y video incorporado, brindado seguridad a datos personales y documentos, su uso debe ser posible a cualquier hora en cualquier lugar y bajo cualquier dispositivo electrónico, las reuniones no deben tener restricción de tiempo para la negociación, venta y asesoría de seguros de fianza, permitiendo que este cyber espacio, se convierta en una empresa en línea accesible desde cualquier lugar, esto se logra gracias al registro de un licenciamiento.

9. MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

Figura 42.

Modelo CANVAS



Se ha elaborado el modelo CANVAS siguiendo un orden

1. Identificando el segmento de clientes los cuáles son los proveedores del Estado, ya sean personas jurídicas o naturales que son habilitadas para contratar con el sector público

2. La propuesta de valor, se basa una asesoría especializada y personalizada a través de una plataforma online

Los canales que pueden ser el Colegio de Ingenieros y demás profesionales

3. Las relaciones con el cliente a través de eventos especiales o capacitaciones en las que se hará presencia.

4. La fuente de ingreso, muy importante mencionar en este proyecto, son las

comisiones por corretaje, las cuales van desde el 15 al 21% sobre la prima.

5. Las actividades clave, siendo la más importante la creación de la página web y el uso de una plataforma especializada para asesoría de los clientes.

6. Los recursos claves son: internet, plataforma, telefonía y asesoría legal para la conformación de la empresa

7. Por último, la estructura de costes, donde se contemplan servicios administrativos y servicios de host y desarrollo de la plataforma.

10. PRESENTACIÓN PMV

10.1 Producto Mínimo Viable Comercial – Modelo de Monetización

Para el presente proyecto se detallarán factores que son indispensables y se considerarán al realizar el modelo de monetización del Producto Mínimo Viable (PMV) de una empresa bróker de seguros en el Austro, dedicada al ramo de fianzas de la siguiente manera:

Viabilidad técnica: Evaluar la capacidad de desarrollo de un software o plataforma que permita a los clientes acceder y comparar diferentes opciones de seguros de manera fácil y rápida. Considerar aspectos como la disponibilidad de tecnología y recursos técnicos para implementar el sistema.

Viabilidad del mercado: Investigar el mercado de seguros de fianzas en el Austro, analizando la demanda y la competencia existente. Identificar las necesidades insatisfechas de los clientes y determinar cómo el PMV puede ofrecer una propuesta de valor única para atraer a los usuarios.

Viabilidad financiera: Analizar los costos asociados con el desarrollo del PMV, incluyendo la contratación de personal técnico, el diseño de la plataforma y las actividades de marketing. Evaluar las proyecciones de ingresos, basadas en comisiones u honorarios por intermediación de seguros y determinar si existe un potencial retorno de la inversión.

Viabilidad legal y regulatoria: Investigar las regulaciones y requisitos legales para operar como bróker de seguros en el ramo de fianzas en Ecuador. Asegurarse de cumplir con todas las normativas y obtener las licencias necesarias para operar legalmente en el país.

Viabilidad operativa: Evaluar la capacidad del bróker para gestionar eficientemente los procesos de intermediación de seguros. Considerar aspectos como la contratación y

capacitación del personal, la gestión de reclamos y la implementación de sistemas para facilitar la comunicación con las aseguradoras y los clientes.

Una vez que se hayan evaluado estos aspectos de viabilidad, se puede definir un modelo de monetización específico para la empresa bróker de seguros de fianzas en el Austro.

Algunas posibles estrategias de monetización que se gestionarán para la implementación del bróker de seguros serán:

1. Comisiones por intermediación: Obtener comisiones de las aseguradoras por cada póliza de seguros vendida a través del PMV. Establecer acuerdos con diferentes aseguradoras, con la finalidad de ofrecer varias opciones a los clientes.

2. Modelo de suscripción: Ofrecer una membresía o suscripción premium a los usuarios que deseen acceder a servicios adicionales, como asesoría personalizada, soporte especializado o descuentos exclusivos en primas de seguros.

3. Publicidad y patrocinios: Permitir que compañías de seguros o proveedores de servicios relacionados anuncien en la plataforma o patrocinen secciones específicas, generando así ingresos adicionales.

4. Servicios de consultoría: Ofrecer servicios de consultoría a empresas o individuos que requieran asesoramiento especializado en la selección y gestión de seguros.

Figura43.*Monetización SMV***10.2 Prototipo****Ingreso a la plataforma**

La meta a perseguir que es la formación; el cliente puede realizar consultas teóricas, podrá leer escuchar y observar vídeos que le permitan comprender el alcance del tipo de póliza que requiere a favor de la entidad beneficiaria sea pública o privada.

Figura 44.*Ingreso Plataforma Mejorada*

1.- Cliente potencial se registra para Ingreso a Plataforma desde la pagina web / Ingresa clave y usuario asignado



2.- Seleccione el tipo de reunión que le asigna el sistema y/o gestor



3.- Se dirige a "Documentos" y selecciona el que requiera chequear a fin de instruirse.



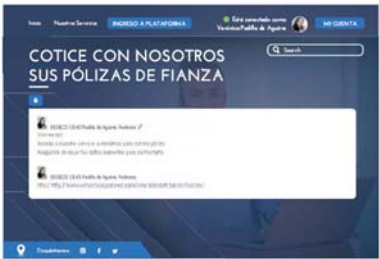
Proceso de Cotización

La meta es que el cliente pueda realizar por sí mismo la cotización de seguro de fianza requerido, contará con cuatro alternativas de diferentes aseguradoras para comparar costos.


Figura 45.

Proceso Cotización Mejorado


1.- A través del chat, el gestor envía el link de acceso a cotización



2.- Cliente selecciona el tipo de pólizas a cotizar (una o varias)



3.- Digita el monto y tiempo, el Sistema entrega el cuadro comparativo de costos con diferentes Aseguradoras.



| Monto de contrato | Monto de póliza | Tiempo |
|-------------------|-----------------|---------------|
| 1 | 2 | 3 |
| ALTERNATIVA 1 | ALTERNATIVA 2 | ALTERNATIVA 3 |
| ALTERNATIVA 4 | | |

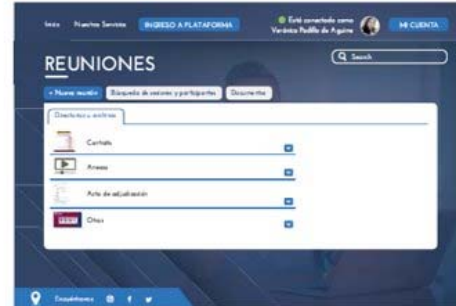
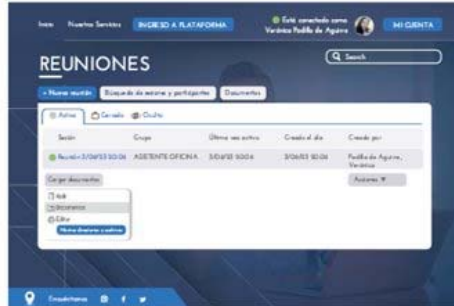
Proceso de análisis del Contrato

En esta etapa, el cliente cargará el contrato, o también el acta de adquisición, o cualquier documento que valide la solicitud de la póliza de fianza para su posterior revisión y asesoría, antes de la contratación.

Figura 46.

Proceso Análisis de Contrato Mejorado

1.- El cliente carga el documento en el área de trabajo 2.- El asesor revisa el documento ubicado en el área de trabajo



3.- Cita al cliente para brindar asesoría

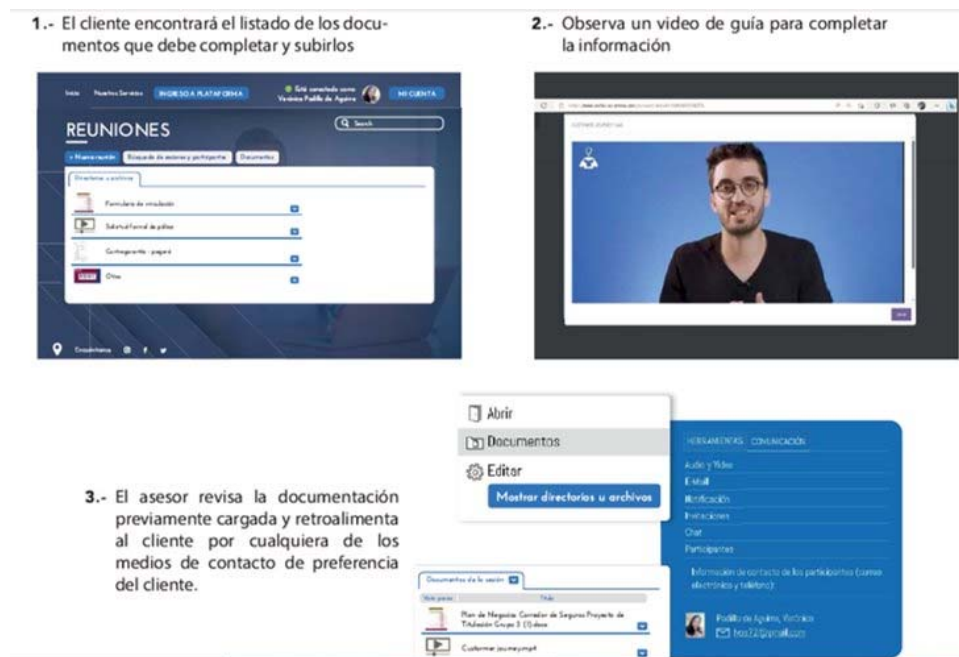


Proceso de Calificación del Cliente

El cliente debe completar los documentos requeridos por la aseguradora, para informarse tiene acceso a un video interactivo para lograr la correcta diligencia.

Figura 47.

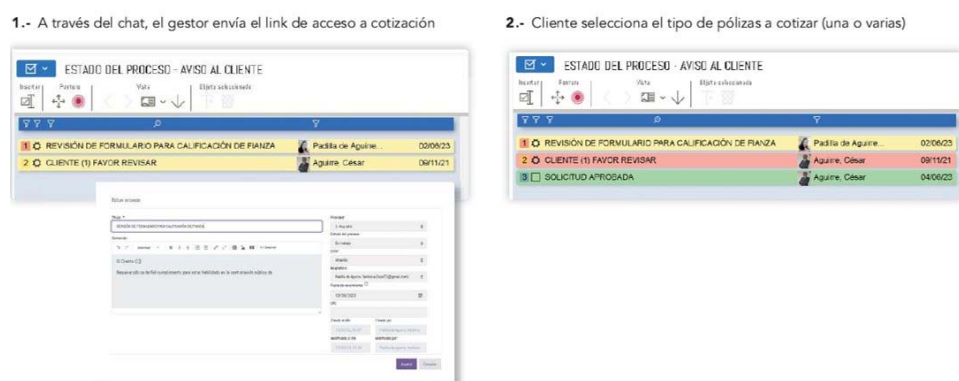
Proceso Análisis de Cliente Mejorado



El cliente puede ver el estado del análisis de su proceso en cualquier momento, conocer en qué etapa se encuentra, los comentarios e indicaciones sobre su solicitud, también podrá interactuar con el asesor, presentando soluciones, alternativas o la negociación misma.

Figura 48.

Estado del Proceso Mejorado

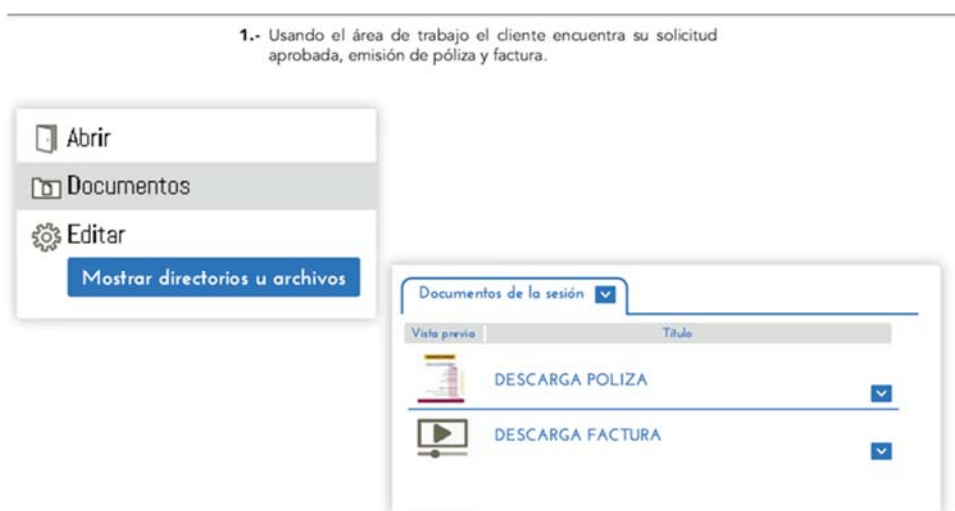


Proceso de Emisión de Póliza y Descarga de documentos habilitantes

En esta etapa, el cliente puede descargar una copia digital de su póliza, así también su factura y otros documentos habilitantes como la reportería de movimientos históricos, estados de cuenta y otros.

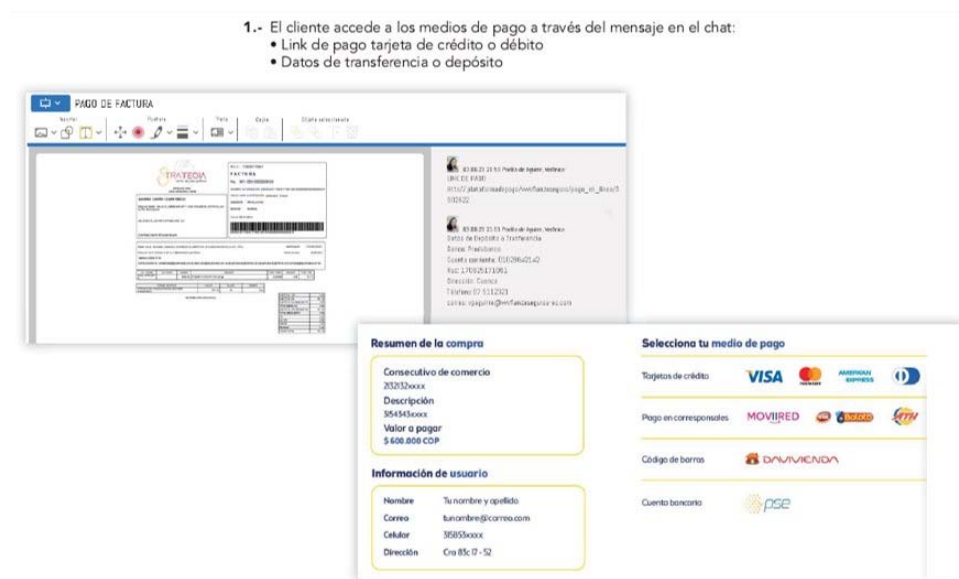
Figura 49.

Descarga de Documentos



Proceso de Pago del Servicio

Para finalizar la gestión de Atención al Cliente sobre la emisión de seguros de fianza, una vez que el cliente ha descargado la factura, podrá realizar el pago con el medio de su preferencia.

Figura50.*Pago de Servicios Mejorado***10.3 Presupuesto**

En esta sección se analizarán los recursos a ser utilizados para la creación de un corredor de seguros de fianza de manera efectiva, como son las personas que abarcarán el proyecto (Recursos Humanos), los recursos financieros, el análisis del recurso tecnológico requerido y finalmente los materiales.

El presupuesto brindará información relevante para una posterior toma de decisiones financieras estratégicas.

Se analizarán los valores a considerar como la inversión inicial, los gastos fijos mensuales y los costos de venta en 3 escenarios distintos: optimista, pesimista y previsto.

Para determinar el valor por ingresos, se ha tomado como dato inicial a todas las comisiones que se han percibido en el ramo de seguros de fianza en el año 2022 en la zona de Austro del Ecuador, este valor según la Superintendencia de Compañías, Valores

y Seguros (2023), es de \$433.457,64 para todos los bróker y compañías de seguros de la zona según se muestran en las imágenes que siguen (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2023).

Figura51.

Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Buen Uso de Anticipo Azuay 2022.

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|---|-----------------------|---------------|-------------------|------------|
| INTERACACIA CIA. LTDA. | 1463 | 00819 | 50101,62 | 0,09% |
| REPRESENTACIONES DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA. LTDA. | 1437 | 00095 | 22641,7 | 0,04% |
| DELTABROKERS CIA. LTDA. | 2761 | 20002 | 11581,85 | 0,02% |
| FLAMASEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 3487 | 20005 | 10715,96 | 0,02% |
| SEGURAZUAY CIA. LTDA. | 1458 | 00766 | 10222,18 | 0,02% |
| EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA | 3806 | 20020 | 4945,24 | 0,01% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CONESVIL CIA. LTDA. | 4121 | 20064 | 3936,76 | 0,01% |
| GALISEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3394 | 20004 | 3587,4 | 0,01% |
| VEGAMON S.A. | 1444 | 00364 | 3569,02 | 0,01% |
| CALATAYUD CIA. LTDA. | 1459 | 00788 | 3171,52 | 0,01% |
| CAMACHO ABAD CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 1460 | 00789 | 1680,84 | 0,00% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS SOSBROKER CIA. LTDA. | 4584 | 10472 | 1659,59 | 0,00% |
| JPSBROKER AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CIA. LTDA. | 5813 | 0190507912001 | 1120,01 | 0,00% |
| ASOBROQUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S. A | 3926 | 20036 | 876,53 | 0,00% |
| CORREAUSTRO CIA. LTDA. | 1445 | 00393 | 424,41 | 0,00% |
| TRUJILLO ESPINOZA CIA. LTDA. | 1464 | 10045 | 363,91 | 0,00% |
| SEQUIDAD CIA. LTDA. | 2759 | 20001 | 228,1 | 0,00% |
| WELBY ASESOR PRODUCTOR DE SEGUROS CIA. LTDA. | 5623 | 0190501442001 | 164,51 | 0,00% |
| CONSERIESGOS CIA. LTDA. | 1465 | 10047 | 102,81 | 0,00% |
| Z SEGUROS ASTEIN CIA. LTDA. | 1441 | 00281 | 84,85 | 0,00% |

Figura52.

*Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Buen Uso de Anticipo
Azúay 2022.*

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|-------------------------------------|-----------------------|------------|-------------------|------------|
| FREIRE JARAMILLO MAURO | 2025 | 00249 | 38467,56 | 0,07% |
| MARITZA DEL ROCIO CORDERO ASTUDILLO | 5619 | 0104482294 | 8713,42 | 0,02% |
| JUAN CRISTOBAL VALDIVIESO VAZQUEZ | 5708 | 0105435184 | 7853,21 | 0,01% |
| MARIA GABRIELA CALDERON ROSAS | 4561 | 10459 | 6199,3 | 0,01% |
| RAMIREZ REYES JUAN CRISTOBAL | 4048 | 20048 | 4436,7 | 0,01% |
| JOSUE GUSTAVO TORRES SERRANO | 5659 | 0104613898 | 4099,99 | 0,01% |
| QUINTUÑA IDROVO MARIA DE LOURDES | 2040 | 0102291382 | 3668,13 | 0,01% |
| RODRIGUEZ MOSQUERA MARGOTH VANESSA | 5912 | 0103643862 | 3430,22 | 0,01% |
| OLIVER ERICK SARMIENTO CONTRERAS | 5568 | 0105285712 | 3110,78 | 0,01% |
| QUEZADA BERMEO NELLY SILVANA | 3858 | 20025 | 3083,97 | 0,01% |
| SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE | 2026 | 00415 | 2267,85 | 0,00% |
| RODRIGUEZ MUÑOZ ANA CRISTINA | 4668 | 10491 | 1338,59 | 0,00% |
| POZO PAREDES ANDREA VIVIANA | 4108 | 0103448569 | 1151,2 | 0,00% |
| ALVAREZ PALACIOS PEDRO XAVIER | 4569 | 10462 | 1112,22 | 0,00% |
| TALBOT CARRION WILSON | 2027 | 00453 | 1026,51 | 0,00% |
| LOYOLA RODRIGUEZ EDWIN | 4522 | 10453 | 1012,31 | 0,00% |
| ORTEGA CORDERO JUAN SEBASTIAN | 2036 | 00823 | 915,77 | 0,00% |
| SORIA QUIZHPE MANOLA MONSERRATH | 4646 | 10480 | 900,61 | 0,00% |
| JARAMILLO ZAMBRANO HOLGER MAURICIO | 3884 | 20028 | 774,8 | 0,00% |
| TORAL AVILA JULIO ENRIQUE | 3646 | 20007 | 643,71 | 0,00% |

Figura53.

*Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Cumplimiento de Contrato
Azúay 2022.*

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|---|-----------------------|---------------|-------------------|------------|
| CALATAYUD CIA. LTDA. | 1459 | 00788 | 33653,63 | 0,02% |
| INTERACACIA CIA. LTDA. | 1463 | 00819 | 22714 | 0,02% |
| REPRESENTACIONES DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA. LTDA. | 1437 | 00095 | 11406,22 | 0,01% |
| DELTABROKERS CIA. LTDA. | 2761 | 20002 | 6791,95 | 0,00% |
| GALISEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3394 | 20004 | 6719,89 | 0,00% |
| FLAMASEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 3487 | 20005 | 3678,83 | 0,00% |
| SEGURAZUAY CIA. LTDA. | 1458 | 00786 | 3674,43 | 0,00% |
| CAMACHO ABAD CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 1460 | 00789 | 2555,28 | 0,00% |
| VEGAMON S.A. | 1444 | 00384 | 1508,66 | 0,00% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS SOSBROKER CIA. LTDA. | 4584 | 10472 | 1116,95 | 0,00% |
| JPSBROKER AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CIA. LTDA. | 5813 | 0190507912001 | 796,21 | 0,00% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CONESVIL CIA. LTDA. | 4121 | 20064 | 792,98 | 0,00% |
| EMPRENDEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA. LTDA. | 3806 | 20020 | 781,87 | 0,00% |
| SEGURALMEIDA CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3496 | 00959 | 680,2 | 0,00% |
| ASOBROCLUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S. A. | 3926 | 20036 | 496,81 | 0,00% |
| WELBY ASESOR PRODUCTOR DE SEGUROS CIA. LTDA. | 5623 | 0190501442001 | 216,88 | 0,00% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS EQUISEGUROS EQUILIBRIO BROKERCIA. LTDA. | 4705 | 10509 | 123,59 | 0,00% |
| TRUJILLO ESPINOZA CIA. LTDA. | 1464 | 10045 | 121,35 | 0,00% |
| SEQUIDAD CIA. LTDA. | 2759 | 20001 | 73,8 | 0,00% |
| CORRESUR CIA. LTDA. | 1442 | 00284 | 70 | 0,00% |

Figura54.

Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Cumplimiento de Contrato Azuay 2022.

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|-------------------------------------|-----------------------|------------|-------------------|------------|
| FREIRE JARAMILLO MAURO | 2025 | 00249 | 11845,67 | 0,01% |
| JUAN CRISTOBAL VALDIVIESO VAZQUEZ | 5708 | 0105435184 | 5503,78 | 0,00% |
| OLIVER ERICK SARMIENTO CONTRERAS | 5568 | 0105285712 | 2182,21 | 0,00% |
| RAMIREZ REYES JUAN CRISTOBAL | 4048 | 20048 | 1918,86 | 0,00% |
| RODRIGUEZ MOSQUERA MARGOTH VANESSA | 5912 | 0103643862 | 1774,89 | 0,00% |
| MARITZA DEL ROCIO CORDERO ASTUDILLO | 5619 | 0104482294 | 1647,31 | 0,00% |
| JOSUE GUSTAVO TORRES SERRANO | 5659 | 0104613898 | 1324,79 | 0,00% |
| RODRIGUEZ MUÑOZ ANA CRISTINA | 4668 | 10491 | 1201,77 | 0,00% |
| QUINTUÑA IDROVO MARIA DE LOURDES | 2040 | 0102291382 | 1162,54 | 0,00% |
| QUEZADA BERMEO NELLY SILVANA | 3858 | 20025 | 979,52 | 0,00% |
| TORAL AVILA JULIO ENRIQUE | 3646 | 20007 | 751,19 | 0,00% |
| SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE | 2026 | 00415 | 535,35 | 0,00% |
| RAMIREZ VELASQUEZ CARLOS ALBERTO | 4140 | 10376 | 460,68 | 0,00% |
| ALVAREZ PALACIOS PEDRO XAVIER | 4569 | 10462 | 446,42 | 0,00% |
| JARAMILLO ZAMBRANO HOLGER MAURICIO | 3884 | 20028 | 383,6 | 0,00% |
| POZO PAREDES ANDREA VIVIANA | 4108 | 0103448569 | 332,53 | 0,00% |
| PAUTA DELGADO SANTIAGO ESTEBAN | 3687 | 0103138400 | 316,09 | 0,00% |
| ORTEGA CORDERO JUAN SEBASTIAN | 2036 | 00823 | 247,87 | 0,00% |
| LOYOLA RODRIGUEZ EDWIN | 4522 | 10453 | 242,05 | 0,00% |
| ASTUDILLO TRELLES TAMARA | 4516 | 10442 | 203,39 | 0,00% |

Figura55.

Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Garantías aduaneras Azuay 2022.

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|---|-----------------------|------------|-------------------|------------|
| CAMACHO ABAD CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 1460 | 00789 | 9000 | 0,02% |
| CALATAYUD CIA. LTDA. | 1459 | 00788 | 2798,33 | 0,01% |
| BYPSA S.A. | 1443 | 00328 | 2677,5 | 0,01% |
| VEGAMON S.A. | 1444 | 00364 | 1654 | 0,00% |
| CONSERIESGOS CIA. LTDA. | 1465 | 10047 | 1575 | 0,00% |
| SERINCO AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S.A | 4058 | 20044 | 560,08 | 0,00% |
| DELTABROKERS CIA. LTDA. | 2761 | 20002 | 114 | 0,00% |
| INTERACACIA CIA. LTDA. | 1463 | 00819 | 95,88 | 0,00% |
| SEQUIDAD CIA. LTDA. | 2759 | 20001 | 62,07 | 0,00% |
| GALISEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3394 | 20004 | 25,62 | 0,00% |

Figura56.

*Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Garantías Aduaneras
Azúay 2022.*

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|------------------------------------|-----------------------|------------|-------------------|------------|
| ASTUDILLO TRELLES TAMARA | 4516 | 10442 | 144 | 0,00% |
| JARAMILLO ZAMBRANO HOLGER MAURICIO | 3884 | 20028 | 62,6 | 0,00% |
| VINTIMILLA ROJAS ROSA INES | 4037 | 20046 | 50,95 | 0,00% |
| SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE | 2026 | 00415 | 32 | 0,00% |

Figura57.

*Valor de comisión agencias asesoras productoras de seguros para Seriedad de la Oferta
Azúay 2022.*

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|---|-----------------------|---------------|-------------------|------------|
| DELTABROKERS CIA. LTDA. | 2761 | 20002 | 837,5 | 0,00% |
| EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA | 3806 | 20020 | 29,59 | 0,00% |
| WELBY ASESOR PRODUCTOR DE SEGUROS CIA LTDA. | 5623 | 0190501442001 | 17 | 0,00% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS SOSBROKER CIA.LTDA. | 4584 | 10472 | 15,4 | 0,00% |
| INTERACACIA CIA. LTDA. | 1463 | 00819 | 8,68 | 0,00% |

Figura58.

*Valor de comisión agente de seguros sin relación de dependencia para Seriedad de la Oferta
Azúay 2022.*

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|----------------------------------|-----------------------|------------|-------------------|------------|
| TALBOT CARRION WILSON | 2027 | 00453 | 56136,26 | 0,23% |
| RAMIREZ VELASQUEZ CARLOS ALBERTO | 4140 | 10376 | 26,4 | 0,00% |

Para el análisis de ingresos de la venta del año 1, se tomará en cuenta el resultado de la encuesta de la pregunta acerca del grado de satisfacción.

En este caso se tuvieron 4 opciones de respuesta: Satisfecho, Medianamente Satisfecho, Poco Satisfecho y No tengo asesor de seguros.

Las últimas 3 opciones suponen una oportunidad de mercado. En la opción medianamente satisfecho donde se obtuvo un porcentaje del 35,8% de los encuestados, se tomará como oportunidad la mitad de ese porcentaje, debido a la planificación de marketing que se ha desarrollado en el apartado 11, es decir un 17,90%, para la respuesta poco satisfecho se tuvo un porcentaje de 16%, en este caso se tomará un 60% de ese valor resultando en 9,60%. Finalmente, para “no tiene asesor”, se tomará un valor de 5.44%, que es un 40% del resultado. La suma de los porcentajes será lo considerado como demanda insatisfecha, que resulta un valor de 32,94%, esto multiplicado a las comisiones totales percibidas por el ramo en el 2022 resulta en un valor de \$142.780,95 que serán las ventas para el año 1.

Para el área de recursos humanos, se contará con 5 personas, integrantes del presente proyecto, quienes desarrollarán las diversas actividades de la organización, detalladas en el apartado 12. Cada persona recibirá \$800 de salario al mes.

En la siguiente tabla se ha determinado el valor real a recibir por salarios considerando décimo tercero, cuarto, vacaciones, aportes personal y patronal y fondos de reserva.

Tabla 5.*Cálculo de Sueldos.*

| | |
|-----------------------------|--------------------|
| SALARIO | \$800,00 |
| HORAS EXTRAS | \$- |
| 13 | \$66,67 |
| 14 | \$66,67 |
| VACACIONES | \$33,33 |
| APORTE PATRONAL | \$97,20 |
| APORTE PERSONAL | \$75,60 |
| FONDOS RESERVA | \$- |
| SUB. SUELDO | \$1.063,87 |
| ANUAL | \$12.766,40 |
| ANUAL POR 5 PERSONAS | \$63.832,00 |

Se tomará en cuenta como crecimiento empresarial al valor de la inflación promedio de enero a junio del año 2023, que se observa en la siguiente imagen, obteniendo un 2.495% (Banco Central del Ecuador, 2023).

Figura 59.*Índice de Precios al Consumidor 2023*

| | | 4.2.1a ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Índice, 2014=100; variación anual, mensual y acumulada | | | |
|-------------|---------|--|----------------------|---------|-----------|
| Período | | TOTAL Ponderación: 100.0% | | | |
| | | Índice | Variación porcentual | | |
| | | | Anual | Mensual | Acumulada |
| 2023 | Enero | 110,36 | 3,12 | 0,12 | 0,12 |
| | Febrero | 110,38 | 2,90 | 0,02 | 0,14 |
| | Marzo | 110,45 | 2,85 | 0,06 | 0,20 |
| | Abril | 110,67 | 2,44 | 0,20 | 0,40 |
| | Mayo | 110,77 | 1,97 | 0,09 | 0,49 |
| | Junio | 111,18 | 1,69 | 0,37 | 0,87 |

Para la inversión inicial se considerarán los valores de compra de laptops con características adecuadas para el trabajo a realizar, Laptops HP 14" HD CORE I5-1135G7, 8GB RAM, 256GB, con un valor de \$500 más IVA cada una (NOVICOMPU, 2023). Son 5 unidades, eso quiere decir \$2500 en total.

Para el valor de computadores, se considerará la siguiente tabla como depreciación.

Tabla 6.

Depreciación equipos de computación.

| PERÍODOS | DEP | DEP. ACUM | VALOR EN LIBROS |
|----------|----------|--------------|--------------------|
| 0 | | | \$2.500,00 |
| 1 | \$833,33 | \$833,33 | \$1.666,67 |
| 2 | \$833,33 | \$1.666,67 | \$833,33 |
| 3 | \$833,33 | \$2.500,00 | \$- |

Se considerará un valor de \$900 más IVA, como gastos de constitución, la denominación será Compañía Limitada, según la proforma recibida por parte de la empresa LEXCÍAS (LEXCÍAS, 2023).

Además, se tendrá un valor de \$1350, para las certificaciones que requiere la compañía para poder brindar los servicios como asesor de seguros.

Para el lanzamiento de la nueva organización, se contemplará un gasto de \$5000 más impuestos, donde se contemplan gastos de marketing y de plataforma.

Dentro de los gastos fijos a considerar se encuentran los planes móviles; se trabajará con telefonía CLARO, quienes ofrecen varios planes, se considerará contratar el plan “15 sin límites”, este plan tiene un valor unitario de \$15 más impuestos (CLARO ECUADOR, 2023).

Se considerará implementar planes de internet, así mismo, para las 5 personas, se optará por la modalidad teletrabajo. El plan de internet por 500 megas, cada uno tiene un valor de \$49.10 por persona, con el proveedor seleccionado (XTRIM, 2023).

Se tendrá el gasto anual de dominio, hosting y página web, se trabajará con el proveedor Dominios Ecuador, quien propone un valor de \$190 (DOMINIOS ECUADOR, 2023).

Para la plataforma, que es el factor diferenciador del presente plan de negocios, se ha considerado a CAI WORLD, la empresa ecuatoriana autorizada a proveer los servicios de dicha plataforma es VERITAS CDIS, el valor anual cotizado que incluye 100GB y 2 administradores es de \$1440 más impuestos, sin embargo este valor es un gasto mensual que se considerará más adelante (VERITAS CEDIS, 2023).

El valor por firma electrónica anual es \$22.40 con el proveedor Security Data (Security Data, 2023).

En los gastos mensuales de contabilidad se considerará el dato que nos ha proporcionado la empresa Arista de \$200 (Arista Global Ecuador, 2023).

Adicional, se considerará un valor de \$918, por concepto de responsabilidad civil, en caso de que alguno de los clientes no esté satisfecho con el servicio y se deba afrontar algún tipo de demanda.

En la tabla a continuación se resumen los valores por inversión inicial.

Tabla 7.

Resumen de valores por inversión inicial.

| Gastos | Cantidad | Unitario | Total | Anual |
|------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|--------------------|
| Plan celular | 5 | \$15,00 | \$75,00 | \$900,00 |
| Plan internet | 5 | \$49,10 | \$245,50 | \$2.946,00 |
| Dominio host | 1 | | | \$190,00 |
| Firma electrónica | 1 | | | \$22,40 |
| Póliza | 1 | | | \$918,00 |
| Responsabilidad Civil | | | | |
| Profesional | | | | |
| Contabilidad | 1 | | \$200,00 | \$2.400,00 |
| TOTAL | | | | \$ 7.376,40 |

En la tabla que sigue, se muestra un resumen del presupuesto o de situación inicial, se considerará un apalancamiento financiero de la mitad de la inversión total, y la otra mitad será cubierta por los accionistas. Para caja bancos, se toma en cuenta un valor a cubrir de 3 meses de salarios de todo el personal.

Tabla 8.*Estado de situación inicial.*

| ACTIVOS CORRIENTES | | PASIVOS CORRIENTES | |
|--------------------------------------|--------------------|--|-------------|
| CAJA Y BANCOS | \$15.958,00 | SALARIOS | |
| Sub. Total Activos Corrientes | \$15.958,00 | Sub. Total Pasivos Corrientes | |
| ACTIVOS FIJOS | | PASIVOS NO CORRIENTES / A LARGO PLAZO | |
| Equipos de computación | \$2.500,00 | Préstamo | \$12.854,00 |
| Sub. Total Activos Fijos | \$2.500,00 | Sub. Total Pasivos No Corrientes | \$12.854,00 |
| OTROS ACTIVOS | | PATRIMONIO | |
| Gastos de constitución | \$2.250,00 | ACTIVOS - PASIVOS | \$12.854,00 |
| Lanzamiento | \$5.000,00 | | |
| SUB TOTAL OTROS ACTIVOS | \$7.250,00 | | |
| TOTAL ACTIVOS (INVERSIÓN) | \$25.708,00 | | |

Para el financiamiento se tomará una tasa de interés del 16.77%, de acuerdo con el Banco del Pichincha para el año 2023 (BANCO PICHINCHA, 2023).

El préstamo que se solicitará se pagará a 3 años (36 meses).

En la siguiente tabla se encuentra un resumen de la inversión total vs. Pasivos a largo plazo (préstamo) y patrimonio.

Tabla 9.

Inversión inicial, Pasivo a largo plazo y Patrimonio.

| CONCEPTO | VALOR | PORCENTAJE |
|-----------------------------|-------------|------------|
| INVERSIÓN TOTAL | \$25.708,00 | 100% |
| PASIVOS A LARGO PLAZO | \$12.854,00 | 50,00% |
| PATRIMONIO | \$12.854,00 | 50,00% |

Figura 60.

Financiamiento.

**Tabla 10.**

Valores para amortización resumen

| | | | |
|------------------------|-------------|---------------------|-------|
| CAPITAL | \$12.854,00 | | |
| TASA DE INTERÉS | 16,77% | INTERÉS /12: | 0,014 |
| AÑOS | 3 | MESES: | 36 |

A continuación, se muestra la tabla de amortización para el préstamo en mención.

Tabla 11.*Tabla de amortización.*

| Períodos | Capital | Interés | Cuota | Capital pagado | Intereses pagados anual | Cuota fija anual |
|--------------|--------------|----------|----------|----------------|-------------------------|--------------------|
| 1 | \$ 12.854,00 | \$179,63 | \$456,81 | \$277,18 | | |
| 2 | \$12.576,82 | \$175,76 | \$456,81 | \$281,05 | | |
| 3 | \$12.295,78 | \$171,83 | \$456,81 | \$284,98 | | |
| 4 | \$12.010,80 | \$167,85 | \$456,81 | \$288,96 | | |
| 5 | \$11.721,84 | \$163,81 | \$456,81 | \$293,00 | | |
| 6 | \$11.428,84 | \$159,72 | \$456,81 | \$297,09 | | |
| 7 | \$11.131,75 | \$155,57 | \$456,81 | \$301,24 | | |
| 8 | \$10.830,51 | \$151,36 | \$456,81 | \$305,45 | | |
| 9 | \$10.525,05 | \$147,09 | \$456,81 | \$309,72 | | |
| 10 | \$10.215,33 | \$142,76 | \$456,81 | \$314,05 | | |
| 11 | \$9.901,28 | \$138,37 | \$456,81 | \$318,44 | | |
| 12 | \$9.582,84 | \$133,92 | \$456,81 | \$322,89 | \$1.887,67 | \$3.594,05 |
| 13 | \$9.259,95 | \$129,41 | \$456,81 | \$327,40 | | |
| 14 | \$8.932,55 | \$124,83 | \$456,81 | \$331,98 | | |
| 15 | \$8.600,57 | \$120,19 | \$456,81 | \$336,62 | | |
| 16 | \$8.263,95 | \$115,49 | \$456,81 | \$341,32 | | |
| 17 | \$7.922,63 | \$110,72 | \$456,81 | \$346,09 | | |
| 18 | \$7.576,54 | \$105,88 | \$456,81 | \$350,93 | | |
| 19 | \$7.225,61 | \$100,98 | \$456,81 | \$355,83 | | |
| 20 | \$6.869,78 | \$96,01 | \$456,81 | \$360,80 | | |
| 21 | \$6.508,97 | \$90,96 | \$456,81 | \$365,85 | | |
| 22 | \$6.143,13 | \$85,85 | \$456,81 | \$370,96 | | |
| 23 | \$5.772,17 | \$80,67 | \$456,81 | \$376,14 | | |
| 24 | \$5.396,02 | \$75,41 | \$456,81 | \$381,40 | \$1.236,39 | \$4.245,33 |
| 25 | \$5.014,62 | \$70,08 | \$456,81 | \$386,73 | | |
| 26 | \$4.627,89 | \$64,67 | \$456,81 | \$392,14 | | |
| 27 | \$4.235,76 | \$59,19 | \$456,81 | \$397,62 | | |
| 28 | \$3.838,14 | \$53,64 | \$456,81 | \$403,17 | | |
| 29 | \$3.434,97 | \$48,00 | \$456,81 | \$408,81 | | |
| 30 | \$3.026,16 | \$42,29 | \$456,81 | \$414,52 | | |
| 31 | \$2.611,64 | \$36,50 | \$456,81 | \$420,31 | | |
| 32 | \$2.191,33 | \$30,62 | \$456,81 | \$426,19 | | |
| 33 | \$1.765,14 | \$24,67 | \$456,81 | \$432,14 | | |
| 34 | \$1.333,00 | \$18,63 | \$456,81 | \$438,18 | | |
| 35 | \$894,82 | \$12,51 | \$456,81 | \$444,31 | | |
| 36 | \$450,51 | \$6,30 | \$456,81 | \$450,51 | \$467,10 | \$5.014,62 |
| TOTAL | | | | | \$3.591,17 | \$12.854,00 |

Se considerarán 3 tipos de escenarios: para un escenario optimista se trabajará con un 21% de comisión sobre la prima para el bróker, que es el valor máximo con el que trabajan las aseguradoras, según la experiencia y la cartera de clientes del bróker, un escenario realista del 17% , que es el valor estándar, y por último, un escenario del 15%, que es el porcentaje más bajo que pagan las aseguradoras sobre la prima colocada (Aseguradora del Sur, 2023).

Figura 61.

Escenarios de porcentajes de comisiones.



En el caso del escenario optimista, por ejemplo, para lograr la comisión que se estableció como punto de partida, el bróker tuvo que haber colocado una prima de \$839.887,92 mediante una simple regla de tres.

Con este valor de prima de referencia, se obtendrán los valores en cada uno de los escenarios como se muestra:

Tabla 12.*Cálculo de ventas anuales en 3 escenarios.*

| Descripción | Escenario Optimista | Escenario Realista | Escenario Pesimista |
|---|----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Porcentaje comisión | 21% | 17% | 15% |
| Valor prima anual aproximada propuesta | | \$839.887,92 | |
| Total a recibir comisión anual (ventas) con 66% sobre el bróker referencial | \$176.376,46 | \$142.780,95 | \$125.983,19 |

Se observan los valores estimados de ventas para cada uno de los escenarios, considerando los porcentajes de comisión con los que actualmente trabajan las aseguradoras.

11. PLAN DE MARKETING

Para la implementación del presente proyecto, es indispensable contar con un plan de marketing que sirva como herramienta para definir claramente los objetivos a los que se desea llegar y que con ello se pueda elaborar una planificación de estrategias efectivas para el giro del negocio.

El plan de marketing corresponde a un documento, que se elabora en función de lo que requiera cada organización, donde se establecen los objetivos a los que se quiere llegar con el mismo, las técnicas que se utilizarán para alcanzarlos mediante los datos de mercado obtenidos y la planificación como tal con la que se ejecutará. Por lo general, este plan debe ser renovado cada año en función del mercado cambiante. (Miñarro, 2022).

La importancia de la elaboración del plan de marketing se debe a la información que se puede obtener de este documento mediante un monitoreo de la competencia, elaboración de buyer persona de los clientes ideales, control constante del mercado y sus preferencias, ejecución de acciones preventivas y correctivas sobre la gestión que se esté realizando, lo cual finalmente mejorará la toma de decisiones (Sánchez, 2020).

Las acciones que se realicen del marketing lograrán que las ventas se incrementen y se tengan mejores proyecciones financieras al finalizar cada período (Cámara de Madrid, 2021)

Figura 62.

Elementos del plan de marketing.



11.1 Establecimiento de Objetivos

Misión de la empresa:

"Brindar un servicio especializado de corretaje de seguros de fianzas en línea, en la Zona Austral del Ecuador, con enfoque en la satisfacción y confianza de nuestros clientes, esforzándonos en ofrecer soluciones personalizadas y eficientes, apoyados por un equipo altamente capacitado y comprometido, que se mantiene actualizado en las últimas tendencias y regulaciones del mercado. Buscamos generar alianzas estratégicas con entidades locales para ampliar nuestro alcance y ser reconocidos por la agilidad, calidad de servicio y efectividad en la obtención de pólizas de fianzas."

Visión de la empresa:

"Posicionarnos como el líder indiscutible en el sector de corretaje de seguros de fianzas en la Zona Austral del Ecuador para el año 2027. Aspiramos a captar una cuota significativa del mercado, alcanzando el 34% de la demanda insatisfecha y generando un

crecimiento anual en ventas y participación en el mercado, buscando destacar por nuestra excelencia en el servicio al cliente, por la implementación de tecnologías avanzadas, como la plataforma CAI WORLD, y por ser reconocidos como referentes en el mercado asegurador, debido a nuestra confianza, transparencia y efectividad en los procesos."

Objetivo General:

Posicionar al bróker de seguros de fianza como líder en la Zona Austral del Ecuador, captando una cuota de mercado significativa del 56%, en función de la demanda insatisfecha, para poder generar un crecimiento anual en ventas y participación en el mercado.

Objetivos Específicos:

Producto: Implementar la plataforma CAI WORLD en las operaciones del bróker de seguros de fianza para que los clientes puedan elaborar sus transacciones en líneas en un 90% y no solamente de manera presencial, mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con el proveedor del producto a largo plazo.

Precio: Negociar condiciones especiales para nuestros clientes. Para establecer y establecer acuerdos de pago (precio / cobro de comisiones) con las aseguradoras.

Plaza: Establecer una red de distribución del servicio eficiente que cubra la zona Austral, incluyendo la posibilidad de reuniones físicas a través del alquiler de salas coworking y además la elaboración de trámites de manera digital, mediante la plataforma en línea que facilite la adquisición de los seguros de fianza.

Promoción: Incrementar en un 20% el reconocimiento de la marca del bróker de seguros de fianza en la zona Austral, y en otras regiones del país, mediante el seguimiento mensual de la interacción en canales de comunicación físicos y digitales.

Proceso: Establecer un proceso de emisión de seguros de fianza que sea ágil y

eficiente, con la utilización de las herramientas digitales, como la plataforma en línea y los canales de comunicación digitales.

Entorno Físico: Seleccionar una sala de coworking para que se pueda dar la opción al cliente de que se reúna con el bróker de seguros cuando no desee que se le visite o utilizar la plataforma en línea, esta sala debe contar con las herramientas necesarias para establecer reuniones.

Personal: Contar con personal capacitado y certificado, que tenga conocimiento amplio sobre el ramo de seguros de fianza especializado en compras públicas, para ofrecer al cliente un asesoramiento adecuado.

11.2 Criterios de Marketing

Para la creación del bróker de seguros de fianza propuesto es indispensable tomar en cuenta los criterios de marketing de segmentación de mercado y conocimiento de las preferencias de los clientes, definición de la propuesta de valor, posicionamiento de la marca, estrategias de marketing, canales de comunicación y presupuesto asignado (COMUNICARE, 2019).

Figura 63.

Criterios a considerar para la elaboración del plan de marketing.



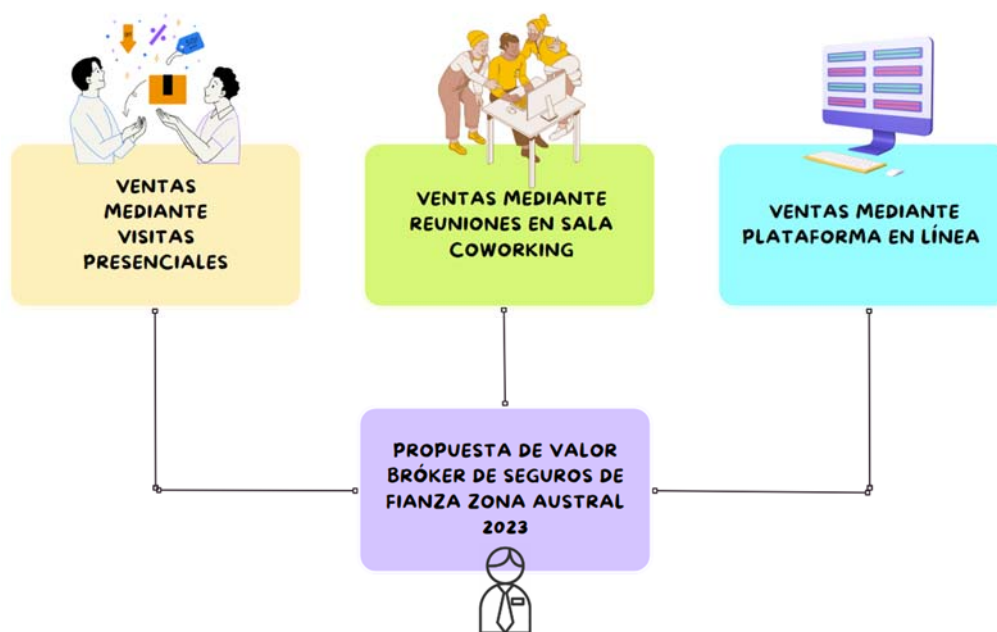
Segmentación de mercado: El mercado meta seleccionado corresponde a los proveedores de la zona Austral del Ecuador, que como parte de los requerimientos de sus clientes solicitarán la emisión de una póliza de seguros de fianza; se tomará en cuenta la demanda insatisfecha de acuerdo con las encuestas elaboradas al público objetivo.

Además de contar con las ventas tradicionales que abarcan el mercado objetivo seleccionado, también se sumarán las generaciones millennials y centennials, que están más familiarizados con la transformación digital y que exigen hoy en día en sus procesos contar con procedimientos de compra en línea.

Propuesta de valor: Ofrecer un servicio personalizado que además de brindar visitas presenciales o posibilidad de reuniones en una sala de coworking, se puedan obtener las pólizas requeridas a través de la plataforma en línea CAI WORLD.

Figura 64.

Propuesta de valor para el bróker de seguros de fianza Zona Austral 2023.



Estrategias de Marketing: Establecer una identidad de marca sólida, fundamentada por la confianza y profesionalismo que ofrecerá el bróker en sus servicios e implementar una estrategia de marketing de contenidos para generar leads.

Canales de comunicación: Crear un sitio web, establecer una presencia activa en redes sociales, realización de eventos en el sector para promocionar la marca y los servicios.

Posicionamiento de la marca: Lograr reconocimiento por parte de los clientes por la agilidad, fluidez de comunicación y efectividad en los procesos de obtención de la póliza.

Presupuesto: Asignar un presupuesto anual en las actividades relacionadas al marketing.

Medición: Evaluar a través de indicadores el éxito del plan de marketing evaluando mensualmente: el porcentaje de incremento de ventas, el número de reclamaciones de los clientes, el número de visitas a los potenciales clientes, el número de clics en la página web y redes sociales, evaluación de cookies.

11.3 Aplicación del Marketing Mix Profesional

Consiste en gestionar de manera estratégica los aspectos del producto, precio, plaza y promoción de tal manera que facilite el cumplimiento de los objetivos relacionados a la venta, atracción y retención de los clientes, estableciendo una ventaja competitiva en el mercado asegurador

Producto: a continuación, se detallan los aspectos más importantes a considerar en el producto

Formación: el cliente puede acceder al glosario, definiciones, conceptos, normativas y leyes vigentes para el tipo de póliza de seguros, adicional encontrará tips para el entendimiento de la póliza de seguros de fianza de manera autónoma.

Cotización - oferta de seguros: El cliente tiene acceso al catálogo o gama de los seguros de fianzas como, Seguros de fiel cumplimiento de contrato, Buen uso del anticipo, Seriedad de oferta, Garantía aduanera, con diferentes compañías de seguros la oferta que recibe compara los costos, facilidades de pagos y demás condiciones relevantes.

Asesoría en la redacción de contratos: En la etapa de suscripción que consiste en el proceso de análisis, diseño de la póliza de seguros, principales factores para la emisión de la póliza como el objeto del contrato, tiempo de vigencia, tipo de garantía, entre otras.

Agenciamiento con las principales compañías de seguros: Se refiere a las alianzas

contractuales y comerciales, con aseguradoras que han reportado mejores resultados técnicos y de rentabilidad en el mercado, y por supuesto que deseen asumir los riesgos o emitir la póliza de seguros.

Precio:

Mediante acuerdos y negociaciones comerciales con las aseguradoras, se establece precios competitivos como resultado de las tasas especiales (factor para calcular el costo del seguro) para los segmentos de preferencia de las compañías de seguros y que se selecciona de la cartera o portafolio de clientes del bróker.

Además del portafolio de clientes, gracias a uno de los aspectos del producto relacionado a la “suscripción del riesgo”, se facilita un proceso operativo a la aseguradora ,ya que consiste en filtrar y remitir negocios de interés y viables, las aseguradoras disminuyen esfuerzos relacionados y trasladan este costo operativo al incremento de la comisión del bróker lo que contribuye al beneficio deseado.

Plaza (Distribución): La forma en que los productos de seguros se ponen a disposición de los clientes a través de canales de distribución en línea, como sitio web, plataformas digitales, coworking, visitas presenciales en campo para que los clientes puedan solicitar seguros a su conveniencia y alcance.

Promoción: Para dar a conocer los productos y servicios de seguros del bróker se utilizan las estrategias de marketing para llegar al objetivo público acorde a su generación, ubicación, disponibilidad, entre otros. Esto engloba estrategias de promoción en plataformas digitales y convencionales, gestión de la imagen pública, promoción en redes sociales, participación en eventos de la industria y asociaciones con otras compañías o expertos del ámbito de los seguros. Para tener éxito en la promoción de fianzas en la zona austral del Ecuador, es crucial comprender las características únicas de la región y adaptar las estrategias

en consecuencia. Al combinar enfoques en línea y fuera de línea, junto con un compromiso genuino con las necesidades de la comunidad local, permitirá estar en una posición sólida para establecer la presencia como un profesional confiable y respetado en el mercado de seguros y fianzas.

11.4 Producto

A través de las encuestas realizadas, se ha logrado determinar qué segmentos del sector productivo es aquel que se desea alcanzar con el servicio de corretaje de seguros de fianzas. Dentro de este análisis, se ha logrado identificar que quienes hacen uso de este servicio son personas naturales o jurídicas que deseen contratar con el estado, ya que, para esto, deben cumplir ciertos requisitos precontractuales para ser adjudicatarios de estos, y parte de dichos requisitos esta la presentación de pólizas de fianzas que garanticen el cabal cumplimiento de un contrato.

Los ramos en los que se operará serán:

Buen Uso de Anticipo

Fiel Cumplimiento de contrato

Garantía Técnica

Garantía Aduanera

Buena Calidad de Materiales

Buen Uso de Carta de crédito

Tabla 13.*Matriz de Producto*

| DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO | | | | | | | |
|--|----------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-----------------|-----------------|--|
| Estrategia | | | | | | | |
| 1.1. Formación: el cliente puede acceder al glosario, definiciones, conceptos, normativas y leyes vigentes para el tipo de póliza de seguros, adicional encontrará tips para el entendimiento de la póliza de seguros de fianza de manera autónoma. | | | | | | | |
| 1.2. Cotización - oferta de seguros. El cliente tiene acceso al catálogo o gama de los seguros de fianzas como, Seguros de fiel cumplimiento de contrato, Buen uso del anticipo, Seriedad de oferta, Garantía aduanera, con diferentes compañías de seguros la oferta que recibe, compara los costos, facilidades de pagos y demás condiciones relevantes. | | | | | | | |
| 1.3. Asesoría en la redacción de contratos. En la etapa de suscripción, que consiste en el proceso de análisis, diseño de la póliza de seguros, principales factores para la emisión de la póliza como el objeto del contrato, tiempo de vigencia, tipo de garantía, entre otras. | | | | | | | |
| 1.4. Agenciamiento con las principales compañías de seguros, se refiere a las alianzas contractuales y comerciales, con aseguradoras que han reportado mejores resultados técnicos y de rentabilidad en el mercado, y por supuesto que deseen asumir los riesgos o emitir la póliza de seguros. | | | | | | | |
| Objetivo | | | | | | | |
| Implementar la plataforma CAI WORLD en las operaciones del bróker de seguros de fianza para que los clientes puedan elaborar sus transacciones en líneas en un 90% y no solamente de manera presencial, mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con el proveedor del producto a largo plazo. | | | | | | | |
| Subproyecto / Actividades | Resultado esperado (meta) | Frecuencia | Indicadores | Responsables | Comienzo | Duración | Desarrollo de las actividades |
| | | | | | | | Ene Jul - Ene Jul - Ene - Jun Dic - Jun Dic - Jun |

| | | | | | | 2024 | 2024 | 2025 | 2025 | 2026 |
|------------|---|--|-----------|-----------------------------------|----------------------|----------|----------|------|------|------|
| 1.1 | Asesoría gratuita en compras públicas | Plataforma en línea para asesorías permanentes, 16 horas al mes | Continuo | No. de asistentes conectados | Broker | ene-2024 | 12 meses | | | |
| 1.2 | Implementación de herramienta de cotización - información sobre seguros de fianza | Plataforma en línea para compartir información, 8 horas al mes | Continuo | No. de cotizaciones mensuales | Broker | ene-2024 | 12 meses | | | |
| 1.3 | Administración de las cuentas incluye capacitación de nuevas tendencias y herramientas en la plataforma - catálogo de productos | Plataforma en línea para impartir capacitaciones, 8 horas al mes | Continuo | No. de asistentes conectados | Broker | ene-2024 | 12 meses | | | |
| 1.4 | Elaboración de video y/o manual | Video informativo y/o manual del uso de la herramienta web | Semestral | No. de visualizaciones | Marketing | ene-2024 | 15 días | | | |
| 1.5 | Elaboración de un plan de negocios | A través de los principales socios estratégicos se elaborará el plan de negocios | semestral | No. de contratos de agenciamiento | Broker - Aseguradora | ene-2024 | 15 días | | | |

11.5 Precio

Es indispensable mencionar que el servicio de bróker de seguros es un servicio sin costo para el cliente final, pues los ingresos que se perciben se derivarán de las comisiones que se reciba de las compañías de seguros, sobre negocio colocado, de acuerdo a la negociación en la firma del contrato de agenciamiento.

Se ha realizado un estudio de las compañías de seguros que operan en el ramo en la zona, de las cuales las que están activas son:

Aseguradora del Sur: Comisión promedio 17%

Seguros Confianza: Comisión promedio 15%

Seguros Equinoccial: Comisión promedio 17%

Sweaden Seguros: Comisión promedio 17%

Por otro lado, se ha validado con la información anteriormente detallada y los brokers que dedican sus operaciones en el ramo en la zona escogida son:

Interacacia: Ingresos año 2022 aproximadamente \$ 72.815,00 (persona jurídica)

Recoyse: Ingresos año 2022 aproximadamente \$ 34.047,00 (persona jurídica) Freire

Jaramillo Mauro: Ingresos año 2022 aproximadamente \$ 50.313,00 (persona natural)

Tabla 14*Matriz de Precio*

| DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO | | | | | | | | | | | |
|---|--|--------------------------|---|--------------------------|----------|----------|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Estrategia | | | | | | | | | | | |
| 1. Mediante acuerdos y negociaciones comerciales con las aseguradoras, se establece precios competitivos como resultado de las tasas especiales (factor para calcular el costo del seguro) para los segmentos de preferencia de las compañías de seguros y que se selecciona de la cartera o portafolio de clientes del bróker. | | | | | | | | | | | |
| Objetivo | | | | | | | | | | | |
| Negociar condiciones especiales para nuestros clientes. Para establecer acuerdos de pago (precio / cobro de comisiones) con las aseguradoras. | | | | | | | | | | | |
| Subproyecto / Actividades | Resultado esperado (meta) | Frecuencia | Indicadores | Responsables | Comienzo | Duración | Desarrollo de las actividades | | | | |
| | | | | | | | Ene - Jun | Jul - Dic | Ene - Jun | Jul - Dic | Ene - Jun |
| | | | | | | | 2024 | 2024 | 2025 | 2025 | 2026 |
| 1.1 Contrato de agenciamie nto | Acuerdo y negociacion es con compañías de seguros, 16 horas al año | Inicio de operaciones | No. de contratos de agenciamie nto | Broker / Aseguradoras | ene-2024 | 15 días | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----|--|---|-------|-----------------------------------|-----------------------|----------|---------|
| 1.2 | Elaboración de un plan de negocios / Negociaciones comerciales | A través de los principales socios estratégicos, se elaborará el plan de negocios 16 horas al año que incrementa el porcentaje de comisión y disminuya el costo para el cliente, así como la actualización de información regulatoria del ente de control | Anual | No. de contratos de agenciamiento | Broker / Aseguradoras | ene-2024 | 45 días |
|-----|--|---|-------|-----------------------------------|-----------------------|----------|---------|

11.6 Plaza

Dentro del análisis del marketing mix, la plaza se refiere a la estrategia de distribución y ubicación del producto o servicio. En el caso de una empresa de servicios como un bróker de seguros especializado en fianzas en línea en la zona Austral de Ecuador, los aspectos a considerar con relación a la plaza son:

Canales de distribución: La empresa utiliza canales de distribución digitales, como su sitio web o la plataforma de trabajo colaborativo bajo licenciamiento en línea, para llegar a los clientes en la zona Austral de Ecuador. Además, se considera asociarse con otras aseguradoras que ofrezcan el servicio de emisión de pólizas de fianzas para ampliar su alcance.

Ubicación física: Aunque el servicio se brinde en línea, la empresa empleará un servicio de coworking como ubicación física en la zona Austral de Ecuador, para atender consultas y reuniones con los clientes que prefieran el contacto personal, además de su oficina virtual.

Accesibilidad: La empresa se asegura de que su plataforma en línea es fácilmente accesible para los clientes en la zona Austral de Ecuador, a través de su página web optimizada, con un proceso de registro y solicitud de servicio sencillo e intuitivo.

Con la meta de consolidar y robustecer la presencia en el mercado, se debe:

Realizar alianzas estratégicas: Para ampliar su presencia en la zona Austral de Ecuador, la empresa establece alianzas estratégicas con entidades locales, como instituciones financieras, agentes de bienes raíces o empresas de construcción. Esta colaboración ayuda a aumentar la exposición de la empresa y a captar clientes potenciales.

Segmentación de mercado: Se ha identificado los segmentos de mercado más relevantes en la zona Austral de Ecuador. Como ejemplo, el foco estará en empresas constructoras, contratistas del estado o proveedores de servicios diversos con entidades públicas, que requieran fianzas para cumplir el requisito de los contratos que definen sus proyectos. Al comprender las necesidades y características de cada segmento, la empresa puede adaptar su oferta y estrategias de marketing de manera más efectiva.

Tabla 15.

Matriz de Plaza

| DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO | | | | | | | | | | | |
|--|--|------------|-----------------------------------|--------------|--|----------|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Estrategia | | | | | | | | | | | |
| 1. Planteamos una estrategia de plaza que busca garantizar la disponibilidad y accesibilidad de nuestros productos de seguros, a través de una amplia gama de canales de distribución en línea, como sitio web, plataformas digitales, coworking, visitas presenciales en campo, para que los clientes puedan solicitar seguros a su conveniencia y alcance. | | | | | Este proyecto tiene como objetivo la creación de un bróker de fianza en línea que ofrecerá servicios de seguros de fianza en la zona Austral de Ecuador en línea, a través de canales de distribución, la estrategia de plaza tiene un enfoque que se basará en brindar a los clientes una experiencia conveniente y accesible, permitiéndoles solicitar y gestionar sus pólizas de fianza de manera ágil y eficiente. | | | | | | |
| Objetivo | | | | | | | | | | | |
| Establecer una red de distribución del servicio eficiente que cubra la zona Austral incluyendo la posibilidad de reuniones físicas a través del alquiler de salas coworking y además la elaboración de trámites de manera digital mediante la plataforma en línea, que facilite la adquisición de los seguros de fianza. | | | | | | | | | | | |
| Subproyecto / Actividades | Resultado esperado (meta) | Frecuencia | Indicadores | Responsables | Comienzo | Duración | Desarrollo de las actividades | | | | |
| | | | | | | | Ene - Jun | Jul - Dic | Ene - Jun | Jul - Dic | Ene - Jun |
| | | | | | | | 2024 | 2024 | 2025 | 2025 | 2026 |
| 1.1 Plataforma CAI WORLD | Plataforma para cotizaciones, información sobre estado | CONTINUO | No. de cotizaciones en plataforma | Broker | ene- 2024 | 12 meses | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------|---------------------------------------|--|----------|----------------------------------|--------|-----------|----------|
| | | de trámite, capacitaciones | | | | | |
| 1.2 | Alquiler sala coworking | Se realizarán reuniones con clientes o con el personal | CONTINUO | No. de reuniones mensuales | Broker | ene- 2024 | 12 meses |
| 1.3 | Visitas presenciales a clientes | Se realizarán visitas en oficina y/o en campo, 4 horas mensuales y gastos de movilización | CONTINUO | No. de visitas mensuales | Broker | ene- 2024 | 12 meses |

11.7 Promoción

Estrategia de marketing: Se define una estrategia de marketing efectiva para promocionar los servicios del bróker, la misma que deberá incluir publicidad en línea y fuera de línea, con presencia en redes sociales como Facebook e Instagram, relaciones públicas con gestores del sector asegurador, participación en eventos de la industria de la construcción quienes son los principales usuarios de este servicio, colaboraciones con otras empresas y el uso efectivo de las redes sociales de estas organizaciones que permitan conectar y por supuesto reforzar el posicionamiento.

Para dar a conocer el servicio que se desea dar a la comercialización del seguro de fianzas, cada elemento de identidad visual desempeña un papel crucial en la percepción y confianza que los clientes depositan en una empresa. En este contexto, el proceso de diseño y selección de colores para el logo de el bróker ha sido minuciosamente planificado y ejecutado. La elección de la gama de colores azul, blanco, verde y negro no ha sido realizado por mera casualidad, sino una decisión estratégica que refleja los valores y compromisos de nuestra firma.

Azul: Profesionalismo y Confianza

El color azul ha sido elegido como el color principal en el logo, debido a su asociación con el profesionalismo, la confianza y la estabilidad. Estas cualidades son fundamentales en la industria de las fianzas, donde la seguridad financiera y la integridad son esenciales. El azul transmite una sensación de seriedad y experiencia, lo que reafirma nuestro compromiso de ser un socio confiable para los clientes en sus necesidades financieras.

Blanco: Transparencia y Pureza

El blanco, como color complementario en el logo, representa la transparencia y la

pureza. En un sector en el que la claridad y la honestidad son imperativos, el blanco simboliza la apertura en todas las transacciones y comunicaciones. Además, añade un elemento de simplicidad y elegancia, destacando dedicación a brindar soluciones financieras comprensibles y directas.

Verde: Crecimiento y Estabilidad Financiera

La inclusión del color verde en el logo está relacionada con el crecimiento y la estabilidad financiera. Así como la naturaleza evoluciona y florece, también lo hacen los activos y los portafolios financieros de los clientes. El verde evoca una sensación de prosperidad y desarrollo constante, lo que refleja el compromiso de guiar a los clientes hacia un futuro financiero sólido y prometedor.

Negro: Poder y Experiencia

El negro, empleado con moderación en el logo, añade una dosis de poder y experiencia. Siendo un color que denota autoridad y dominio, subraya una posición como líderes en el sector de las fianzas. El negro también simboliza la formalidad y la sofisticación, que recordará a los clientes que se manejarán sus asuntos financieros con la máxima competencia y cuidado.

En conjunto, la combinación de estos cuatro colores en nuestro logo transmite un mensaje integral. Representará la confiabilidad (azul), la honestidad (blanco), el crecimiento (verde) y la autoridad (negro). Cada vez que los clientes interactúen con este logo, se encuentran con un recordatorio visual del compromiso con su éxito y seguridad financiera.

Figura 65.*Isotipo Empresarial*

El slogan "Contrato Seguro" elegido para acompañar el logo del bróker de fianzas va mucho más allá de una simple combinación de palabras. Este enunciado se condensa en dos términos la esencia misma de la misión y el valor que aporta a los clientes en el mundo de las fianzas. A continuación, el significado y el mensaje profundo detrás de "Contrato Seguro":

1. Contrato: El término "Contrato" va más allá de un acuerdo legal o financiero.

Representa la base sólida sobre la cual se construyen relaciones de confianza y compromiso. En el contexto del bróker, denota la seguridad y la garantía que ofrecerá a los clientes a través de las soluciones financieras. Cada "contrato" que se establece es un vínculo de confianza que asegura que el bróker cumplirá con las promesas y protegerá los intereses de los clientes.

2. Seguro: El adjetivo "Seguro" refleja la principal prioridad: la protección y la seguridad de los activos y el bienestar de los clientes. Este término evoca la idea de resguardo, estabilidad y prevención de riesgos. "Seguro" significa que los clientes pueden

confiar en el para salvaguardar sus intereses financieros y tomar medidas informadas y efectivas para mitigar los posibles problemas. "Seguro" significa que los clientes pueden confiar en el bróker para salvaguardar sus intereses financieros y tomar medidas informadas y efectivas para mitigar los posibles problemas.

En Conjunto: Un Compromiso Inquebrantable

"Contrato Seguro" encapsula el compromiso inquebrantable de proporcionar soluciones financieras que vayan más allá de las transacciones ordinarias. Este slogan expresa el deseo de establecer relaciones duraderas y fructíferas con los clientes. Al decir "Contrato Seguro", se está asegurando que no solo se ofrece servicios financieros, sino que también se entrega tranquilidad y confianza en cada paso del camino.

Cada vez que los clientes vean este slogan, deben sentir la tranquilidad de saber que estará comprometido con su éxito financiero y la seguridad de sus activos. Además, refuerza la determinación de ser líderes en el sector de las fianzas, donde la integridad, la confianza y la seguridad son pilares fundamentales. "Contrato Seguro" es más que un simple slogan; es una promesa que mantendrá en cada interacción y en cada decisión que se tome en nombre de los clientes.

En resumen, la elección estratégica de la gama de colores azul, blanco, verde y negro en el diseño de nuestro logo no solo refleja la esencia que debe proyectar el bróker, sino que también comunica su visión y valores a través de una paleta de colores significativa.

Segmentación de mercado: A través de las encuestas realizadas, y basando las preferencias de usuario, es indispensable adaptar los mensajes de promoción a los diferentes segmentos del mercado objetivo que serán, por ejemplo, posible enfoque de publicidad en línea hacia los jóvenes profesionales y utilizar medios tradicionales, como anuncios en radio y televisión, para llegar a una audiencia más conservadora.

Diferenciación: Destacar los aspectos únicos del bróker de seguros es una gestión importante al gestionar los mensajes promocionales. El bróker deberá en cada una de sus actividades resaltar la experiencia en el equipo, no solo en la gestión de seguros, sino el conocimiento en contratación pública, la personalización de los servicios que se ofrecen dando un servicio ágil en la comparación de precios y beneficios que puede obtener con el abanico de opciones de las compañías de seguros que brinden el servicio de fianzas, entre otros elementos que puedan distinguirlo de la competencia.

Se busca posicionar la marca, atraer clientes potenciales y fomentar los atributos como la confianza en el bróker y para llegar al objetivo, se utilizarán las siguientes herramientas:

1. Participación en eventos locales: Asistir a ferias comerciales, exposiciones y eventos empresariales en la región es una oportunidad valiosa para establecer contactos directos con potenciales clientes. Estos encuentros permitirán no solo presentar los servicios, sino también entablar conversaciones personales que pueden llevar a relaciones comerciales a largo plazo.

2. Charlas y seminarios educativos: Organizar seminarios gratuitos sobre la importancia de las fianzas y los seguros en las diferentes industrias locales es una gestión efectiva para el acercamiento además de establecer la autoridad del bróker en el campo de las fianzas, adicionalmente optar por la educación a la audiencia acerca de las ventajas precisas y reales que pueden obtener al trabajar con un bróker especializado en el ramo.

3. Marketing en línea: El mundo digital es un espacio clave para conectarse con el público objetivo. La creación de un sitio web profesional y optimizado para SEO permitirá ser encontrado por aquellos que buscan los servicios de un bróker en línea. Además, la generación de contenido relevante a través de un blog proporcionará un recurso valioso para

los visitantes y aumentará la confianza en el servicio del bróker.

4. Redes sociales: Utilizar plataformas como Facebook, LinkedIn y Twitter para compartir contenido relacionado con el sector de seguros y fianzas permite mantener una presencia constante en línea. Participar activamente en conversaciones locales, responder a preguntas y compartir información relevante mostrará el compromiso con la comunidad y ayudará a construir una reputación sólida del bróker frente a los posibles clientes.

5. Alianzas estratégicas: Colaborar con agentes inmobiliarios, empresas constructoras y otros profesionales de la industria puede ser altamente beneficioso. Estas alianzas pueden llevar a referencias cruzadas, donde los colaboradores recomiendan a sus clientes y viceversa, creando una red de apoyo mutuo.

6. Publicidad local: Anunciar en medios locales, como periódicos comunitarios o emisoras de radio, es una forma efectiva de llegar directamente a la población de la zona. Estos medios suelen tener un alcance considerable en la comunidad y ayudarán a construir reconocimiento de marca a nivel local.

7. Testimonios y casos de éxito: Recolectar testimonios y crear estudios de caso que demuestren cómo los servicios han beneficiado a empresas locales puede ser una forma poderosa de generar confianza en la capacidad para entregar resultados reales.

8. Material impreso: Diseñar folletos y tarjetas de presentación profesionales brinda una herramienta tangible para dejar en lugares estratégicos, como oficinas de negocios, asociaciones comerciales y centros de reuniones. Estos materiales físicos pueden recordar a potenciales clientes la presencia y servicios del bróker.

9. Webinars y conferencias en línea: Organizar eventos en línea, como webinars y conferencias, brindará la oportunidad de llegar a un público más amplio sin restricciones geográficas. Esto no solo posicionará como un líder en la industria, sino que también

permitirá recopilar información de contacto valiosa para futuras interacciones.

10. Descuentos y promociones especiales: Ofrecer descuentos o paquetes promocionales exclusivos para la audiencia local puede ser una estrategia efectiva para llamar la atención de nuevos clientes y fomentar el interés en los servicios que se ofrecen.

Para el relacionamiento con clientes será necesario realizar material publicitario para las capacitaciones y presencia física con clientes potenciales, se considerará la elaboración de material al menos dos veces al año, para obtener mejores precios por mayoreo de elaboración:

Precios de referencia considerando un proveedor nacional: Tomatodo plástico de PVC con logo impreso full color de hasta 2,8cm de ancho x proporcional de alto. Precio por unidad \$ 2,24 a partir de las 250 unidades. Bolígrafo plástico color translúcido con mecanismo retráctil. Precio por unidad \$ 0,42 a partir de las 300 unidades. Agenda ecológica de 13,5 x 18 cm. Incluye bolígrafo, 50 hojas de línea. Precio por unidad \$ 2,30 a partir de las 50 unidades. Soporte para celular ecológico, innovador y práctico para uso de escritorio con fácil acceso al cable de carga. Precio por unidad \$ 1.73 a partir de las 300 unidades. Sport Bag Mochila Cambrella 30 x 40 cm. Precio por unidad \$ 1.10 partir de las 50 unidades. Dado que el mayor porcentaje del público objetivo prefiere tener un bróker para que maneje sus pólizas de fianzas, será indispensable dar atención a aquellos clientes que pese a tener un bróker actualmente, no estén satisfechos con la atención que este les brinda, y gracias a la plataforma que se propone, puedan contar con un servicio más ágil y eficaz que el que ya obtengan de su actual bróker.

Tabla 16

Matriz de Promoción

| DESCRIPCION DEL PROYECTO | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------|------------|-----------------------------|-------------------|-----------|----------|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Estrategia | | | | | | | | | | | |
| <p>1. Para dar a conocer los productos y servicios de seguros del bróker se utilizan las estrategias de marketing para llegar al objetivo público, acorde a su generación, ubicación, disponibilidad, entre otros.</p> <p>2. Incluir campañas publicitarias en medios digitales y tradicionales, relaciones públicas, marketing en redes sociales, participación en eventos de la industria y colaboraciones con otras empresas o profesionales relacionados con el sector de los seguros.</p> <p>3. Posicionar la marca, atraer clientes potenciales y fomentar los atributos como la confianza en el bróker.</p> | | | | | | | | | | | |
| Objetivo | | | | | | | | | | | |
| Incrementar en un 3% el reconocimiento de la marca del bróker de seguros de fianza en la zona Austral, y en otras regiones del país, mediante el seguimiento mensual de la interacción en canales de comunicación físicos y digitales. | | | | | | | | | | | |
| Subproyecto / Actividades | Resultado esperado (meta) | Frecuencia | Indicadores | Responsables | Comienzo | Duración | Desarrollo de las actividades | | | | |
| | | | | | | | Ene - Jun | Jul - Dic | Ene - Jun | Jul - Dic | Ene - Jun |
| | | | | | | | 2024 | 2024 | 2025 | 2025 | 2026 |
| 1.1 Manejo de redes sociales y página web Community Manager | Aumento de seguidores en un 15% | Trimestral | Número de nuevos seguidores | Community Manager | ene- 2024 | 12 meses | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------|--|---|------------|---|-----------|-----------|----------|
| 1.2 | Costo de mantenimiento de redes sociales para publicidad Redes sociales: Facebook, Instagram, Google Ads, LinkedIn, TikTok | Evaluación trimestral del costo de publicidad en redes sociales | Trimestral | Costo total de publicidad en redes sociales | Marketing | ene- 2024 | 12 meses |
| 1.3 | Participación en ventas de la industria y ferias | Participación en 4 eventos de ventas al año | Anual | Número de eventos de ventas participados | Broker | ene- 2024 | 12 meses |
| 1.4 | Influencer Promoción de servicios a través de un influencer | Aumento del 20% en el tráfico del sitio web | Trimestral | Tráfico generado por el influencer | Marketing | ene- 2024 | 12 meses |
| 1.5 | Elaboración/adquisición de Material Publicitario | Incremento del 15% en las solicitudes de cotización online | Anual | Número de unidades de material publicitario | Marketing | ene- 2024 | 12 meses |

11.8 Personas

En cuanto a las personas, en el marketing mix, se refiere al personal que está involucrado en la prestación del servicio. Para un bróker de seguros especializado en fianzas en línea en la zona Austral de Ecuador, las consideraciones son:

Personal altamente capacitado: El personal debe contar con un conocimiento especializado en seguros de fianzas y estar capacitado para brindar asesoramiento y soporte a los clientes. También deben tener habilidades de comunicación efectiva y empatía para poder entender las necesidades y preocupaciones de los clientes, además de contar con habilidades en el manejo de plataformas diversas de trabajo colaborativo, de modo que el uso de la plataforma que usa la empresa sea utilizado con total destreza.

Atención al cliente: Dado que el servicio se brinda en línea, es importante contar con un equipo de atención al cliente que esté disponible para resolver consultas, entregar verdadera asesoría y mantener una comunicación fluida y asertiva con los usuarios, a través de canales virtuales como: chat en vivo, correos electrónicos y llamadas telefónicas.

Personalización del servicio: La empresa busca diferenciarse, al ofrecer un servicio personalizado a los clientes. Esto implica adaptar las soluciones de fianza a las necesidades específicas de cada cliente y brindar un trato inmediato y empático para generar confianza y fidelidad.

Experiencia del cliente: Es fundamental cuidar la experiencia del usuario final en todos los encuentros con la empresa. Esto incluye desde la facilidad de uso de la plataforma en línea hasta la calidad de las interacciones con el personal. Se buscará constantemente la mejora y la satisfacción del cliente ayudará a generar boca a boca positivo y a fomentar la recomendación de la empresa.

Capacitación continua del personal: Dado que el mercado de seguros y fianzas evoluciona constantemente, es esencial que el personal se mantenga actualizado y continúe capacitándose en los últimos cambios y regulaciones del sector. Esto garantizará que se brinde el mejor asesoramiento a los clientes y estar al tanto de las mejores prácticas en la industria.

Generación de confianza: El sector de los seguros de fianzas se basa en la confianza mutua entre el cliente y el bróker. La empresa se enfocará en construir relaciones sólidas basadas en la transparencia, la honestidad y la confidencialidad. Esto se puede lograr mediante la comunicación clara de los términos y condiciones de las pólizas, la pronta respuesta a las consultas y la gestión adecuada de cualquier reclamo o problema que pueda surgir.

Retroalimentación y mejora continua: La empresa estará abierta a recibir feedback de sus clientes y utilizarlo como oportunidad para mejorar sus servicios. Esto incluye realizar encuestas de satisfacción, solicitar testimonios o reseñas y analizar los comentarios para identificar áreas de mejora y optimización. La retroalimentación positiva también será utilizada como herramienta de marketing para respaldar la reputación de la empresa y atraer nuevos clientes.

Perfil del Representante Legal

Perfil Blando: El representante legal de una empresa que es un bróker de fianza en línea para la zona austral del Ecuador debe ser una persona confiable y comprometida. Debe tener habilidades de comunicación efectivas y ser hábil para establecer y sostener relaciones comerciales sólidas y duraderas con los clientes, aseguradoras y otras partes interesadas. Además, debe ser organizado, con capacidad de gestión del tiempo y estar orientado a resultados. Este rol también requiere una actitud proactiva y resolutiva, para poder tomar

decisiones acertadas y ofrecer resoluciones a los distintos conflictos que se surjan en el ámbito del seguro de fianzas.

Perfil Grueso: El representante legal de una empresa bróker de fianza en línea para la zona austral del Ecuador debe cumplir con los siguientes requisitos:

Debe estar calificado como agente de agencias asesoras productoras de seguros.

Debe poseer un certificado del programa de formación en materia de seguros con una duración de 258 horas, o en su defecto, contar con un registro laboral de mínimo tres años en la industria de seguros.

La experiencia se acreditará mediante el récord del tiempo de trabajo, respaldado por el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), así como de un certificado otorgado por la compañía que integre el sistema de seguros.

En caso de ser extranjero, debe contar con la autorización correspondiente para trabajar en Ecuador.

Es importante que el representante legal no tenga obligaciones pendientes que puedan afectar su capacidad de desempeñar sus funciones de manera adecuada.

En resumen, el representante legal de esta empresa deberá cumplir con los requisitos de calificación y experiencia en seguros, además de poseer la autorización para trabajar en Ecuador en caso de ser extranjero. También se espera que sea una persona confiable, comunicativa y orientada a resultados, capaz de establecer relaciones sólidas con los clientes y tomar decisiones efectivas.

11.9 Procesos

En el ámbito de los procesos, se busca establecer un flujo eficiente y efectivo de actividades, que permitan llevar a cabo las operaciones del corredor de seguros de fianza en la zona Austral del Ecuador. Algunos aspectos relevantes son los siguientes:

Proceso de posicionamiento: Se han definido estrategias de posicionamiento para destacar la propuesta de valor del corredor de seguros de fianza en el mercado. Se busca diferenciarse de la competencia resaltando aspectos como la experiencia, la especialización en compras públicas y la capacidad de brindar soluciones personalizadas.

Selección de canales de comunicación: Se han determinado los medios de comunicación más eficaces para alcanzar a la audiencia específica, lo que podría abarcar la utilización de plataformas digitales, como redes sociales y publicidad en línea, junto con enfoques de relaciones públicas y participación en eventos pertinentes dentro de la industria.

Desarrollo de contenido y materiales promocionales: Se ha elaborado un plan de contenido que incluye la creación de materiales promocionales y educativos. Estos materiales tienen como objetivo informar y educar a los potenciales clientes sobre los beneficios de los seguros de fianza y el valor añadido que el corredor puede ofrecer.

11.10 Entorno

El entorno en el cual se desarrollará este proyecto es un factor clave a considerar. Algunos aspectos relevantes del entorno son los siguientes:

Entorno económico: El análisis del entorno económico se ha llevado a cabo, considerando las condiciones y tendencias económicas que pueden influir en el mercado de seguros de fianza. Se ha evaluado la situación económica de la región, la demanda de

servicios de seguros y las oportunidades de crecimiento.

Entorno legal y regulatorio: Se debe tener en cuenta el marco legal y regulatorio relacionado con los seguros de fianza en Ecuador. Esto implica cumplir con los requisitos legales para operar como corredor de seguros y asegurarse de que todas las actividades se realicen de acuerdo con las regulaciones vigentes. También se deberá estar al tanto de posibles cambios en las leyes y regulaciones que puedan afectar el negocio.

Entorno competitivo: Se ha realizado un análisis de la competencia, identificando a otros corredores de seguros de fianza y evaluando sus fortalezas, debilidades y estrategias. En este sentido se han buscado oportunidades para diferenciarse y posicionarse de manera efectiva en el mercado.

Entorno tecnológico: Se ha evaluado el entorno tecnológico en la zona Austral del Ecuador, considerando la disponibilidad de infraestructura de comunicaciones y acceso a Internet. Esto con el fin de garantizar la implementación exitosa de la plataforma en línea CAI WORLD y ofrecer servicios digitales eficientes a los clientes.

Entorno social y cultural: Se han considerado aspectos sociales y culturales relevantes para adaptar las estrategias de marketing y comunicación a las características de la población objetivo. Se ha buscado comprender las preferencias, necesidades y valores de los clientes para ofrecer un servicio personalizado y relevante.

Estrategia de Diferenciación

Para establecer la estrategia de diferenciación en la creación del Asesor de seguros en la zona Austral del Ecuador se destaca las siguientes características y ventajas competitivas, que distinguen de otros corredores y se posiciona como una opción de preferencia para el

mercado meta.

Especialización: Se centra en un segmento puntual, como son los Seguros de Fianza, guiados por profesionales con certificaciones en conocimientos de este tipo de seguros y habilidades para venta consultiva, lo que te permitirá ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades de cada uno de los clientes.

Servicio al cliente excepcional: El trato personalizado al entregar un acceso a la plataforma que le permite formarse, interactuar con profesionales para el asesoramiento experto en la selección y emisión de pólizas de seguros adecuadas. Además de mantener una comunicación constante entre cliente y asesores, monitoreo y control de sus solicitudes, en conjunto con la interacción inmediata que permitirá conocer el nivel de satisfacción que presente el cliente.

Innovación: La implementación de herramientas en línea se ofrece como canal principal la Plataforma, en la que los clientes pueden solicitar cotizaciones, comparar opciones de seguros y realizar transacciones, de manera fácil y rápida, como la descarga de póliza, facturas, formularios, pagos. Además de mantener actualizado a los clientes sobre las últimas, regulaciones que pueda ser de interés o afectación en la operación, así como tendencias y avances en el mercado asegurador

Aliados estratégicos: Contar con proveedores con buena reputación que generen confianza y tranquilidad, entre los más importantes con las principales aseguradoras del país que se destaquen en resultados técnicos y financieros, de la misma manera el cliente pueda considerar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con otros actores del sector, como abogados especializados en seguros, servicios de evaluación de riesgos, de tal manera que represente un valor agregado en el servicio.

Educación: Formar al cliente con la información didáctica colgada en la plataforma y adicional mediante los webinars y talleres sobre temas relevantes, por ejemplo: cómo diligenciar los formularios para la calificación favorable requerida en la obtención de este tipo de pólizas, o cómo redactar el contrato para beneficiarse en caso de incumplimiento del contratista mediante la póliza de seguros, así como también la explicación sobre la efectivización de la póliza de Fianzas, la transparencia en la aplicación de condiciones y formalidades. También se motiva la autoeducación.

Tabla 17.

Presupuesto de Marketing.

| MKT MIX | Actividades | Descripción | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|------------------|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PRODUCTO | Asesoría gratuita en compras públicas | Plataforma en línea para asesorías permanentes, 8 horas al mes | \$425,55 | \$473,94 | \$496,71 | \$520,57 | \$545,58 |
| | Implementación de herramienta de cotización - información sobre seguros de fianza | Plataforma en línea para compartir información, 8 horas al mes | \$425,55 | \$473,94 | \$496,71 | \$520,57 | \$545,58 |
| | Administración de las cuentas incluye capacitación de nuevas tendencias y herramientas en la plataforma - catálogo de productos | Plataforma en línea para impartir capacitaciones, 8 horas al mes | \$425,55 | \$473,94 | \$496,71 | \$520,57 | \$545,58 |
| | Elaboración de video y/o manual | Video informativo y/o manual del uso de la herramienta web | \$200,00 | \$204,99 | \$210,10 | \$215,35 | \$220,72 |
| | Elaboración de un plan de negocios | A través de los principales socios estratégicos se elaborará el plan de negocios 16 horas al año | \$851,09 | \$947,88 | \$993,41 | \$1.041,14 | \$1.091,15 |
| PROMOCIÓN | Manejo de redes sociales y página web - Community Manager | Empresa externa contratada para manejar redes | \$1.600,00 | \$1.639,92 | \$1.680,84 | \$1.722,77 | \$1.765,76 |

| | | | | | | | |
|---------------|--|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | Costo de mantenimiento de redes sociales para publicidad | Redes sociales: Facebook, Instagram, Google Ads, LinkedIn, TikTok | \$1.000,00 | \$1.024,95 | \$1.050,52 | \$1.076,73 | \$1.103,60 |
| | Participación en ventas de la industria y ferias | 1 Stand, 3 Roll Ups, 25 Habladores | \$485,00 | \$497,10 | \$509,50 | \$522,22 | \$535,24 |
| | Influencer | Promoción de servicios a través de un influencer | \$300,00 | \$307,49 | \$315,16 | \$323,02 | \$331,08 |
| | Material Publicitario | 50 agendas, 50 sport bag, 250 tomatodos, 300 bolígrafos, 300 soporte ecológico | \$1.406,50 | \$1.441,59 | \$1.477,56 | \$1.514,43 | \$1.552,21 |
| PRECIO | Contrato de agenciamiento | Acuerdo y negociaciones con compañías de seguros, 16 horas al año | \$851,09 | \$947,88 | \$993,41 | \$1.041,14 | \$1.091,15 |
| | Elaboración de un plan de negocios / Negociaciones comerciales | A través de los principales socios estratégicos se elaborará el plan de negocios 16 horas al año que incrementa el porcentaje de comisión y disminuya el costo para el cliente | Incluido en el producto | Incluido en el producto | Incluido en el producto | Incluido en el producto | Incluido en el producto |
| PLAZA | Plataforma CAI WORLD | Plataforma para cotizaciones, información sobre estado de trámite, capacitaciones | \$1.440,00 | \$1.475,93 | \$1.512,75 | \$1.550,50 | \$1.589,18 |

| | | | | | | |
|---|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Alquiler sala coworking | Se realizarán reuniones con clientes o con el personal | \$2.400,00 | \$2.459,88 | \$2.521,25 | \$2.584,16 | \$2.648,63 |
| Visitas presenciales a clientes | Se realizarán visitas en oficina y/o en campo, 4 horas mensuales y gastos de movilización | \$12.000,00 | \$12.299,40 | \$12.606,27 | \$12.920,80 | \$13.243,17 |
| TOTAL | | \$23.810,33 | \$24.668,81 | \$25.360,90 | \$26.073,95 | \$26.808,63 |
| VALORES HORAS HOMBRE A NO CONSIDERAR | | \$2.978,83 | \$3.317,57 | \$3.476,95 | \$3.643,98 | \$3.819,04 |
| VALOR PARA CÁLCULOS FINANCIEROS | | \$20.831,50 | \$21.351,25 | \$21.883,96 | \$22.429,96 | \$22.989,59 |

12. PROCESOS

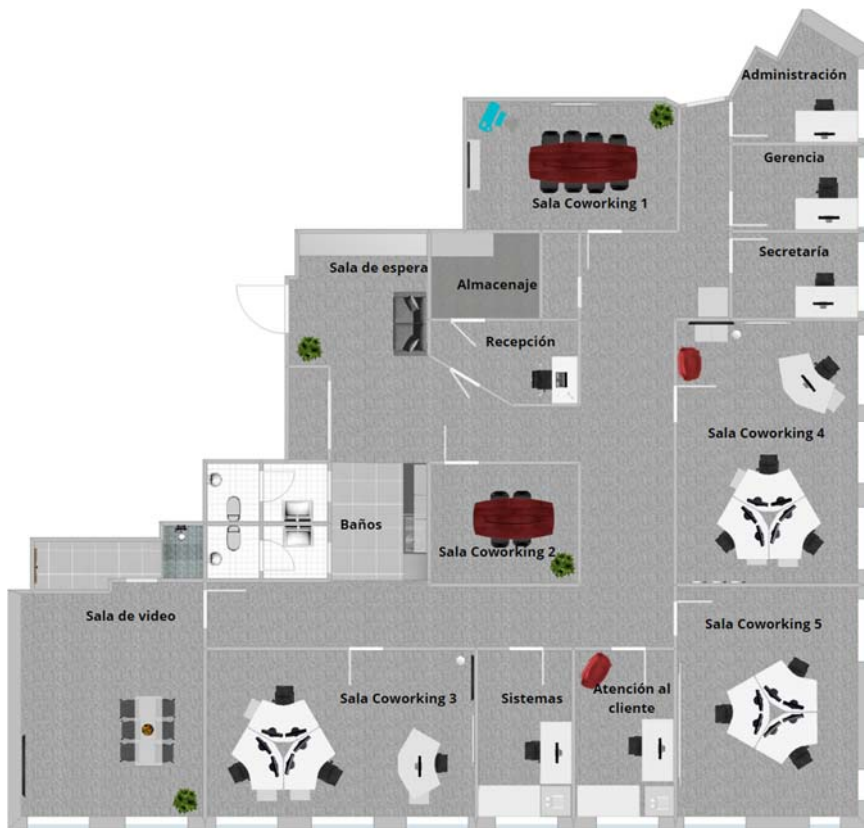
12.1 Operaciones

Distribución de planta

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, la modalidad de atención al cliente será bajo teletrabajo, sin embargo, se tendrá la posibilidad de realizar reuniones presenciales cuando el cliente así lo requiera y que no sea en su oficina. Para esto, se ha establecido alquilar salas de Coworking por 8 horas al mes. La distribución de la sala se encuentra en la imagen a continuación.

Figura66.

Plano de sala Coworking propuesta.



Alternativas de ubicación física del proyecto

Las salas Coworking consideradas se muestran en la tabla siguiente, donde se tienen dos opciones en la ciudad de Cuenca y una en Azogues.

Tabla 18.

Alternativas de Salas Coworking.

| NÚMERO | ALTERNATIVAS | DIRECCIÓN | PÁGINA WEB |
|---------------|--------------------------------|-----------------------------------|---|
| 1 | Coworking Cuenca | Av. C3 27 de Febrero 2-85, Cuenca | https://www.coworkingcuenca.com/ |
| 2 | Yanz Coworking UNAE Azogues | Vía Guarumales Méndez, Azogues | https://www.impacto.net/impacto-cuenca-mucho-mas-que-un-coworking/ |
| 3 | La Ofi Coworking | Simón Bolívar 14-36, Cuenca | https://laoficoworking.com/ |

Elección de alternativas

A continuación, se tienen los criterios para evaluar las tres distintas alternativas de localización mencionadas. Se ha colocado una puntuación del 1 al 5, donde 1 es la calificación más desfavorable y 5 la más favorable.

Tabla 19.

Criterios de evaluación para selección de ubicación física de sala Coworking

| Número | Criterios de Localización | Alternativa 1 | Alternativa 2 | Alternativa 3 |
|----------------------|---|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1 | Zona comercial | 5 | 4 | 4 |
| 2 | Servicios básicos disponibles | 5 | 4 | 5 |
| 3 | Acceso en todo tiempo | 4 | 3 | 4 |
| 5 | Accesibilidad para el personal | 5 | 4 | 5 |
| 6 | Seguridad | 5 | 4 | 4 |
| 7 | Estacionamiento para clientes disponibles | 5 | 2 | 4 |
| 8 | Permiso para operar | 5 | 5 | 5 |
| 9 | Potenciales riesgos sociales | 5 | 5 | 5 |
| 10 | Potenciales riesgos ambientales | 5 | 5 | 5 |
| Puntaje Total | | 44 | 36 | 41 |

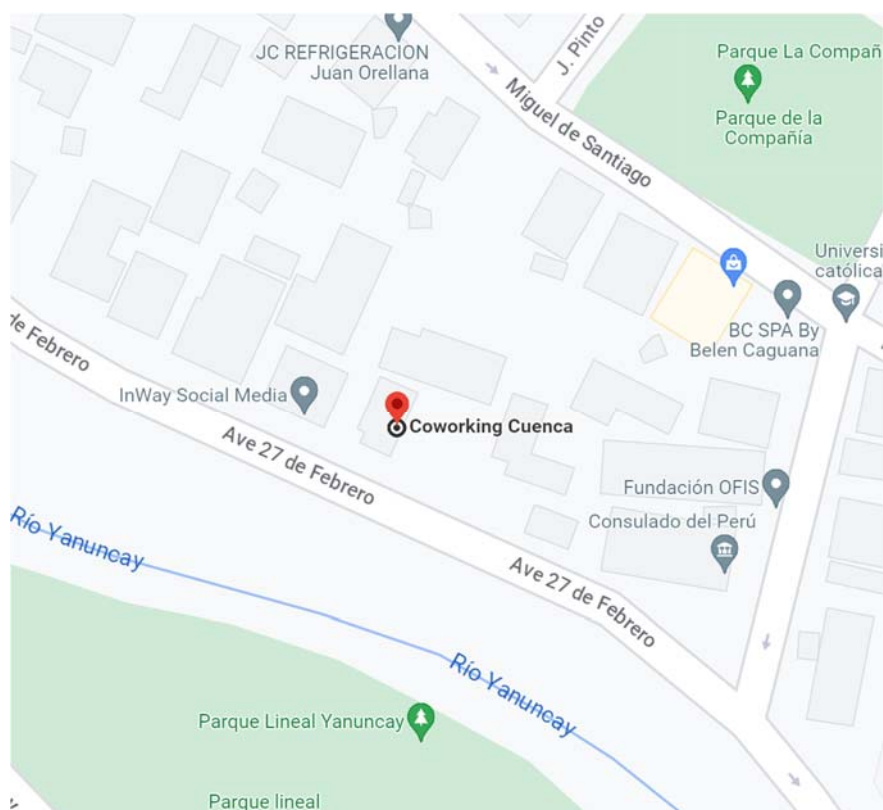
Por lo tanto, se ha escogido trabajar en la sala de la alternativa 1 que corresponde a Coworking Cuenca.

Macro localización

Se ha determinado que la sala Coworking se encontrará en la ciudad de Cuenca perteneciente a la provincia de Azuay.

Figura 67.*Macro Localización*

Micro localización: La alternativa 1, Coworking Cuenca, se encuentra ubicada en Avenida C3, 27 de febrero, 2-85. En la imagen siguiente se observa la localización exacta.

Figura 68.*Micro Localización.*

Procesos Estratégicos

Dirección y Coordinación Estratégica: El proceso de Gerencia General implicará la dirección y coordinación de todas las actividades de la empresa. Esta función estará a cargo del representante legal de la empresa y se encargará de establecer la visión, misión y objetivos generales de la organización, así como definir las estrategias a largo plazo para el crecimiento y el logro de metas.

Toma de Decisiones Estratégicas: La Gerencia General será responsable de tomar decisiones estratégicas importantes, como la identificación de nuevos mercados potenciales, la selección de alianzas estratégicas con otras empresas, la evaluación de oportunidades de

expansión y la asignación de recursos para diferentes proyectos.

Supervisión y Evaluación del Desempeño: La Gerencia General supervisará y evaluará el desempeño global de la empresa, asegurándose de que los objetivos establecidos se estén cumpliendo y de que todos los procesos operativos y de apoyo estén funcionando eficientemente. Se realizarán análisis periódicos de resultados y se tomarán acciones correctivas si es necesario.

Comunicación con Stakeholders: La Gerencia General será el punto de contacto principal con los stakeholders externos de la empresa, como aseguradoras, proveedores, instituciones financieras y entidades gubernamentales. Mantendrá una comunicación fluida y estratégica con estas partes interesadas para fortalecer relaciones y generar oportunidades de negocio.

Liderazgo y Motivación del Equipo: El representante legal como Gerente General será el líder del equipo y se asegurará de motivar y mantener un ambiente de trabajo positivo y colaborativo. Fomentará la cultura organizacional, promoviendo los valores y la visión de la empresa entre el personal.

Procesos Operativos

Agenciamiento con Compañías de Seguros: El equipo de gerencia general se encargará de identificar y seleccionar las principales compañías de seguros que han reportado mejores resultados técnicos y de rentabilidad en el mercado y estén dispuestas a asumir los riesgos o emitir pólizas de seguros. Se negociará las alianzas contractuales y comerciales con las aseguradoras seleccionadas. Esto implicará acordar las comisiones por los negocios referidos y establecer los esquemas de Tasa Técnica y Comercial.

Como parte fundamental de este proceso se buscará aumentar el poder de negociación del bróker, a través del crecimiento de su cartera de clientes y la segmentación acorde al

apetito de riesgo de las diferentes compañías de seguros. También se enfocará en utilizar la tecnología para mejorar la asesoría y la interacción con la aseguradora, asegurado y contratista.

Atención al Cliente y Gestión de Consultas: Este proceso se enfoca en la recepción y atención de consultas de los clientes. El personal capacitado atenderá a los clientes a través de canales presenciales, virtuales como chat en vivo, correos electrónicos y llamadas telefónicas para brindar asesoramiento, asistencia y direccionamiento en la selección y emisión de pólizas de seguros adecuadas. **Seguimiento y Gestión de Reclamos:** El equipo operativo será responsable de recibir y gestionar los reclamos de los clientes. Se llevará a cabo una investigación de los reclamos, comunicación con las aseguradoras y resolución efectiva de los problemas para garantizar la satisfacción del cliente.

Desarrollo y Actualización del Personal: Este proceso implicará la capacitación continua del personal para mantenerlos actualizados en los cambios y regulaciones del sector de seguros y fianzas. La gerencia y dirección supervisarán y coordinarán estas actividades para garantizar un equipo altamente capacitado.

Procesos de Soporte

Soporte Tecnológico: Este proceso abarca el mantenimiento y soporte de la plataforma en línea que permitirá a los clientes solicitar cotizaciones, comparar opciones de seguros y realizar transacciones de manera fácil y rápida. También incluirá la gestión de plataformas colaborativas para el trabajo interno del equipo.

Administración de Talento Humano: El proceso de administración de talento humano incluirá la selección, contratación y capacitación del personal necesario para brindar el servicio de corretaje de seguros de fianzas. También se abordarán aspectos relacionados con la evaluación del desempeño y el desarrollo profesional del equipo.

Gestión Financiera: Este proceso se enfocará en la administración de los recursos financieros de la empresa, incluyendo la planificación presupuestaria, facturación, cobranza, pagos a proveedores y análisis financiero para tomar decisiones estratégicas.

Recepción de Documentos y Archivo: Este proceso se encargará de recibir y almacenar los documentos necesarios para llevar a cabo las operaciones del corredor de seguros de fianzas, como contratos, certificados, solicitudes de los clientes, entre otros.

Proceso de evaluación y seguimiento del Plan de Marketing: Se establecerán métricas y objetivos claros para evaluar la efectividad. Se realizarán seguimientos periódicos para medir los resultados y realizar ajustes en la estrategia según sea necesario.

Diagramas de Flujo

Figura 69.

Proceso de agenciamiento con Compañías de seguros.

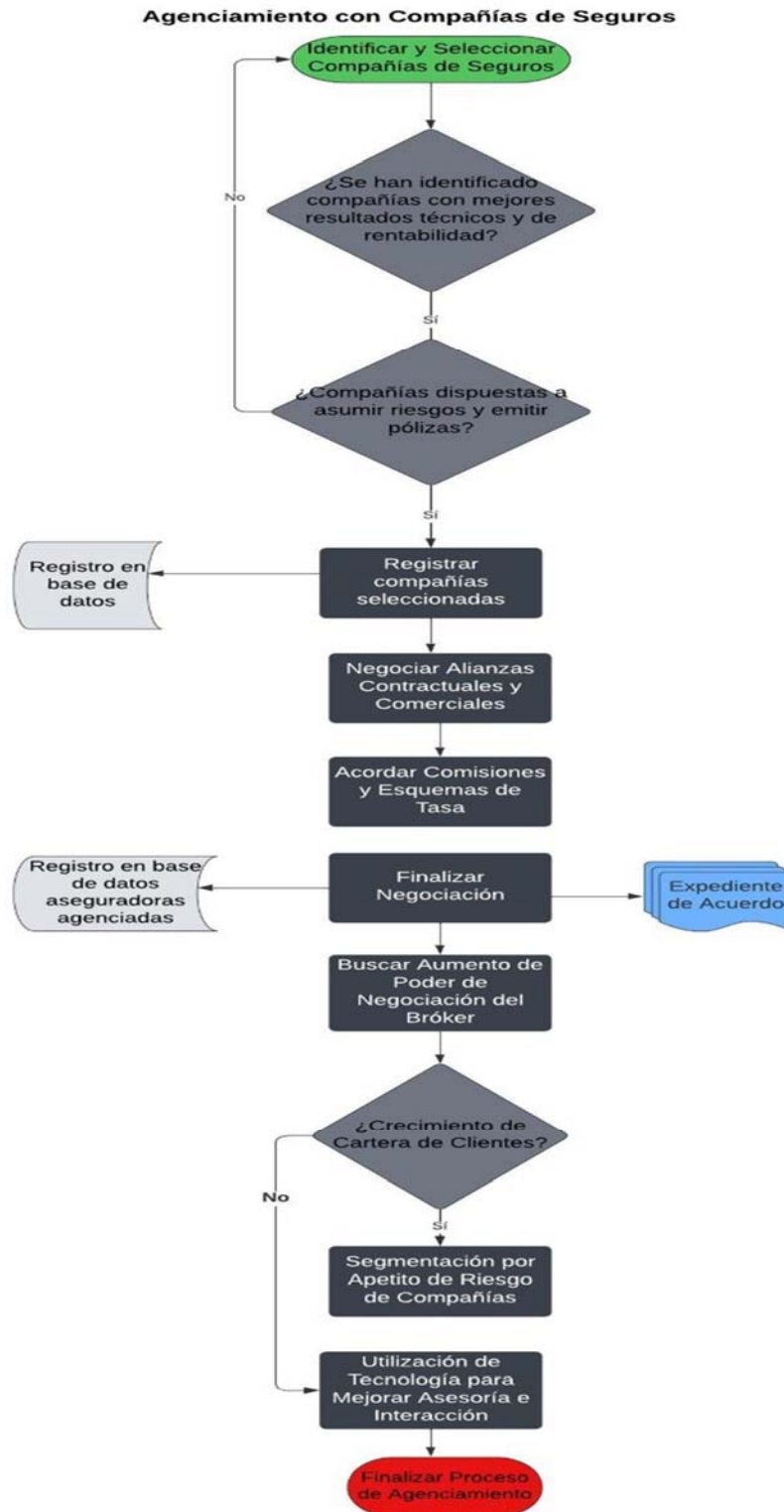
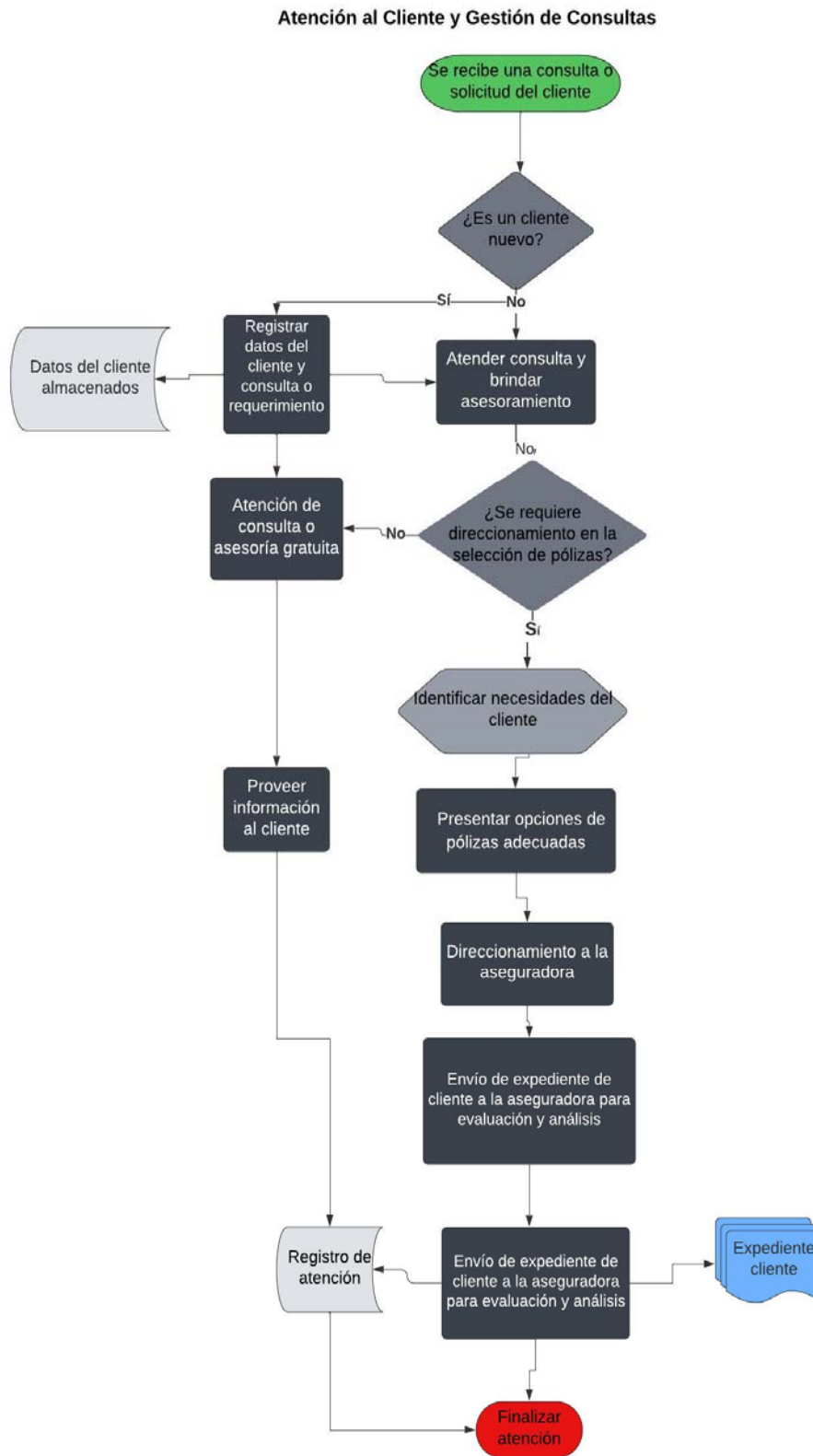


Figura 70.

Proceso de atención al cliente y gestión de consultas.



12.2 Diseño Organizacional

Para la implementación de un bróker de seguros de fianzas en la zona austral del Ecuador es importante mantener una estructura simple y eficiente donde cada miembro del equipo tendrá múltiples roles para maximizar la eficiencia:

Dirección General: Quien deberá encargarse de la toma de decisiones estratégicas, la gestión general de la empresa y la representación ante clientes y socios.

Ventas y Relaciones con Clientes: Agentes de ventas y relaciones con clientes que se encargarán de interactuar directamente con los clientes, entender sus necesidades, ofrecer soluciones y cerrar acuerdos. Esta área será la encargada para la generación de ingresos y la construcción de relaciones a largo plazo.

Operaciones y Administración: Encargarse de las operaciones y la administración. Gestionar la documentación, los trámites, la comunicación con las aseguradoras y asegurarse de que todas las operaciones se lleven a cabo sin problemas, así como validará los vencimientos de la cartera colocada.

Gestión de Riesgos y Cartera: Es necesario contar con un especialista en gestión de riesgos que evalúe la solvencia financiera de los clientes y realice análisis de riesgos para determinar la viabilidad de los negocios a colocar con las compañías de seguros, así como valide las liquidaciones de comisiones generadas con relación a los cobros realizados por cartera colocada.

Tecnología y Soporte: Mantener los sistemas de gestión, asegurar que la plataforma en línea esté funcionando correctamente y brindar soporte técnico interno.

Organigrama estructural:

Figura71

Organigrama Estructural

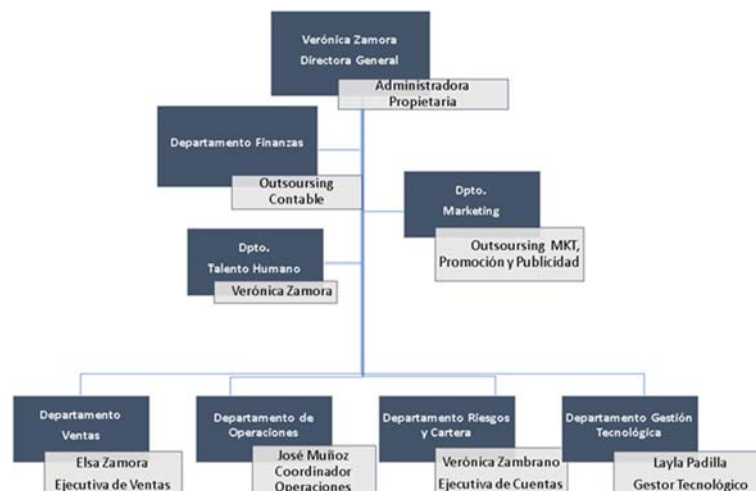


Este diseño organizacional simplificado tiene en cuenta las principales áreas de responsabilidad en un bróker de seguros de fianzas, incita a una comunicación efectiva con la colaboración de los integrantes del grupo, el cual es pequeño.

12.3 Diseño Funcional

Figura72.

Diseño Funcional



Aquí se presenta la estructura funcional para el bróker de seguros de fianza que opera en línea, basada en la información proporcionada anteriormente:

Director Ejecutivo. - Es la propietaria y administradora del negocio, quien cuenta con toda la acreditación necesaria para el cargo.

Departamento de Ventas. - Está encargado de adquirir nuevos clientes y gestionar las relaciones comerciales.

Departamento de Operaciones. - Responsable de gestionar la emisión de pólizas de seguro de fianza y llevar a cabo los trámites necesarios, se asegura del buen funcionamiento de la plataforma

Departamento de Riesgos y Cartera. - Colabora con la gestión de calificación de clientes, atiende las consultas y solicitudes, brindándoles apoyo y resolviendo sus problemas.

Departamento de Marketing. - Es un outsourcing contratado para promover los servicios del bróker a través de diferentes canales.

Departamento de Tecnología. - Requiere de un gestor tecnológico para asegurar la vigilancia del desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea utilizada para operar el negocio. También, del mantenimiento de licencias y actualización de la página Web.

Departamento de Finanzas y Contabilidad. - Es un servicio de externalización contratado para encargarse de la administración financiera de la empresa, lo cual abarca la gestión contable, el control de gastos y el análisis financiero.

Departamento de Talento Humano o Recursos Humanos. - El encargado es responsable de las tareas relacionadas con la contratación, selección, formación, desarrollo, evaluación del rendimiento y bienestar de los empleados.

12.4. Buenas Prácticas

Normas de seguridad: Al ser una empresa de seguros cuya operación se realiza mayormente en la plataforma de trabajo colaborativo, se debe tomar en cuenta la Ley de Protección de Datos de Ecuador, que establece una serie de requisitos y principios algunos de los principales aspectos de la ley que se deben considerar son:

Consentimiento informado: La empresa debe obtener el consentimiento informado de los usuarios para la recolección, almacenamiento y uso de sus datos personales. El consentimiento debe ser claro, específico y previo.

Finalidad y proporcionalidad: La empresa solo puede recopilar y utilizar los datos personales de los usuarios para los fines específicos establecidos y de manera proporcional.

Seguridad y confidencialidad: La empresa debe implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger los datos personales de los usuarios y garantizar su confidencialidad.

Derechos de los usuarios: Los usuarios tienen derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición (derechos ARCO) sobre sus datos personales. La empresa debe establecer un proceso para que los usuarios ejerzan estos derechos.

Transferencia internacional de datos: Si la empresa transfiere datos personales a otros países, debe asegurarse de que se cumplan los requisitos legales y que se proporcione un nivel adecuado de protección de datos.

Responsabilidad y rendición de cuentas: La empresa tiene la obligación de realizar lo que indica la Ley de Protección de Datos y debe ser capaz de demostrar el cumplimiento a través de políticas, procedimientos y documentación adecuada.

Se debe recalcar que actualmente, la plataforma que se propone usar para la gestión del bróker cumple con las disposiciones, y satisface un alto nivel de seguridad para los datos

e información sensible.

Es importante tener en cuenta que estos son algunos de los aspectos claves iniciales para arrancar operaciones, según lo dispone la Ley de Protección de Datos de Ecuador. Para un futuro, será recomendable consultar la ley en su totalidad y obtener asesoramiento legal para asegurarse de que la empresa cumpla con todas las disposiciones correspondientes a su operación en línea en la región austro de Ecuador.

Normas de higiene: Estarán encaminadas a salvaguardar la integridad el personal que labora en el espacio de coworking, es decir, estos espacios deberán cumplir con las normas de higiene que aseguren el bienestar a corto y mediano plazo de estadía para todos los usuarios miembros del bróker, especialmente en casos de pandemia o catástrofes.

Normas ambientales: Están encaminadas a garantizar que la empresa tenga prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Esto implica: Gestión responsable de los recursos, reducción de la huella de carbono, control y gestión adecuada de los residuos, cumplimiento de la normativa ambiental aplicable, sensibilización y formación de los empleados, uso eficiente de recursos, gestión de residuos, reducción de emisiones de carbono, educación ambiental.

Estas políticas se enfocan en promover la sostenibilidad, la eficiencia en el uso de recursos y el cumplimiento de las regulaciones ambientales, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental de las actividades de la empresa y fomentar la protección del medio ambiente.

Normas Sociales: En primer lugar, se busca establecer relaciones laborales justas y respetuosas, garantizando el cumplimiento de los derechos laborales, la no discriminación, la igualdad de oportunidades y la diversidad. Se promueve un ambiente de trabajo seguro, saludable y libre de acoso, así como beneficios y políticas que apoyen el bienestar y equidad

entre la vida personal y desempeño profesional.

Además, se busca impulsar prácticas responsables en relación con los clientes y la comunidad. Esto incluye ofrecer servicios que cumplan con altos estándares éticos y de calidad, garantizar la confidencialidad y protección de los datos personales de los clientes, así como contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad a través de programas de responsabilidad social y apoyo a causas socialmente relevantes.

Es importante que todas estas normas, políticas y conductas estén claramente definidas, se comuniquen y se implementen de manera efectiva y progresivamente para garantizar un ambiente laboral seguro, saludable y respetuoso para fortalecer la gestión del bróker de seguros de fianza en línea.

Figura 73.

Buenas Prácticas en Seguros de fianza

| | Buenas prácticas | Descripción |
|----------------------------|---|---|
| Normas de Seguridad | Prevención de accesos no autorizados | Se establece sistemas de autenticación y protección de datos para evitar que personas no autorizadas accedan a la plataforma en línea y a la información confidencial. |
| | Respaldo y protección de datos | La plataforma ha implementado normas de seguridad para el respaldo y almacenamiento seguro de los datos de los clientes. En cuanto a la información interna de la empresa, se adopta medidas como la encriptación y copias de seguridad periódicas. Certificados SSL (protocolo cifrado para transacciones en línea) para la Web. |
| | Protección contra ciberataques | La plataforma tiene establecida firewall, sistemas de detección de intrusiones y políticas de seguridad de TI para prevenir y responder a posibles ciberataques o violaciones de seguridad. |
| | Capacitación en seguridad y manejo eficiente de la plataforma | Ofrecer capacitaciones periódicas a los empleados y clientes para concientizar sobre las mejores prácticas de seguridad, como el manejo seguro de contraseñas, la identificación de correos electrónicos de phishing y el control de acceso y manejo de la plataforma. Se mantendrá un video en el blog de la página Web. |
| Normas de Higiene | Limpieza y desinfección | Establecer protocolos de limpieza y desinfección regular de las áreas de trabajo, incluyendo escritorios, equipos y dispositivos compartidos. |
| | Higiene personal | Promover de higiene personal, como el lavado de manos frecuente, el uso de desinfectantes y mascarillas según disposiciones del Ministerio de Salud y el coworking deberá asegurar la disponibilidad de dispensadores de higiene en las instalaciones. |
| | Ventilación y calidad del aire | Proporcionar una buena ventilación en las oficinas y asegurar el mantenimiento adecuado de los sistemas de filtración de aire. |
| | Manipulación de alimentos y bebidas | Establecer normas y políticas claras sobre la manipulación de alimentos y bebidas, en caso de que se sirvan o consuman en el lugar de trabajo. |
| | Medidas para evitar enfermedades | Se fomentará la vacunación y proporcionar información sobre medidas de prevención de enfermedades, especialmente en casos de epidemias o pandemias. |
| Normas Ambientales | Uso eficiente de recursos | Se promueve el uso sostenible de los recursos, como el papel y la energía, mediante la digitalización de documentos y la implementación de la iluminación y los equipos energéticamente eficientes. |
| | Gestión de residuos | Establecer políticas de reciclaje como la reutilización de papel en doble cara, fomentar la separación de residuos tales como plástico y papel y se dispondrá contenedores adecuados para cada material reciclable. |
| | Reducción de emisiones de carbono | Impulsar el uso adecuado de la plataforma de trabajo colaborativo para que se minimicen las emisiones de carbono en el área, promoviendo reuniones virtuales en lugares de viajes necesarios. |
| | Educación ambiental | Se ofrecerá capacitaciones y se promoverá la educación ambiental entre los clientes, internos y externos para fortalecer una cultura empresarial verde más responsable con el medio ambiente. |
| Normas Sociales | Igualdad de oportunidades | Se promoverá un entorno laboral inclusivo y justo, garantizando igualdad de oportunidades y no discriminación en la contratación y el crecimiento profesional, prevalecerá el conocimiento, habilidades y perfil de cada colaborador. |
| | Respeto y diversidad | Se fomentará el respeto entre los empleados, independientemente de su origen étnico, género, religión, orientación sexual o discapacidad, y celebrar la diversidad en el lugar de trabajo. |
| | Conciliación laboral y familiar | Se establecen políticas de horarios flexibles de ingreso y reporte de asistencia, prevalecerá el logro de objetivos y el cumplimiento de horas laboradas tanto en trabajo remoto como en coworking. |
| | No tolerancia al acoso | Establecer normas estrictas de no tolerancia hacia cualquier forma de acoso laboral o sexual, y se mantiene una política de puertas abiertas al diálogo para la denuncia y lograr la protección para los empleados. |
| | Participación y bienestar | Incentivar la participación de los empleados en decisiones importantes y promover el bienestar general, ofreciendo programas de apoyo y actividades que fomenten la salud mental y física como mantener mobiliario adecuado para el trabajo remoto, y realizar pausas activas. |

12.5. Responsabilidad Social Corporativa

La RSC implica una gestión ética y responsable de los recursos de la empresa, considerando el impacto social, ambiental y económico de sus operaciones. Aunque el seguro de fianzas es una obligación legal para contratar con el Estado, un corredor de seguros de fianzas puede adoptar prácticas de RSC para garantizar la transparencia, la ética empresarial y el compromiso con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente. La RSC no solo beneficia a la comunidad y al medio ambiente, sino que también genera ventajas competitivas como: Mejorar la reputación de la empresa y fortalecer las relaciones con los clientes,

empleados y otros grupos de interés.

Aquí se detalla los beneficios de la implementación de políticas y acciones en términos de RSC para el bróker de seguros de fianza:

Promoción de la Transparencia y la Ética Empresarial: Aunque el seguro de fianzas es una obligación legal, un corredor de seguros de fianzas comprometido con la RSC se enfocará en ofrecer un servicio transparente y ético. Esto incluye la comunicación clara de los términos y condiciones de las pólizas, el asesoramiento imparcial a los clientes y la honestidad en todas las transacciones. La transparencia y la ética son elementos fundamentales de la RSC y contribuyen a la confianza y la credibilidad de la empresa.

Promoción de la Responsabilidad y el Cumplimiento de Contratos: El seguro de fianzas es una herramienta que garantiza el cumplimiento de contratos y ofrece seguridad económica tanto para las empresas como para las entidades gubernamentales que contratan servicios. Al brindar servicios de corretaje de seguros de fianzas, la empresa promueve la responsabilidad y el cumplimiento de acuerdos comerciales, lo que resulta esencial para el crecimiento mayormente sostenible y la consolidación de las organizaciones.

Apoyo a Empresas y Proveedores Responsables: Aunque el seguro de fianzas es una obligación legal al ser contratista del Estado, el corredor de seguros de fianzas puede seleccionar proveedores y aseguradoras con buenas prácticas de RSC. Al hacerlo, promueve y apoya a empresas y entidades que también tienen un compromiso con la responsabilidad social, lo que contribuye a una cadena de valor responsable y a fortalecer la ética profesional.

Fomento del Desarrollo Económico Local: Al brindar servicios de corretaje de seguros de fianzas en la zona Austral del Ecuador, la empresa contribuirá al desarrollo económico local. El acceso a seguros de fianzas facilitará el crecimiento de empresas locales al permitirles participar en contratos con entidades gubernamentales y otras compañías, lo

que a su vez generará empleo y desarrollo en la región.

Participación en Proyectos de Responsabilidad Social: El corredor de seguros de fianzas puede destinar parte de sus ingresos a proyectos de responsabilidad social que beneficien a la comunidad local. Esto podría incluir programas de educación financiera, contratación pública, dando así apoyo a comunidades vulnerables y promoción de la sostenibilidad de los negocios de la región, lo que contribuirá al desarrollo sostenible de la sociedad.

12.6. Gestión de Personas

La gestión de personas en un bróker de seguros de fianza en línea asegura contar con un equipo talentoso y comprometido que pueda cumplir con los entregables de la empresa, lo que se traduce en una mejora en la calidad del servicio, una mayor productividad y la satisfacción tanto de clientes internos como externos.

Algunos aspectos que la gestión de personas asegura son:

Selección y reclutamiento: Garantiza la contratación de profesionales capacitados y con vasta experiencia en el sector de seguros de fianza en línea. Esto permite asegurar que el equipo cuente con las habilidades y conocimientos necesarios para brindar un servicio de calidad a los clientes.

Desarrollo y capacitación: Proporciona oportunidades de formación y actualización constante a los empleados, lo que les permite estar al tanto de las últimas tendencias y regulaciones del sector, así como adquirir nuevas habilidades técnicas. Esto asegura que el equipo esté preparado para enfrentar los desafíos y brindar un servicio de calidad a los clientes.

Motivación y retención: La gestión de personas se centrará en crear un entorno de trabajo favorable que fomente la motivación y satisfacción de los empleados, basadas en las buenas prácticas laborales expuestas. Esto incluye reconocer el trabajo bien hecho, ofrecer oportunidades de crecimiento y promoción interna, y garantizar una compensación justa. Una gestión eficaz de personas ayuda a retener al talento y reduce la rotación de personal.

Comunicación y trabajo en equipo: La gestión de personas fomenta la comunicación efectiva entre los miembros del equipo y promueve un ambiente de trabajo colaborativo. Esto asegura una mejor coordinación y flujo de información, lo que resulta en una mayor eficiencia y calidad en el servicio al cliente.

En un bróker de seguros de fianza que opera su gestión en línea a través de una plataforma de trabajo colaborativa especializada, se requieren los siguientes roles: Gerente de Operaciones, Ejecutivos de Ventas, Ejecutivos de Cuentas, Servicios Outsourcing Contable, Marketing, Coworking y Gestores de Plataforma Tecnológica.

Figura 74.*Descripción de puestos.*

| Áreas | Puesto | Descripción | Cantidad | Contratación | | | Remuneración | |
|---------------------|------------------------------------|---|----------|--------------|-------------|----------|--------------|----------|
| | | | | Permanente | Outsourcing | Temporal | Salario | Comisión |
| Administración | Directora General | Administradora - Propietaria, se encarga de la Gestión de: Ventas, Tantiento Humano, Relaciones Públicas y Finanzas | 1 | SI | | | 800 | |
| Administración | Servicio Contable | Cada proveedor debe cumplir con las normas de calificación y llenará el formulario para su calificación, presentando los requisitos solicitados | 1 | | SI | | 200 | |
| Departamento Ventas | Ejecutivos de Ventas | Responsables de contactar y gestionar clientes potenciales, presentar y vender pólizas de fianza, brindar asesoramiento especializado. Inicialmente, el administrador participa en esta gestión. | 2 | SI | | | 800 | 10% |
| Departamento Ventas | Ejecutivos de Cuentas | Encargados de establecer y mantener relaciones comerciales con clientes existentes, brindar soporte, resolver consultas y gestionar renovaciones de pólizas. Cargo permanente con remuneración salarial y posibilidad de comisiones por ventas de pólizas adicionales. También, son responsables de evaluar la solvencia y capacidad crediticia de los clientes potenciales, para determinar el nivel de riesgo y establecer las condiciones de las pólizas de fianza | 1 | SI | | | 800 | |
| Marketing | Servicio Marketing | Cada proveedor debe cumplir con las normas de calificación y llenará el formulario para su calificación, presentando los requisitos solicitados | 1 | | SI | | 70,9241667 | |
| Operación | Gestores de Plataforma Tecnológica | Encargados de administrar y mantener la plataforma de trabajo colaborativa especializada, asegurando su correcto funcionamiento y brindando soporte técnico a los usuarios internos y externos. Cargo permanente con remuneración salarial.. Cada proveedor debe cumplir con las normas de calificación y llenará el formulario para su calificación, presentando los requisitos solicitados | 1 | SI | | | 800 | |
| Operación | Servicio de Coworking | Cada proveedor debe cumplir con las normas de calificación y llenará el formulario para su calificación, presentando los requisitos solicitados | 1 | | SI | | 200 | |
| Operaciones | Gerente de Operaciones | Encargado de supervisar y coordinar todas las áreas de la empresa, asegurando el cumplimiento de los objetivos establecidos. | 1 | SI | | | 800 | |

Los puestos pueden ser permanentes o temporales, dependiendo de las necesidades y estrategias de contratación de la empresa. La remuneración puede ser salarial para la gerencia, mientras que los asesores de ventas y ejecutivos de cuentas pueden recibir comisiones basadas en las ventas realizadas, además de un salario base.

Los proveedores de servicios de outsourcing, deben llenar y completar el formulario de calificación de proveedores (ANEXO), esta actividad debe ser realizada por la directora general.

12.7. Perfiles de los Puestos

Al levantar el perfil del puesto para una empresa de seguros de fianza que realiza su gestión en línea, es importante observar los siguientes aspectos:

Conocimiento técnico: Identificar los conocimientos y habilidades técnicas necesarias para realizar la gestión de seguros de fianza en línea de manera efectiva. Esto incluye el dominio de herramientas y plataformas digitales específicas, conocimientos sobre el manejo de pólizas de seguros de fianza, así como habilidades en análisis de datos y gestión de bases de datos.

Experiencia relevante: Evaluar la experiencia previa en el campo de seguros de fianza, especialmente en el contexto de la gestión en línea. Considerar si el candidato ha trabajado en compañías similares, en roles similares o ha demostrado habilidades y conocimientos relevantes que puedan trasladarse a este entorno específico.

Habilidades de comunicación: Dado que la gestión en línea implica una comunicación principalmente digital, es esencial que el candidato tenga habilidades sólidas de comunicación escrita y verbal. Deben poder comunicarse claramente con los clientes y colegas a través de diferentes canales, como correo electrónico, chat en línea y llamadas telefónicas.

Orientación al cliente: En un entorno en línea, es fundamental que el candidato tenga una fuerte orientación al cliente y sea capaz de brindar un servicio de calidad y personalizado. Deben ser capaces de entender las necesidades del cliente y brindar soluciones rápidas y eficientes, manteniendo una actitud amigable y profesional.

Habilidades de resolución de problemas: La gestión en línea puede presentar desafíos técnicos y situaciones complejas. Por lo tanto, es crucial que el candidato tenga habilidades

sólidas de resolución de problemas, siendo capaz de identificar y abordar problemas de manera proactiva y eficiente.

Adaptabilidad y flexibilidad: Dado que el entorno en línea está en constante evolución, el candidato debe ser capaz de adaptarse y aprender rápidamente nuevas herramientas y tecnologías. Además, deben ser flexibles y estar dispuestos a trabajar en horarios variables si es necesario, para atender a los clientes de manera efectiva en diferentes zonas horarias.

Tomando en cuenta los factores expuestos se procede a realizar fichas de perfil de competencias:

Tabla 20.*Perfil de Competencias Director General*

| PERFIL DE COMPETENCIAS | | | | |
|---|--|------|------------|----------|
| PUESTO | DIRECTOR GENERAL | | | |
| | B. MISIÓN DEL CARGO | | | |
| | Planificar, ejecutar, evaluar y controlar de manera eficiente y eficaz, las diligencias administrativas, de recursos humanos y financieros del bróker de seguros de fianza en línea. | | | |
| LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA | CUENCA | | | |
| SUBORDINADO A PUESTO | NINGUNO | | | |
| HORARIO | LUNES A VIERNES | 8:30 | A | 18:00 |
| EXIGENCIA ACADÉMICA | Título de tercer nivel o certificados avalados en áreas de Administración o afines. | | | |
| EXPERIENCIA EN AÑOS | Mínimo cinco años de experiencia en empresas en industrias de seguros o relacionadas. | | | |
| CAPACITACIÓN | | | | |
| PAQUETES INFORMÁTICOS | | | | |
| OFFICE 360 | AVANZADO | X | INTERMEDIO | BÁSICO |
| INTERNET | AVANZADO | X | INTERMEDIO | BÁSICO |
| PLATAFORMAS TICS Y TRABAJO COLABORATIVO | AVANZADO | X | INTERMEDIO | BÁSICO |
| PLATAFORMAS GUBERNAMENTALES | AVANZADO | X | INTERMEDIO | BÁSICO |
| IDIOMAS | | | | |
| INGLÉS | AVANZADO | | INTERMEDIO | X BÁSICO |
| COMPETENCIAS INSTITUCIONALES | | | | |
| PLANIFICACIÓN - ORIENTACIÓN A LOS RESULTADOS: Establecer los medios técnicos y humanos necesarios para realizar las actividades, alcanzar las metas y lograr los objetivos. | | | | |

FORMA A LOS MIEMBROS DEL EQUIPO - TRABAJO EN EQUIPO: Asigna a los integrantes del equipo que lidera, después de valorar sus capacidades, la autoridad y responsabilidad de ejecutar sus actividades de forma autónoma.

ESTABLECE RELACIONES PRODUCTIVAS - SERVICIO AL CLIENTE: Mantiene una red extensa de contactos dentro y fuera de la organización.

TÉCNICA

ESPECIALIZACIÓN - PROFESIONALISMO: Utiliza conocimientos especializados, de alta complejidad técnica en una variedad de situaciones.

PENSAMIENTO ESTRATÉGICO - SOLUCIÓN DE PROBLEMAS: Establece y define soluciones estratégicas de la organización ante los desafíos y oportunidades del ambiente.

CONDUCTUAL

INFLUYE - COMUNICACIÓN: Orienta, capacita y apoya a cada uno de los integrantes del equipo y a sus pares, mediante el cumplimiento de sus expectativas.

ENFRENTA EL CAMBIO - ORIENTACIÓN AL CAMBIO: Garantiza mediante planes de trabajo el logro de objetivos dentro de actividades algunas de carácter complejas y no rutinarias

Tabla 21.*Perfil de Competencias Ejecutivo de Ventas*

| PERFIL DE COMPETENCIAS | | | | | |
|--|--|------|-------------------------------|-------|--------------|
| PUESTO | EJECUTIVO/A DE VENTAS | | | | |
| MISIÓN DEL PUESTO | | | | | |
| <p>Identificar las necesidades de cada cliente, entender sus requerimientos específicos y ofrecer soluciones de seguros de fianza adecuadas para proteger sus intereses y mitigar los riesgos relacionados con sus actividades comerciales. Establecer relaciones sólidas con los clientes, utilizando habilidades de comunicación efectiva para presentar y promover los productos de seguro de fianza de manera clara y persuasiva. Debe ser capaz de explicar los términos y condiciones de las pólizas, responder las preguntas y resolver las dudas de los clientes de manera profesional y confiable.</p> <p>Debe mantenerse actualizado sobre las regulaciones y tendencias del mercado de seguros de fianza, para poder brindar un asesoramiento sólido y entregar soluciones que se ciñan a las cambiantes necesidades de los clientes. Ser un experto en seguros de fianza, proporcionando un servicio de asesoramiento confiable y personalizado que satisfaga las necesidades de los clientes y contribuya al éxito y crecimiento de la empresa.</p> | | | | | |
| LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA | | | CUENCA | | |
| SUBORDINADO A PUESTO | | | GERENTE DE OPERACIONES | | |
| HORARIO | LUNES A VIERNES | 8:30 | A | 18:00 | REFERENCIA L |
| EXIGENCIA ACADEMICA | <p>Título de tercer nivel reconocido y validado en las áreas de Administración, Finanzas y /o Contaduría.</p> <p>Acompañado alternativamente de tres años de experiencia mínima en las empresas relacionadas como aseguradoras o brókers, más certificado de validación de conocimientos actualizado del MT en Administración de Empresas.</p> | | | | |
| EXPERIENCIA EN AÑOS | Mínimo tres años de experiencia | | | | |
| CAPACITACIÓN | | | | | |
| PAQUETES INFORMÁTICOS | | | | | |
| MICROSOFT OFFICE 360 | AVANZADO | X | INTERMED IO | | BÁSICO |
| INTERNET | AVANZADO | X | INTERMED IO | | BÁSICO |
| PLATAFORMAS TICS Y TRABAJO COLABORATIVO | AVANZADO | X | INTERMED IO | | BÁSICO |
| PLATAFORMAS GUBERNAMENTALES | AVANZADO | X | INTERMED IO | | BÁSICO |

IDIOMAS
INGLÉS

AVANZADO

INTERMED X BÁSICO
IO

COMPETENCIAS INSTITUCIONALES

Conocimiento del mercado: El asesor de ventas debe tener un conocimiento profundo del mercado de seguros de fianza, comprender las principales tendencias, competidores y oportunidades de negocio.

Conocimiento de los productos: Debe tener un amplio conocimiento sobre los productos y servicios de seguros de fianza ofrecidos por la empresa, así como las características y beneficios de cada uno. Esto le permitirá entregar soluciones individualizadas y adecuadas a las necesidades de los clientes.

Orientación al logro de resultados: El asesor de ventas debe estar orientado al cumplimiento de los objetivos de ventas, estableciendo metas claras y trabajando de manera proactiva para alcanzar o superar los resultados esperados.

TÉCNICA

HABILIDADES DE VENTA: Debe tener habilidades efectivas de venta, incluyendo la capacidad de identificar oportunidades, presentar propuestas convincentes, negociar y cerrar acuerdos.

ESPECIALIZACIÓN Utiliza vastos conocimientos especialistas, técnicamente complejos en una amplia diversidad de tejidos sociales.

CONOCIMIENTOS FINANCIEROS: Es importante contar con conocimientos básicos en finanzas, para poder analizar las necesidades financieras de los clientes y ofrecer soluciones de aseguramiento adecuadas

DOMINIO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS: Dado que la gestión se realiza en línea y a través de una plataforma colaborativa, se requiere del dominio de herramientas tecnológicas como programas de gestión de clientes (CRM), plataformas de videoconferencia y otras aplicaciones relacionadas.

CONDUCTUAL

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN: Es esencial contar con excelentes habilidades de comunicación verbal y escrita, para establecer una comunicación efectiva con los clientes y transmitir información clara y precisa.

CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO: El asesor de ventas debe ser capaz de colaborar con otros miembros del equipo, como ejecutivos de cuentas y analistas de riesgos, para brindar un servicio integral y coordinado a los clientes.

ORIENTACIÓN AL CAMBIO - Enfoque en la superación personal, mostrar una actitud de aprendizaje continuo, actualizándose constantemente sobre los nuevos productos y tendencias del mercado, para brindar un asesoramiento actualizado

Tabla 22.

Perfil de Competencias Ejecutivo de Cuentas.

| PERFIL DE COMPETENCIAS | | | | | |
|---|---|-------------------------------|----------------|--------|--------------------|
| PUESTO | EJECUTIVO/A DE CUENTA | | | | |
| MISIÓN DEL PUESTO | | | | | |
| Lograr con asertividad, la satisfacción y lealtad de los clientes mediante una gestión eficaz de las cuentas. Brindar un servicio personalizado y de calidad, asesorando a los clientes en la contratación y renovación de pólizas de fianza, así como en la resolución de cualquier incidencia o consulta que puedan tener. Mantener una comunicación fluida con los clientes, manteniéndolos informados sobre las novedades y beneficios de la plataforma en línea, y promoviendo su uso para agilizar los trámites y optimizar los procesos. | | | | | |
| LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA | | | CUENCA | | |
| SUBORDINADO A PUESTO | | GERENTE DE OPERACIONES | | | |
| PREPARADO POR | | Verónica Padilla | | | |
| HORARIO | LUN ES A VIE RNE S | 8:30 | A | 18:00 | REFERENCIAL |
| EXIGENCIA ACADEMICA | Título de tercer nivel reconocido y validado en las áreas de Administración, Finanzas y /o Contaduría. | | | | |
| EXPERIENCIA EN AÑOS | Acompañado alternativamente de tres años de experiencia mínima en las empresas relacionadas como aseguradoras o brókers más certificación de validación de conocimientos vigente del MT en Administración de Empresas. Mínimo tres años de experiencia | | | | |
| CAPACITACIÓN | | | | | |
| PAQUETES INFORMÁTICOS | | | | | |
| MICROSOFT OFFICE 360 | AVANZADO | X | INTERMEDI O | BÁSICO | |
| INTERNET | AVANZADO | X | INTERMEDI O | BÁSICO | |
| PLATAFORMAS TICS Y TRABAJO COLABORATIVO | AVANZADO | X | INTERMEDI O | BÁSICO | |
| PLATAFORMAS GUBERNAMENTALES | AVANZADO | X | INTERMEDI O | BÁSICO | |
| IDIOMAS (NOMBRE Y NIVEL DE DOMINIO) | | | | | |

| | | | |
|--------|----------|----------------|----------|
| INGLÉS | AVANZADO | INTERMEDI O | X BÁSICO |
|--------|----------|----------------|----------|

COMPETENCIAS INSTITUCIONALES

CONOCIMIENTOS DEL MERCADO: El asesor de ventas debe tener un conocimiento profundo del mercado de seguros de fianza, comprender las principales tendencias, competidores y oportunidades de negocio.

CONOCIMIENTO DE SERVICIOS: Debe tener un amplio conocimiento sobre los productos y servicios de seguros de fianza ofrecidos por la empresa, así como las características y beneficios de cada uno. Esto le permitirá entregar soluciones personalizadas y acomodadas a las necesidades de los clientes.

CONOCIMIENTOS EN EL RAMO DE FIANZA: Capacidad para entender y aplicar políticas y procedimientos internos. Conocimiento de las regulaciones y normativas del sector de seguros y fianzas.

ORIENTACIÓN HACIA RESULTADOS: El asesor de ventas debe estar orientado al cumplimiento de los objetivos de ventas, estableciendo metas claras y trabajando de manera proactiva para alcanzar o superar los resultados esperados.

TÉCNICA

ESPECIALIZACIÓN: Dominio de herramientas informáticas y de la plataforma de trabajo colaborativo especializado.

Habilidades de análisis y manejo de datos para realizar seguimiento de las cuentas y elaborar reportes.

CONOCIMIENTOS FINANCIEROS: Es importante contar con conocimientos básicos en finanzas, para poder analizar las necesidades financieras de los clientes y ofrecer soluciones de aseguramiento adecuadas

DOMINIO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS: Dado que la gestión se realiza en línea y a través de una plataforma colaborativa, se requiere del dominio de herramientas tecnológicas como programas de gestión de clientes (CRM), plataformas de videoconferencia y otras aplicaciones relacionadas.

CONDUCTUAL

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN: Es esencial contar con excelentes habilidades de comunicación verbal y escrita, para establecer una comunicación efectiva con los clientes y transmitir información clara y precisa.

CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO: El asesor de ventas debe ser capaz de colaborar con otros miembros del equipo, como ejecutivos de cuentas y analistas de riesgos, para brindar un servicio integral y coordinado a los clientes.

ORIENTACIÓN AL CAMBIO - Enfoque en la superación personal, mostrar una actitud de aprendizaje continuo, actualizándose constantemente sobre los nuevos productos y tendencias del mercado, para brindar un asesoramiento actualizado

ORIENTACIÓN AL CLIENTE: Alta capacidad para brindar una atención personalizada y de calidad.

ORGANIZACIÓN. Habilidad para gestionar el tiempo y priorizar tareas de manera eficiente.

13. ESTADOS FINANCIEROS

13.1 Resumen de datos

Para la determinación del análisis de sensibilidad se tiene primero el resumen de datos mostrado en la tabla que sigue, el cual será utilizado para la elaboración de estado de pérdidas y ganancias.

Tabla 23.

Resumen inversiones iniciales

| FINANCIAMIENTO | VALORES | PORCENTAJE |
|--|---------------------|---------------|
| PASIVOS CORRIENTE | | |
| PASIVOS A LARGO PLAZO | \$ 12.854,00 | 50,0% |
| PATRIMONIO | \$ 12.854,00 | 50,0% |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO (INVERSIÓN) | \$ 25.708,00 | 100,0% |

Para la proyección de sueldos, se ha tomado el dato de variación de sueldos desde el año 2015 al 2023, para poder determinar el porcentaje de variación y así estimar el crecimiento en cuanto a salarios se refiere para el análisis de sensibilidad respectivo.

En la tabla siguiente se muestran los datos obtenidos históricos y el cálculo del porcentaje (Banco Central del Ecuador, 2023).

Tabla 24.

Variación de salarios en Ecuador desde el 2015 al 2023.

| Año | Valor salario básico | Porcentaje de variación |
|-------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 2015 | \$354,00 | |
| 2016 | \$366,00 | 3,39% |
| 2017 | \$375,00 | 2,46% |
| 2018 | \$386,00 | 2,93% |
| 2019 | \$394,00 | 2,07% |
| 2020 | \$400,00 | 1,52% |
| 2021 | \$425,00 | 6,25% |
| 2022 | \$425,00 | 0,00% |
| 2023 | \$450,00 | 5,88% |

Para obtener el porcentaje de variación total se utilizó el método de promedio geométrico aplicado a todos los datos mostrados anteriormente obteniendo un valor de 4.80%.

Tabla 25.

Estimación de salarios a 5 años.

| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| SALARIO | \$800,00 | \$838,43 | \$878,71 | \$920,93 | \$965,17 |
| HORAS EXTRAS | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| 13 | \$66,67 | \$69,87 | \$73,23 | \$76,74 | \$80,43 |
| 14 | \$66,67 | \$69,87 | \$73,23 | \$76,74 | \$80,43 |
| VACACIONES | \$33,33 | \$34,93 | \$36,61 | \$38,37 | \$40,22 |
| APORTE PATRONAL | \$97,20 | \$101,87 | \$106,76 | \$111,89 | \$117,27 |
| APORTE PERSONAL | \$75,60 | \$79,23 | \$83,04 | \$87,03 | \$91,21 |
| FONDOS RESERVA | \$- | \$69,87 | \$73,23 | \$76,74 | \$80,43 |
| SUB. SUELDO | \$1.063,87 | \$1.184,85 | \$1.241,77 | \$1.301,42 | \$1.363,94 |
| ANUAL | \$12.766,40 | \$14.218,14 | \$14.901,19 | \$15.617,06 | \$16.367,32 |
| ANUAL POR 5 PERSONAS | \$63.832,00 | \$71.090,71 | \$74.505,97 | \$78.085,31 | \$81.836,60 |

A continuación, se muestra un resumen de los gastos de ventas, donde se ha reclasificado el salario de los asesores comerciales y se ha considerado un 10% de comisión que percibirán los vendedores sobre los valores de ingresos generados para la organización.

Tabla 26.

Resumen de gastos de ventas.

| Gastos de Ventas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Año (US Dólares) | | | | | |
| Rubros / Años | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Sueldo el salario personal de ventas | \$ 25.532,80 | \$ 28.436,28 | \$ 29.802,39 | \$ 31.234,12 | \$ 32.734,64 |
| Comisiones a vendedores. | \$ 14.278,09 | \$ 14.634,33 | \$ 14.999,46 | \$ 15.373,70 | \$ 15.757,27 |
| Marketing | \$ 20.831,50 | \$ 21.351,25 | \$ 21.883,96 | \$ 22.429,96 | \$ 22.989,59 |
| Total | \$ 60.642,39 | \$ 64.421,86 | \$ 66.685,81 | \$ 69.037,78 | \$ 71.481,50 |

Así mismo, se ha reclasificado los sueldos administrativos para el resto del personal y el resumen de gastos anuales considerados en el apartado de Presupuesto.

Tabla 27.*Resumen de gastos administrativos.*

| Gastos Administrativos Año (US Dólares) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Rubros / Años: | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Sueldos y salarios (personal de la administración central) | \$ 38.299,20 | \$ 42.654,43 | \$ 44.703,58 | \$ 46.851,18 | \$ 49.101,96 |
| Gasto reposición equipos de computación | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 2.691,83 | \$ - |
| Gastos administrativos varios (internet, plan prepago, firma electrónica, etc.) | \$ 7.376,40 | \$ 7.560,44 | \$ 7.749,07 | \$ 7.942,41 | \$ 8.140,58 |
| Pago cuota préstamo (sin intereses) | \$ 3.594,05 | \$ 4.245,33 | \$ 5.014,62 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Depreciación de Equipos de computación | \$ 833,33 | \$ 833,33 | \$ 833,33 | \$ 897,28 | \$ 897,28 |
| Total | \$ 50.102,98 | \$ 55.293,53 | \$ 58.300,61 | \$ 58.382,70 | \$ 58.139,81 |

Para los gastos financieros se ha resumido los valores determinados en intereses en la tabla de amortización que se elaboró en Presupuesto.

Tabla 28.*Resumen de gastos financieros.*

| Gastos Financieros Año (US Dólares) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--------------------|--------------------|------------------|----------------|----------------|
| Rubros / Años: | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Otros gastos financieros | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Intereses crédito | \$ 1.887,67 | \$ 1.236,39 | \$ 467,10 | \$ - | \$ - |
| Total | \$ 1.887,67 | \$ 1.236,39 | \$ 467,10 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |

Para estimar las ventas a 5 años, se ha tomado el dato de ventas en el año 1 y un crecimiento debido a la inflación determinada en el apartado Presupuesto.

Tabla 29.

Ingresos estimados a 5 años.

| Ingresos Estimados Año (US Dólares) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Rubros / Años: | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Ventas demanda insatisfecha | \$142.780,95 | \$146.343,33 | \$149.994,60 | \$153.736,96 | \$157.572,70 |
| Total | \$ 142.780,95 | \$ 146.343,33 | \$ 149.994,60 | \$ 153.736,96 | \$ 157.572,70 |

13.2 Estado de pérdidas y ganancias

A través del resumen de datos se ha elaborado el estado de pérdidas y ganancias que se muestra como sigue:

Tabla 30.*Estado de pérdidas y ganancias.*

| Conceptos | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingreso por Ventas | \$142.780,95 | \$146.343,33 | \$149.994,60 | \$153.736,96 | \$157.572,70 |
| Costo de ventas | \$14.278,09 | \$14.634,33 | \$14.999,46 | \$15.373,70 | \$15.757,27 |
| Utilidad Bruta en Ventas | \$128.502,85 | \$131.709,00 | \$134.995,14 | \$138.363,27 | \$141.815,43 |
| <Gastos Ventas> | \$46.364,30 | \$49.787,53 | \$51.686,35 | \$53.664,09 | \$55.724,23 |
| Utilidad Neta en Ventas | \$82.138,55 | \$81.921,47 | \$83.308,79 | \$84.699,18 | \$86.091,20 |
| <Gastos Administración> | \$50.102,98 | \$55.293,53 | \$58.300,61 | \$58.382,70 | \$58.139,81 |
| Utilidad Operacional | \$32.035,57 | \$26.627,94 | \$25.008,18 | \$26.316,47 | \$27.951,39 |
| <Gastos Financieros> | \$1.887,67 | \$1.236,39 | \$467,10 | \$- | \$- |
| Utilidad Antes de impuesto/pp | \$30.147,90 | \$25.391,55 | \$24.541,08 | \$26.316,47 | \$27.951,39 |
| 15% Trab. | \$4.522,18 | \$3.808,73 | \$3.681,16 | \$3.947,47 | \$4.192,71 |
| Utilidad Antes de impuesto | \$25.625,71 | \$21.582,81 | \$20.859,91 | \$22.369,00 | \$23.758,68 |
| 25% IR | \$6.406,43 | \$5.395,70 | \$5.214,98 | \$5.592,25 | \$5.939,67 |
| Utilidad o Pérdida | \$19.219,28 | \$16.187,11 | \$15.644,94 | \$16.776,75 | \$17.819,01 |
| 10% RESERVAS | \$1.921,93 | \$1.618,71 | \$1.564,49 | \$1.677,68 | \$1.781,90 |
| UTILIDAD DE DIVIDENDOS | \$17.297,36 | \$14.568,40 | \$14.080,44 | \$15.099,08 | \$16.037,11 |

13.3 Tasa mínima de rendimiento T(MAR)

Para determinar la tasa mínima de rendimiento, se ha utilizado la ecuación establecida que se muestra.

$$T(\text{MAR}) = (\% \text{ de obligaciones} * \text{tasa activa}) + (\text{porcentaje del aporte de la empresa} * (\text{tasa pasiva} + \% \text{ de la inflación}))$$

Con los datos ya obtenidos se realizan los reemplazos respectivos y se obtiene el valor de $T(MAR)$.

Tabla 31.

Valores para determinación de $T(MAR)$

| | |
|---|---------------|
| TASA ACTIVA FINANCIERA | 16,77% |
| TASA PASIVA | 6,90% |
| INFLACIÓN | 2,50% |
| % OBLIGACIONES (PASIVOS) | 50,00% |
| % DE APOORTE DE LA EMPRESA (PATRIMONIO) | 50,00% |

Mediante los cálculos se tiene un resultado de 13,08%. Para que el proyecto sea rentable debe por lo menos superar esta tasa determinada.

13.4 Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se considerarán los costos fijos, variables y totales.

Tabla 32.

Resumen de costos.

| CUENTAS | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | COSTOS TOTALES |
|------------------------|---------------------|-------------------------|-----------------------|
| GASTOS VENTAS | \$46.364,30 | \$14.278,09 | \$60.642,39 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | \$50.102,98 | \$- | \$50.102,98 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$1.887,67 | \$- | \$1.887,67 |
| TOTAL | \$98.354,96 | \$14.278,09 | \$112.633,05 |

El cálculo se realizará a través de la ecuación de costos variables, precio de venta y costos fijos. Donde PV es el precio de venta según ingresos determinados, CV es el costo de

venta debido a las comisiones que recibirán los asesores comerciales, y los costos fijos se muestran en la tabla que antecede.

Tabla 33.

Cálculo del punto de equilibrio.

| | |
|-------------|---------------------|
| PE = | CF |
| | 1- (CV/PV) |
| PV | \$142.780,95 |
| CV | \$14.278,09 |
| CF | \$98.354,96 |
| PE = | \$109.283,28 |

Una vez determinado el punto de equilibrio, para elaborar la gráfica, se han asignado valores mayores y menores al punto de equilibrio y así obtener los puntos.

Tabla 34.

Datos asignados para graficar el punto de equilibrio.

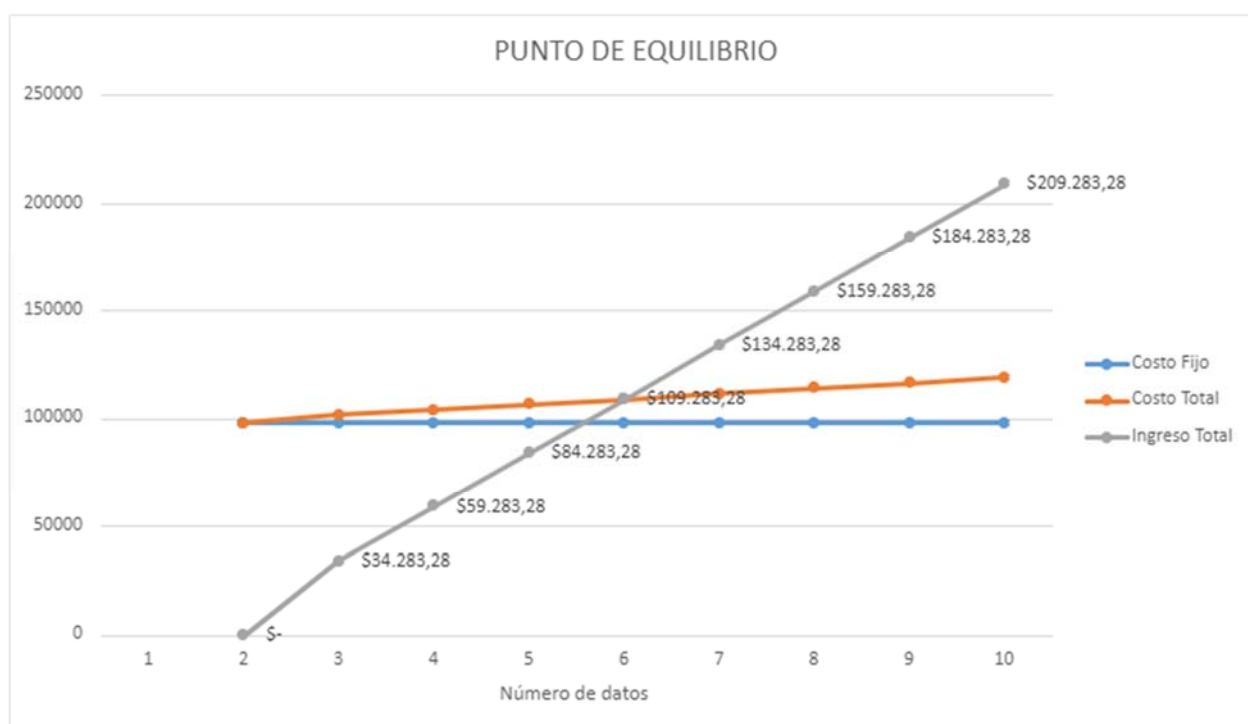
| Núm. de datos | Costos de ventas variables | Costo Fijo | Costo Total | Ingreso Total | Perdida o Utilidad |
|----------------------|-----------------------------------|-------------------|--------------------|----------------------|---------------------------|
| 1 | \$- | \$98.354,96 | \$98.354,96 | \$- | \$- 98.354,96 |
| 2 | \$3.428,33 | \$98.354,96 | \$101.783,28 | \$34.283,28 | \$- 67.500,00 |
| 3 | \$5.928,33 | \$98.354,96 | \$104.283,28 | \$59.283,28 | \$- 45.000,00 |
| 4 | \$8.428,33 | \$98.354,96 | \$106.783,28 | \$84.283,28 | \$- 22.500,00 |
| 5 | \$10.928,33 | \$98.354,96 | \$109.283,28 | \$109.283,28 | \$- |
| 6 | \$13.428,33 | \$98.354,96 | \$111.783,28 | \$134.283,28 | \$22.500,00 |
| 7 | \$15.928,33 | \$98.354,96 | \$114.283,28 | \$159.283,28 | \$45.000,00 |

| | | | | | |
|---|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|
| 8 | \$18.428,33 | \$98.354,96 | \$116.783,28 | \$184.283,28 | \$67.500,00 |
| 9 | \$20.928,33 | \$98.354,96 | \$119.283,28 | \$209.283,28 | \$90.000,00 |

El punto 5 representa el equilibrio. En la imagen siguiente se muestra la gráfica correspondiente a los datos asignados.

Figura 75.

Punto de equilibrio



Para la comprobación del punto de equilibrio se ha reemplazado el dato de ingresos por ventas al valor en el equilibrio y se obtiene una utilidad de cero, lo cual comprueba que está correctamente determinado como sigue en la tabla:

Tabla 35.*Comprobación del punto de equilibrio.*

| Concepto | VALORES |
|-------------------------------|----------------|
| Ingreso por Ventas | \$109.283,28 |
| Costo de ventas | \$10.928,33 |
| Utilidad Bruta en Ventas | \$98.354,96 |
| Gastos Ventas | \$46.364,30 |
| Utilidad Neta en Ventas | \$51.990,66 |
| Gastos Administración | \$50.102,98 |
| Utilidad Operacional | \$1.887,67 |
| Gastos Financieros | \$1.887,67 |
| Utilidad Antes de impuesto/pp | \$- |
| 15% Trab. | \$- |
| Utilidad Antes de impuesto | \$- |
| 25% IR | \$- |
| Utilidad o Pérdida | \$- |
| 10% RESERVAS | \$- |
| UTILIDAD DE DIVIDENDOS | \$- |

13.5 Análisis de sensibilidad.**Escenario previsto:**

Se evaluará primero el escenario previsto, que como se mencionó será cuando el porcentaje de comisión que brinde la aseguradora a la organización sea del 17%, que es el caso que se mostró en los cálculos anteriores.

Tabla 36.

Flujo de efectivo escenario previsto.

| AÑOS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Conceptos: | | | | | | |
| Utilidad o Pérdida | | \$38.494,7 | \$35.943,4 | \$35.894,2 | \$37.531,2 | \$39.091,3 |
| Depreciación | | \$833,3 | \$833,3 | \$833,3 | \$897,2 | \$897,2 |
| Flujo operativo | | \$39.328,1 | \$36.776,8 | \$36.727,5 | \$38.428,5 | \$39.988,6 |
| Inversiones | | | | | | |
| Activos Fijos | \$2.500,0 | | | | | |
| Capital de trabajo | \$23.208,0 | | | | | |
| Flujo Neto | \$-25.708,0 | \$39.328,1 | \$36.776,8 | \$36.727,5 | \$38.428,5 | \$39.988,6 |

A partir del flujo neto se determinarán los valores de TIR y VAN para este escenario y la relación beneficio / costo, obteniendo los datos que se muestran en la tabla que sigue:

Tabla 37.

Valores TIR, VAN y R B/C para el escenario previsto.

| | |
|------------|---------------------|
| VAN | \$ 37.659,77 |
| TIR | 65,88% |
| R B/C | \$ 2,46 |

Finalmente se determinará el valor del período de recuperación de la inversión.

Tabla 38.

Flujo acumulado – cálculo PRI escenario previsto.

| PERIODO | FLUJO | ACUMULADO |
|------------------|---------------|------------------|
| INVERSION | -\$ 25.708,00 | |
| 1 | \$20.052,62 | \$20.052,62 |
| 2 | \$17.020,45 | \$37.073,07 |
| 3 | \$16.478,27 | \$53.551,34 |
| 4 | \$17.674,03 | \$71.225,38 |
| 5 | \$18.716,29 | \$89.941,67 |

A partir de estos datos se obtiene un valor de 1.332 para el PRI, lo que sugiere que este bróker de fianza en línea tiene un buen potencial para ser rentable y recuperar la inversión en un tiempo razonablemente corto. Y realizando un análisis más detallado de los flujos de ingresos y costos se aprecia la viabilidad del negocio

Escenario pesimista:

Para el escenario pesimista, se tomará un 15% de porcentaje recibido por parte de las aseguradoras. A continuación, se muestra el estado de pérdidas y ganancias establecidas para este escenario ya que el valor de ingresos cambiará.

Tabla 39.*Estado de pérdidas y ganancias escenario pesimista.*

| Conceptos | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingreso por Ventas | \$125.983,19 | \$129.126,47 | \$132.348,17 | \$135.650,26 | \$139.034,74 |
| Costo de ventas | \$12.598,32 | \$12.912,65 | \$13.234,82 | \$13.565,03 | \$13.903,47 |
| Utilidad Bruta en Ventas | \$113.384,87 | \$116.213,82 | \$119.113,36 | \$122.085,23 | \$125.131,26 |
| <Gastos Ventas> | \$46.364,30 | \$49.787,53 | \$51.686,35 | \$53.664,09 | \$55.724,23 |
| Utilidad Neta en Ventas | \$67.020,57 | \$66.426,29 | \$67.427,01 | \$68.421,15 | \$69.407,03 |
| <Gastos Administración> | \$50.102,98 | \$55.293,53 | \$58.300,61 | \$58.382,70 | \$58.139,81 |
| Utilidad Operacional | \$16.917,59 | \$11.132,76 | \$9.126,39 | \$10.038,44 | \$11.267,22 |
| <Gastos Financieros> | \$1.887,67 | \$1.236,39 | \$467,10 | \$- | \$- |
| Utilidad Antes de impuesto/pp | \$15.029,91 | \$9.896,37 | \$8.659,29 | \$10.038,44 | \$11.267,22 |
| 15% Trab. | \$2.254,49 | \$1.484,46 | \$1.298,89 | \$1.505,77 | \$1.690,08 |
| Utilidad Antes de impuesto | \$12.775,43 | \$8.411,91 | \$7.360,40 | \$8.532,68 | \$9.577,14 |
| 25% IR | \$3.193,86 | \$2.102,98 | \$1.840,10 | \$2.133,17 | \$2.394,28 |
| Utilidad o Pérdida | \$9.581,57 | \$6.308,94 | \$5.520,30 | \$6.399,51 | \$7.182,85 |
| 10% RESERVAS | \$958,16 | \$630,89 | \$552,03 | \$639,95 | \$718,29 |
| UTILIDAD DE DIVIDENDOS | \$8.623,41 | \$5.678,04 | \$4.968,27 | \$5.759,56 | \$6.464,57 |

Con estos datos se determina el nuevo flujo de efectivo para los cálculos de TIR y

VAN.

Tabla 40.*Flujo de efectivo escenario pesimista.*

| AÑOS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Conceptos | | | | | | |
| : | | | | | | |
| Utilidad o Pérdida | | \$38.494,71 | \$35.943,46 | \$35.894,21 | \$37.531,24 | \$39.091,32 |
| Costos imputados | | \$833,33 | \$833,33 | \$833,33 | \$897,28 | \$897,28 |
| Gastos Financieros (intereses) | | \$1.887,67 | \$1.236,39 | \$467,10 | \$- | \$- |
| Flujo operacional | | \$41.215,72 | \$38.013,19 | \$37.194,64 | \$38.428,52 | \$39.988,60 |
| Inversiones | | | | | | |
| Activos Fijos | \$2.500,00 | | | | | \$- |
| Capital de trabajo | \$23.208,00 | | | | | |
| Flujo Neto | \$-25.708,00 | \$41.215,72 | \$38.013,19 | \$37.194,64 | \$38.428,52 | \$39.988,60 |

Con el flujo neto se obtendrá el TIR, VAN y Costo beneficio.

Tabla 41.*Valores TIR, VAN y R B/C para el escenario pesimista.*

| | |
|--------------|--------------------|
| VAN | \$ 2.312,87 |
| TIR | 16,92% |
| R B/C | \$ 1,09 |

Tabla 42.

Flujo acumulado – cálculo PRI escenario pesimista.

| PERIODO | FLUJO | ACUMULADO |
|------------------|---------------|------------------|
| INVERSIÓN | -\$ 25.708,00 | |
| 1 | \$10.414,91 | \$10.414,91 |
| 2 | \$7.142,27 | \$17.557,18 |
| 3 | \$6.353,64 | \$23.910,82 |
| 4 | \$7.296,79 | \$31.207,61 |
| 5 | \$8.080,13 | \$39.287,74 |

Con estos valores se obtiene un valor del PRI de 3,246.

Escenario optimista:

Para el escenario optimista, se tomará un 21% de porcentaje recibido por parte de las aseguradoras. A continuación, se muestra el estado de pérdidas y ganancias establecidas para este escenario ya que el valor de ingresos cambiará.

Tabla 43.*Estado de pérdidas y ganancias escenario optimista.*

| Conceptos | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingreso por Ventas | \$176.376,46 | \$180.777,06 | \$185.287,44 | \$189.910,37 | \$194.648,63 |
| Costo de ventas | \$17.637,65 | \$18.077,71 | \$18.528,74 | \$18.991,04 | \$19.464,86 |
| Utilidad Bruta en Ventas | \$158.738,82 | \$162.699,35 | \$166.758,70 | \$170.919,33 | \$175.183,77 |
| <Gastos Ventas> | \$46.364,30 | \$49.787,53 | \$51.686,35 | \$53.664,09 | \$55.724,23 |
| Utilidad Neta en Ventas | \$112.374,52 | \$112.911,82 | \$115.072,35 | \$117.255,24 | \$119.459,54 |
| <Gastos Administración > | \$50.102,98 | \$55.293,53 | \$58.300,61 | \$58.382,70 | \$58.139,81 |
| Utilidad Operacional | \$62.271,53 | \$57.618,29 | \$56.771,74 | \$58.872,54 | \$61.319,72 |
| <Gastos Financieros> | \$1.887,67 | \$1.236,39 | \$467,10 | \$- | \$- |
| Utilidad Antes de impuesto/pp | \$60.383,86 | \$56.381,90 | \$56.304,64 | \$58.872,54 | \$61.319,72 |
| 15% Trab. | \$9.057,58 | \$8.457,28 | \$8.445,70 | \$8.830,88 | \$9.197,96 |
| Utilidad Antes de impuesto | \$51.326,28 | \$47.924,61 | \$47.858,94 | \$50.041,66 | \$52.121,77 |
| 25% IR | \$12.831,57 | \$11.981,15 | \$11.964,74 | \$12.510,41 | \$13.030,44 |
| Utilidad o Pérdida | \$38.494,71 | \$35.943,46 | \$35.894,21 | \$37.531,24 | \$39.091,32 |
| 10% RESERVAS | \$3.849,47 | \$3.594,35 | \$3.589,42 | \$3.753,12 | \$3.909,13 |
| UTILIDAD DE DIVIDENDOS | \$34.645,24 | \$32.349,11 | \$32.304,79 | \$33.778,12 | \$35.182,19 |

Con estos datos se determina el nuevo flujo de efectivo para los cálculos de

TIR y VAN.

Tabla 44.*Flujo de efectivo escenario optimista.*

| AÑOS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Conceptos: | | | | | | |
| Utilidad o Pérdida | | \$38.494,72 | 35.943,47 | 35.894,21 | \$37.531,25 | \$39.091,33 |
| Depreciación | | \$833,33 | \$833,33 | \$833,33 | \$897,28 | \$897,28 |
| Flujo operacional | | \$39.328,05 | \$36.776,80 | \$36.727,55 | \$38.428,53 | \$39.988,61 |
| Inversiones | | | | | | |
| Activos Fijos | \$2.500,00 | | | | | |
| Capital de trabajo | \$23.208,00 | | | | | |
| Flujo Neto | \$-25.708,00 | \$39.328,05 | \$36.776,80 | \$36.727,55 | \$38.428,53 | \$39.988,61 |

Con el flujo neto se obtendrá el TIR, VAN y Costo beneficio.

Tabla 45.*Valores TIR, VAN y R B/C para el escenario optimista.*

| | |
|--------------|----------------------|
| VAN | \$ 108.353,56 |
| TIR | 147,88% |
| R B/C | \$ 5,21 |

Tabla 46.

Flujo acumulado – cálculo PRI escenario optimista.

| PERIODO | FLUJO | ACUMULADO |
|------------------|---------------|------------------|
| INVERSIÓN | -\$ 25.708,00 | |
| 1 | \$41.469,77 | \$41.469,77 |
| 2 | \$38.971,95 | \$80.441,71 |
| 3 | \$38.977,47 | \$119.419,18 |
| 4 | \$40.734,58 | \$160.153,76 |
| 5 | \$42.352,20 | \$202.505,96 |

Con estos valores se obtiene un valor del PRI de 0,596.

Se muestra que en los 3 escenarios se tienen valores de TIR mayores al T(MAR) y valores positivos de VAN. Lo cual demuestra la viabilidad del presente proyecto.

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1 Conclusiones

El proyecto se presenta como una propuesta innovadora en un mercado regional sin competidores directos. La combinación de tecnología y asesoría en línea abre un espacio para satisfacer una necesidad latente en el sector de seguros de fianzas en la Región Austral de Ecuador. La ausencia de opciones similares en la zona brinda una oportunidad única para posicionarse como líder en el campo, permitiendo no solo la captación de una parte considerable del mercado, sino también la creación de un valor agregado para los proveedores al simplificar y agilizar sus procesos contractuales. Con una implementación efectiva y estrategias de marketing adecuadas, el proyecto tiene el potencial de lograr un impacto significativo y sostenible en el panorama regional de corretaje de seguros de fianzas.

Se tienen resultados positivos en el análisis financiero, se han determinado valores en los 3 escenarios de TIR que son mayores a la Tasa Mínima de Retorno, de esta manera se evidencia la rentabilidad del proyecto.

Nuestro bróker de seguros de fianza en línea ha destacado una propuesta de valor sólida y diferenciadora. Nuestra plataforma en línea ofrece comodidad, agilidad y transparencia a nuestros clientes, permitiéndoles adquirir fácilmente seguros de fianza y gestionar sus pólizas de manera eficiente. Además, nos enfocamos en la excelencia en el servicio al cliente, brindando una atención personalizada y profesional a cada uno de nuestros clientes.

La implementación de tecnología de vanguardia y prácticas sostenibles refuerza nuestro compromiso con la innovación y la responsabilidad social corporativa. Con estas fortalezas, estamos seguros de que nuestro bróker de seguros de fianza en línea logrará un crecimiento sostenido en el mercado y se posicionará como líder en nuestra industria,

generando rentabilidad y valor para nuestros clientes, colaboradores, proveedores y accionistas.

14.2 Recomendaciones

Será crucial establecer estrategias de marketing dirigidas hacia los proveedores de la Región Austral, resaltando la conveniencia y ventajas de acceder a asesoría especializada en seguros de fianzas. A su vez, considerar la incorporación de herramientas de comunicación y soporte en tiempo real, lo cual mejorará aún más la experiencia del usuario, fortaleciendo la propuesta de valor del proyecto.

Como parte de nuestro compromiso de ser una empresa socialmente responsable, se recomienda que nuestra empresa de corretaje en línea de seguros de fianza implemente prácticas sostenibles expuesta en este plan, en nuestras operaciones diarias. Esto podría implicar tomar medidas para reducir nuestro impacto ambiental, promover la transparencia en las transacciones y apoyar la inclusión financiera. Al hacerlo, no solo contribuimos a un futuro más sostenible y justo, sino que también fortalecemos nuestra reputación, aumentando la lealtad de los clientes y atrayendo nuevos segmentos de mercado que valoran la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. Estas prácticas sostenibles nos brindarán beneficios tangibles, como una mayor eficiencia operativa, ahorro de costos y la oportunidad de destacarnos en un mercado cada vez más consciente de la responsabilidad social y ambiental.

15. REFERENCIAS

- Abel, V. (2018). *El Seguro. Hacia una reconfiguración del Contrato*. Madrid: ARANZADI / CIVITAS.
- Aguilar, L. (1982). *Contratos civiles*. México: Editorial Porrúa.
- Arista Global Ecuador. (2023). *Outsourcing contable*. Obtenido de <https://arista.global/services/outsourcing-contable/>
- Aseguradora del Sur. (2023). *INCENTIVO SEMANAL RIESGOS*. Obtenido de <https://aseguradoradelsur.com/home>
- Ávila, L. (2002). *La fianza mercantil*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Tasas de Interés junio 2022*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes062022.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Índice de precios al consumidor*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/Indices/m2056062023.html>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA REPORTÓ UN CRECIMIENTO INTERANUAL DE 4,3% EN EL CUARTO TRIMESTRE DE 2022*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-reporto-un-crecimiento-interanual-de-4-3-en-el-cuarto-trimestre-de-2022#:~:text=A%20pesar%20de%20las%20p%3%A9rdidas,en%20septiembre%20del%20a%3%B1o%20anterior.>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Salarios*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/bi_menuSalarios.html
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Tasas de Interés Junio 2023*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *ZONAL AUSTRO*. Obtenido de <https://bde.fin.ec/zonal-austro/>
- Banco de la República de Colombia. (2020). *¿Por qué es importante tener una inflación baja y estable?* Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-importante-tener-una-inflacion-baja-y-estable#:~:text=Una%20inflacion%3%B3n%20baja%20promueve%20el,para%20defenderse%20de%20la%20inflacion%3%B3n.>
- BANCO PICHINCHA. (2023). *TASAS DE INTERÉS PASIVAS Y MONTOS DE APERTURA*. Obtenido de https://www.pichincha.com/portal/Portals/0/Transparencia/TARIFARIO_UNIFICADO_INFORMATIVO_%20AGENCIA_23082023.pdf?ver=XkzDkVjcG-040asuUGx7QA%3d%3d
- Cámara de Madrid. (2021). *Plan de Marketing, qué es y pasos claves para realizarlo*. Obtenido de <https://www.mba-madrid.com/marketing/plan-marketing-como-hacer/>
- CLARO ECUADOR. (2023). *Planes móviles*. Obtenido de <https://catalogo.claro.com.ec/planes-moviles/ver-mas/plan-basico-plus-plus-mar23>
- COMUNICARE. (2019). *CRITERIOS DE MARKETING*. Obtenido de <https://www.comunicare.es/criterios-de-marketing/#:~:text=Conocer%20a%20los%20consumidores%2C%20sus,de%20ser%20de%20los%20consumidores.>
- CONFIANZA. (2023). *Fianzas*. Obtenido de <https://www.confianza.com.ec/productos/fianzas/>
- Corporación del Seguro de Depósitos (08 de 2016). Obtenido de <https://www.cosedo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/LEY-GENERAL-SEGUROS.pdf>
- Coworking Cuenca. (2023). *Meeting room*. Obtenido de <https://www.coworkingcuenca.com/meeting-room>
- DOMINIOS ECUADOR. (2023). *Ofertas en Combos*. Obtenido de

- <https://dominioecuador.ec/index.php?rp=/store/ofertas-en-combos>
- El Universo. (2023). *Tasas de interés para crédito corporativo y empresarial subieron desde el 1 de enero de 2023*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/tasas-de-interes-para-credito-corporativo-y-empresarial-subieron-desde-el-1-de-enero-de-2023-aqui-todas-las-tasas-vigentes-nota/>
- FASECOLDA. (2020). *Definición de los Indicadores del sector*. Obtenido de <https://www.fasecolda.com/fasecolda/estadisticas-del-sector/definicion-de-los-indicadores-del-sector/>
- Fernández, S. (2010). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. San José: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- González, J. (2020). *Incidencia de la lógica del cambio en la viabilidad organizacional: Conceptos de transmisión y distribución. Modelación de líneas y redes*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco.
- INEC. (2022). *Indicadores de Pobreza y Desigualdad*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2022/Diciembre_2022/202212_PobrezayDesigualdad.pdf
- INEC. (2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU Indicadores laborales, I trimestre de 2023*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Trimestre_I/2023_I_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (2023). *Estadísticas*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- INEC. (2023). *Indicadores laborales*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2023/Trimestre_I/2023_I_Trimestre_Mercado_Laboral.pdf
- INEC. (2023). *Índice de Precios al Consumidor (IPC) Mayo - 2023*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2023/Mayo/01%20ipc%20Presentacion_IPC_may2023.pdf
- Izquierdo, C. (2011). *Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas*. Obtenido de <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/1.2011.06>
- LEXCIÁS. (2023). *Plataforma de Servicios Empresariales*. Obtenido de <https://lexcias.com/>
- Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos (17 de Abril de 2002).
- Ley de Seguros (Asamblea Nacional 14 de septiembre de 2014).
- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (04 de Agosto de 2008).
- Miñarro, M. (2022). *Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>
- Monalisa Media. (2023). *Manejo de redes*. Obtenido de <https://monalisamedia.com/manejo-de-redes-sociales/>
- NOVICOMPU. (2023). *Laptops*. Obtenido de <https://www.novicompu.com/laptop-hp-14--14hd--core-i5-1135g7-8gb-ram--256gb-gray/p>
- Ogáyar, D. (2015). *Análisis de riesgos y medios de cobertura en las operaciones de comercio internacional*. Málaga: Editorial Elearning SL.
- Ortega, F. (2020). *Resultado, rentabilidad y caja*. Madrid: ESIC Editorial.
- PRIMICIAS. (2023). *El sector productivo proyecta un aumento de ventas de 6% en 2023*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ventas-incremento-empresas-sectores/#:~:text=La%20proyecci%C3%B3n%20del%20Comit%C3%A9%20Empresarial,los%20sectores%20a%20escala%20nacional.>
- Sánchez, J. (2020). *Plan de marketing*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-marketing.html>
- Security Data. (2023). *Firma electrónica*. Obtenido de <https://www.securitydata.net/ec/firma->

- electronica-en-ecuador/#planes_fe
- SERCOP. (2023). *Proveedores del Estado*. Obtenido de <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/proveedores-del-estado/>
- Soro, O. (2014). *Los contratos como fuente de normas: Contratos marco, contratos normativos y contratos de colaboración*. España: Editorial Reus.
- Stiglitz, R. (2004). *Derecho de seguros - Volumen 1*. Buenos Aires: Editorial La Ley.
- Superintendencia de Compañías (2023). Obtenido de SUPERCIAS:
<https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInformacion/seguros.html>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). *PORTAL DE INFORMACIÓN - INTERMEDIARIOS DE SEGUROS*. Obtenido de https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Seguros%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Ranking%20Comisiones%20Asesores-Per
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). *PORTAL DE INFORMACIÓN / SEGUROS*. Obtenido de <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInformacion/seguros.html>
- Tapia, E. (2023). *FMI: PIB de Ecuador crecerá 2,9% en 2023 y desempleo caerá*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/fmi-crecimiento-pib-ecuador-desempleo/>
- Veiga, A. (2018). *El Seguro, Hacia un reconfiguración del Contrato*.
- Veiga, A. (2018). *El seguro. Hacia una reconfiguración del contrato*. Arazndi/Civitas.
- Veiga, A. (2018). *El seguro. Hacia una reconfiguración del contrato*. Arazndi, Civitas.
- Veiga, A. (2018). *El Seguro. Hacia una reconfiguración del Contrato*. Madrid: ARANZADI/CIVITAS.
- Veiga, A. (2021). *Tratado del Contrato de Seguro*. España: ARAZNDI.
- Veiga, A. (2021). *Tratado de seguro*. Madrid: ARAZNDI CIVITAS.
- Veiga, A. (2021). *Tratado del Contrato de Seguro*. España: ARANZADI/CIVITAS.
- Veiga, A. (2021). *Tratado del Contrato de Seguro*. España : ARANZADI/CIVITAS.
- Veiga, A. (2021). *Tratado del Contrato de Seguro Tomo I-Volumen I*. Madrid: ARANZADI/CIVITAS.
- VERITAS CEDIS. (19 de Junio de 2023). Proforma CAI WORLD. Quito, Pichincha, Ecuador.
- XTRIM. (2023). *Planes de Internet Hogar*. Obtenido de <https://www.xtrim.com.ec/internet/>
- Zamarreño, G. (2020). *Análisis de Mercado*. Editorial Elearning.

ANEXO A: PROFORMAS PARA DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTO

Cotización constitución compañía.



COTIZACIÓN

Cotización No 02023-006-252

Fecha: 29/06/2023

Cliente:

Verónica zambrano

RUC/C.I.:

| SERVICIO | Cantidad | Precio | Total |
|--|----------|-----------|------------------|
| • Honorarios Proceso Constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada para Broker de Seguros | 1 | \$ 357.14 | \$ 357.14 |
| • Libro de Socios y Participaciones | 1 | \$ 40.00 | \$ 40.00 |
| • Certificados de Participaciones | 1 | \$ 40.00 | \$ 40.00 |
| Sub-total : | | | \$ 437.14 |
| IVA (12%) | | | \$ 52.46 |
| Total : | | | \$ 489.60 |

Valores para certificación de bróker.

Programa Especializado de Seguros

Santiago Cortés, CEO
Director Académico

Insurance Escuela de Seguros del Ecuador es un centro de alto rendimiento en el desarrollo del conocimiento del seguro privado, transformando mediante herramientas técnico didácticas de vanguardia al funcionario del Mercado Asegurador en un ejecutivo de éxito, que aporta eficaz y significativamente en su entorno laboral.

El Programa Especializado en Seguros está orientado a elevar el nivel de conocimiento de seguros de manera progresiva a través del fundamento técnico, se realizará un recorrido desde la historia del seguro para comprender su importancia y se seguirá profundizando hasta entender las técnicas para la distribución del riesgo las cuales estabilizan el negocio de los seguros.

Péñsum

Bases Técnicas y Legal

- Historia y Mercado de Seguros
- Bases Técnicas
- Régimen Legal y Contrato de Seguros
- El Seguro
- Tasa, Prima y Deducible
- Ley General de Seguros

Gestión de Riesgos

- Definición del Riesgo
- La Inspección de Riesgos
- Técnicas de Retención del Riesgo
- La Matriz del Riesgo
- Administración del Riesgo
- La Transferencia del Riesgo

Responsabilidades Generales

- Vehículos
- Responsabilidad Civil
- Lucro Cesante
- Transporte

Responsabilidades Específicas

- Incendio
- Robo
- Equipo y Maquinaria
- Rotura de Maquinaria
- Equipo Electrónico
- Car

Training de Seguros

- Austes y Liquidación de Sinistros
- Ingeniería Forense del Sinistro

Vida y Asistencia Médica

- Vida Colectivo
- Vida Individual
- Asistencia Médica
- Accidentes Personales

Visión Empresarial

- Fianzas I
- Fianzas II
- Reaseguros I
- Reaseguros II

Costo: \$1350.00

Valores para actualización tributaria.



ASESORIAS TRIBUTARIAS S.A.
Noronjo - Reyes

ASESORIASTRIBUTARIAS S.A.

R.U.C.: 0993152013001

DIR. MATRIZ: GUAYAS / GUAYAQUIL / BOLMAR
(SAGRARIO) / FEBRES CORDERO 717

DIR. SUCURSAL: GUAYAS / GUAYAQUIL / BOLMAR
(SAGRARIO) / FEBRES CORDERO 717

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

CONTRIBUYENTE ESPECIAL: NO
Régimen General

FACTURA

No. 001-002-000000646

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN:
3107202301099315201300120010020000006460000000018

FECHA DE AUTORIZACIÓN: 2023-07-31 15:34:46

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: Normal

CLAVE DE ACCESO:



3107202301099315201300120010020000006460000000018

Razón Social / Nombres y Apellidos: ZAMORA LOOR ELSA DIOGENA

RUC/CI: 1721144184001 **Fecha Emisión:** 31/07/2023 **Guía Remisión:**

Dirección: GUAYAQUIL

| Código Principal | Código Auxiliar | Cantidad | Descripción | Detalle Adicional | Precio Unitario | Desc. | Precio Total |
|------------------|-----------------|----------|---------------------------------------|-------------------|-----------------|-------|--------------|
| SEV004 | | 2 | Actualización tributaria y societaria | | 100 | 0.00 | 200.00 |

Información adicional

| Forma de pago | Valor | Plazo |
|---|--------|--------|
| 20-OTROS CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO | 224.00 | 0 DÍAS |

| | |
|---------------------------|---------------|
| SUBTOTAL IVA 12% | 200.00 |
| SUBTOTAL IVA 0% | 0.00 |
| SUBTOTAL NO OBJETO DE IVA | 0.00 |
| SUBTOTAL EXENTO DE IVA | 0.00 |
| SUBTOTAL SIN IMPUESTOS | 200.00 |
| TOTAL DESCUENTO | 0.00 |
| ICE | 0.00 |
| IVA 12% | 24.00 |
| IRBPNR | 0.00 |
| PROPINA | 0.00 |
| VALOR A PAGAR | 224.00 |

Cotización de responsabilidad civil.

Responsabilidad Civil Profesional

Cotizador De Seguro De Responsabilidad Civil Profesional

RUC / CÉDULA: 1721144184001
NOMBRE DE LA EMPRESA: ZAMORA LOOR ELSA DIOGENA
CÉDULA DEL SOLICITANTE: 1721144184
NOMBRE DEL SOLICITANTE: ZAMORA LOOR ELSA DIOGENA
PROVINCIA: GUAYAS
CIUDAD: GUAYAQUIL
DIRECCIÓN: URB MALAGA 1
FECHA: Martes, 22 de Agosto de 2023
BROKER: Ejecutiva comercial

INFORMACIÓN DEL ASEGURADO

ACTIVIDAD: PRODUCTOR DE SEGUROS
LÍMITE POR EVENTO Y AGREGADO ANUAL: USD 250.000
FACTURACIÓN ANUAL: Mayor a USD 100000 y hasta USD 150000
DEDUCIBLE POR EVENTO: USD 2000.00

| AMPAROS ADICIONALES | SUBLÍMITE POR EVENTO Y AGREGADO |
|--|---|
| PERDIDA DE DOCUMENTOS: | USD 5.000 |
| INFIDELIDAD CONTRA TERCEROS (aplicable solo a personas jurídicas): | N/A |
| PERIODO DE NOTIFICACIÓN AUTOMÁTICO BILATERAL: | 30 DÍAS CALENDARIO |
| PROPIEDAD INTELECTUAL | |
| DIFAMACIÓN | |
| COMPENSACIÓN POR COMPARECENCIA EN JUICIO | GERENTE, SOCIO O ADMINISTRADOR USD \$400,00. CUALQUIER OTRO EMPLEADO USD \$200,00. |
| NUEVAS SUBSIDIARIAS | |
| PERIODO DE DESCUBRIMIENTO (Según condiciones Generales) | |

Nota: El límite asegurado indicado en la Cobertura Básica "Responsabilidad Civil Profesional" constituye el Límite máximo de Responsabilidad por parte del Asegurador. Todos los sublímites indicados en la presente oferta forman parte de dicho límite y no son en adición a éste.

PRIMA NETA (SIN IMPUESTOS):

USD 918.00

Cotización material publicitario.



CRISTIAN BOLAÑOS
TOTEM RUC: 1722217005-001
 CELULAR: 0984658840 – 099 509 3408
totemec@outlook.es
 CLIENTE: GRUPO CLAVE SEGURO
 CONTACTO:

PROFORMA 0397
 Fecha de Proforma AGOSTO, 01 2023
 Condiciones de pago 60% ANTICIPO – 40%
 CONTRAENTREGA
 Fecha de vencimiento SEPTIEMBRE 01, 2023
TOTAL, A PAGAR \$365.00

| ITEM | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--|---|----------------|-------------|
| | 3 ROLL -UP - IMPRESION EN LONA - FULL COLOR - 1440 DPI REALES - ESTRUCTURA DE ALUMINIO CON BARILLA DE SOPORTE - ESTUCHE DE ROLL UP | | \$150.00 |
| | 100 HABLADORES "A5" - IMPRESION FULL COLOR - IMPRESION EN PLEGABLE .14 | | \$215.00 |
| Nota: * El tiempo de producción comienza una vez se haya verificado un anticipo, y es de 4 días laborables, la instalación dependerá mucho del lugar y el clima para seguridad de nuestros instaladores. | | | |
| SUB TOTAL | | | \$365.00 |
| DTO. | | | \$0.00 |
| SUB TOTAL DTO. | | | \$365.00 |
| TOTAL | | | \$365.00 |

CRISTIAN JAVIER BOLAÑOS NOROÑA
 PROPIETARIO TOTEM EC
 C.I.: 1722217005

REALIZA TU PAGO CON PayPhone VISA

Cotización plataforma CAI.

| PLATAFORMA | CANTIDAD | MESES | COSTO ANUAL | IVA | TOTAL DÓLARES |
|-----------------------|----------|-------|-------------|--------|---------------|
| CAI®-World Enterprise | UNA | 12 | 720 | 86.40 | \$ 806.40 |
| CAI®-World Enterprise | UNA | 12 | 1440 | 172.80 | \$ 1612.80 |

Saludos
 Verónica de Aguirre
 Ceo Veritas CDIS

**ESTE DOCUMENTO SERVIRÁ
 PARA FINES ACADÉMICOS
 EXCLUSIVAMENTE**

Cotización redes sociales.

TOTEM RUC: 1724574643001Teléfono: 09 8465 8840
totemec@outlook.esCLIENTE: CLAVE ECUADOR
CONTACTO: +593 99 546 4094**PROFORMA****0117**

Fecha de Proforma AGOSTO 01, 2023

Condiciones de pago

50% ANTICIPO/ 50%
CONTRAENTREGA

Fecha de vencimiento SEPTIEMBRE 01, 2023

Total a pagar

\$0,00

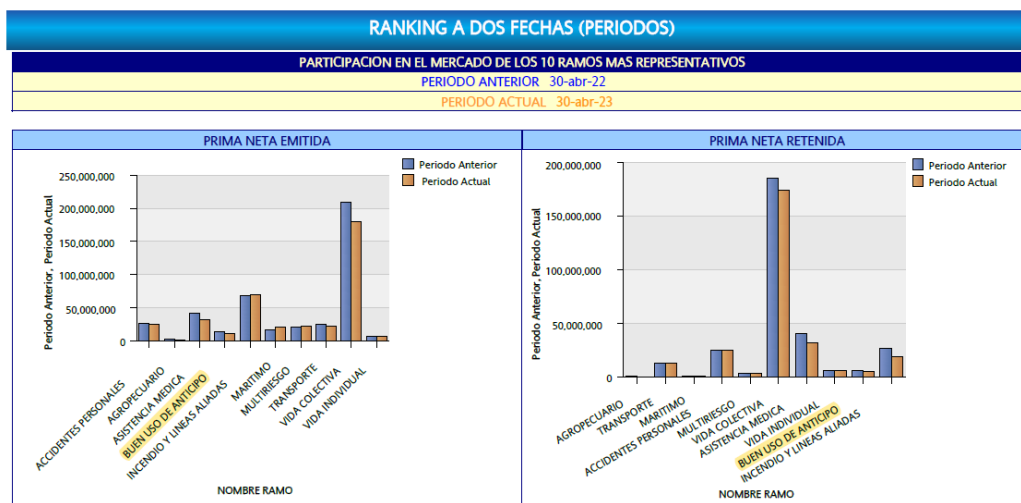
| ITEM | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|------|---|----------|----------------|-------------|
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> • PLAN SOCIAL MEDIA BÁSICO (10 CONTENIDOS) FACEBOOK / INSTAGRAM / TWITTER Incluye <ul style="list-style-type: none"> - Configuración y Análisis de Redes sociales (FACEBOOK, INSTAGRAM Y TWITTER.) - Diseño de portada Facebook GRATIS con aprobación del cliente. - Diseño y adaptación de highlight stories Instagram GRATIS. - Planificación de contenido (diseños y texto descriptivo) en calendario mensual. - Creación y publicación de 8 diseños adaptados a las diferentes redes sociales y sus historias, estados (whatsapp). - Creación y publicación de 2 videos digitales* 12 seg. Adaptados a las diferentes redes sociales y sus historias, estados (whatsapp). * 1 DE LOS VIDEOS EXTENDIDO A 1 MINUTO CON EL MENSAJE NAVIDEÑO DE LA EMPRESA. (no incluye locución en off, voz narrativa) - Manejo de comunidad básico y redireccionamiento a la persona encargada. - Reporte de estadísticas generadas por redes sociales. - * No incluye el presupuesto de pauta en Facebook e Instagram. | | | \$220 |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> • PLAN SOCIAL MEDIA ESTANDAR (16 CONTENIDOS) FACEBOOK / INSTAGRAM / TWITTER Incluye <ul style="list-style-type: none"> - Configuración y Análisis de Redes sociales (FACEBOOK, INSTAGRAM Y TWITTER.) - Diseño de portada Facebook GRATIS con aprobación del cliente. - Diseño y adaptación de highlight stories Instagram GRATIS. - Planificación de contenido (diseños y texto descriptivo) en calendario mensua . - Creación y publicación de 12 diseños adaptados a las diferentes redes sociales y sus historias, estados (whatsapp). - Creación y publicación de 4 videos digitales* 12 seg. Adaptados a las diferentes redes sociales y sus historias, estados (whatsapp). * 1 DE LOS VIDEOS EXTENDIDO A 1 MINUTO CON EL MENSAJE NAVIDEÑO DE LA EMPRESA. (no incluye locución en off, voz narrativa) - Manejo de comunidad básico y redireccionamiento a la persona encargada. - Reporte de estadísticas generadas por redes sociales. - * No incluye el presupuesto de pauta en Facebook e Instagram. | | | \$300 |

Seguros privados ranking de compañías de seguros diciembre 2022

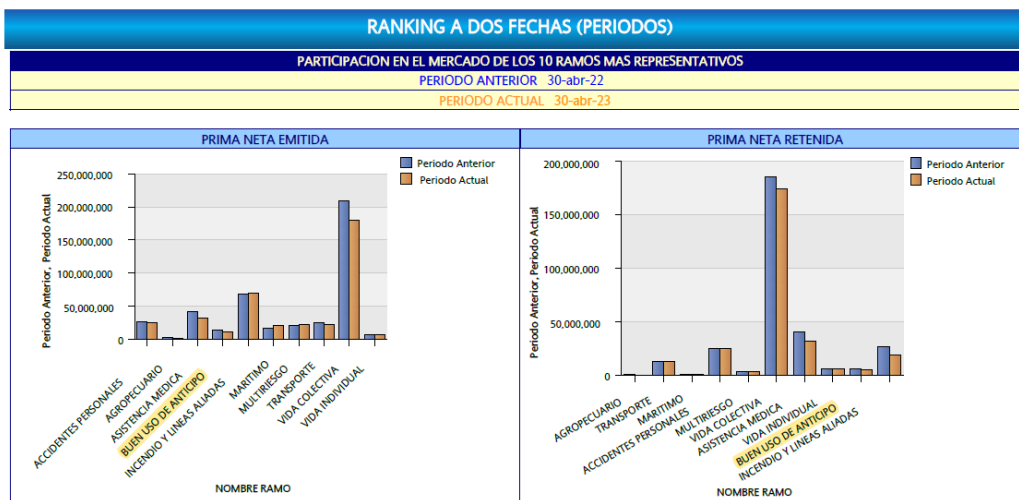
SEGUROS PRIVADOS
RANKING DE COMPAÑÍAS DE SEGUROS
RAMO:SEGUROS FIANZAS
PERIODO:DICIEMBRE-2022

| ENTIDAD | AÑO 2022 | SERIEDAD DE OFERTA | CUMPLIMIENTO DE CONTRATO | BUEN USO DE ANTICIPO | EJECUCION DE OBRA Y BUENA CALIDAD DE MATERIALES | GARANTIAS ADUANERAS | TOTAL |
|---|-----------|--------------------|--------------------------|----------------------|---|---------------------|-----------------|
| SEGUROS CONFIANZA S.A. | DICIEMBRE | \$140.089,19 | \$8.358.325,39 | \$13.209.674,89 | \$162.863,57 | \$2.388.779,05 | \$24.259.532,09 |
| EQUINOCCIAL | DICIEMBRE | \$167.802,31 | \$5.013.626,76 | \$5.756.656,08 | \$14.129,85 | \$2.573.868,12 | \$13.526.083,12 |
| ASEGURADORA DEL SUR | DICIEMBRE | \$41.221,73 | \$3.585.888,88 | \$6.416.031,90 | \$52.983,79 | \$159.833,47 | \$10.255.959,77 |
| ORIENTE SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$30.120,02 | \$3.991.080,73 | \$2.604.358,67 | \$31.319,99 | \$901.468,02 | \$7.558.347,43 |
| INTEROCEANICA C.A. DE SEGUROS. | DICIEMBRE | \$20.603,75 | \$1.811.648,24 | \$3.061.637,57 | \$0,00 | \$55.227,07 | \$4.949.116,63 |
| LATINA SEGUROS C.A. | DICIEMBRE | \$4.552,07 | \$1.453.156,06 | \$2.000.510,99 | \$20.811,02 | \$34.034,22 | \$3.513.064,36 |
| SWEADEN COMPANIA DE SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$17.990,43 | \$1.272.582,05 | \$1.079.879,14 | \$15.463,34 | \$421.423,59 | \$2.807.338,55 |
| COLON | DICIEMBRE | \$3.503,33 | \$480.938,78 | \$912.342,97 | \$0,00 | \$81.976,15 | \$1.478.761,23 |
| UNIDOS | DICIEMBRE | \$0,00 | \$356.265,51 | \$14.715,72 | \$0,00 | \$1.013.417,76 | \$1.384.398,99 |
| CONDOR | DICIEMBRE | \$0,00 | \$40.686,79 | \$80.461,74 | \$336,50 | \$673.148,15 | \$794.633,18 |
| CONSTITUCION C.A. COMPANIA DE SEGUROS | DICIEMBRE | \$6.080,96 | \$267.534,72 | \$235.597,04 | \$0,00 | \$900,00 | \$510.112,72 |
| LA UNION | DICIEMBRE | \$4.500,00 | \$157.204,23 | \$24.175,94 | \$0,00 | \$180.876,69 | \$366.756,86 |
| ECUATORIANO SUIZA | DICIEMBRE | \$1.086,21 | \$142.779,77 | \$24.434,72 | \$0,00 | \$185.853,97 | \$354.154,67 |
| MAPFRE ECUADOR COMPANIA DE SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$180.136,24 | \$22.673,58 | \$10.901,76 | \$85.138,84 | \$298.850,42 |
| ZURICH SEGUROS ECUADOR S.A. | DICIEMBRE | \$949,84 | \$153.965,80 | \$68.081,35 | \$0,00 | \$29.906,83 | \$252.903,82 |
| SEGUROS ALIANZA S.A. | DICIEMBRE | \$350,00 | \$171.978,95 | \$1.420,67 | \$0,00 | \$18.070,68 | \$191.820,30 |
| AIG METROPOLITANA | DICIEMBRE | \$0,00 | \$89.663,53 | \$60.794,07 | \$0,00 | \$0,00 | \$150.457,60 |
| LIBERTY SEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$119.235,26 | \$493,54 | \$50,00 | \$7.550,00 | \$127.328,80 |
| HISPANA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$39.243,90 | \$16.608,67 | \$827,78 | \$6.009,59 | \$62.689,94 |
| GENERALI | DICIEMBRE | \$0,00 | \$34.716,05 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$34.716,05 |
| VAZSEGUROS S.A. COMPANIA DE SEGUROS | DICIEMBRE | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$0,00 | \$32.492,75 | \$32.492,75 |
| CHUBB SEGUROS ECUADOR S.A. | DICIEMBRE | \$0,00 | \$10.037,62 | \$2.067,11 | \$0,00 | \$0,00 | \$12.104,73 |

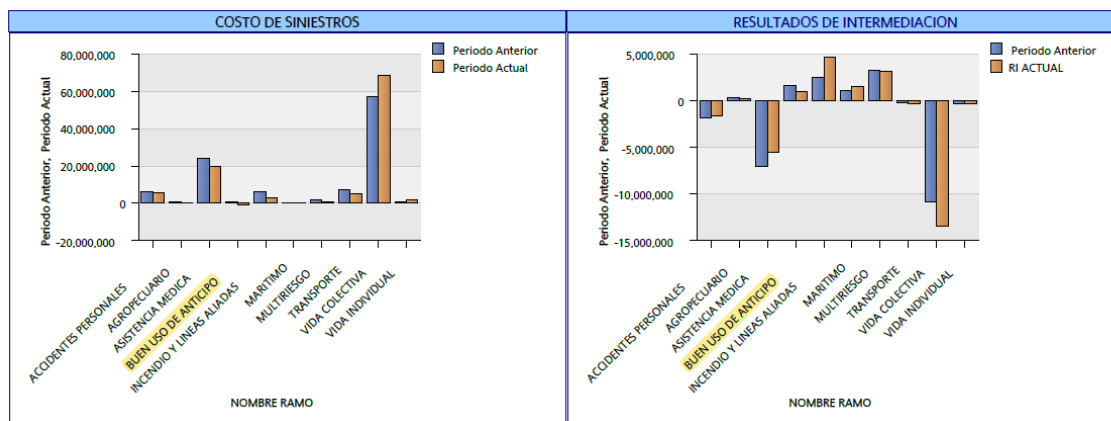
Ranking compañías de seguros ramo fianzas diciembre 2022.



Participación en el mercado de los 10 ramos más representativos.



Costos de siniestros y resultados de intermediación de los 10 ramos más importantes.



Listado de asesores de seguros en Azuay, diciembre 2022.

SEGUROS PRIVADOS
LISTADO DE ASESORES DE SEGUROS AZUAY - ECUADOR
RAMO:SEGUROS CONSOLIDADOS(VIDA Y GENERALES)
PERIODO:DICIEMBRE-2022

| Año | Valor de Comisión | Nombre de Institución | Credencial | Provincia |
|-------|-------------------|--|------------|-----------|
| 2,022 | 1175733,03 | EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA | 20020 | AZUAY |
| 2,022 | 936405,73 | BYPSA S.A. | 00328 | AZUAY |
| 2,022 | 629253,62 | SERINCO AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S.A | 20044 | AZUAY |
| 2,022 | 605671,76 | VEGAMON S.A. | 00364 | AZUAY |
| 2,022 | 425676,22 | EMPIRE CIA. LTDA. | 00758 | AZUAY |
| 2,022 | 419200,51 | DELTABROKERS CIA. LTDA. | 20002 | AZUAY |
| 2,022 | 393355,79 | FLAMASEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 20005 | AZUAY |
| 2,022 | 366420,83 | CALATAYUD CIA. LTDA. | 00788 | AZUAY |
| 2,022 | 365215,52 | INTERACACIA CIA. LTDA. | 00819 | AZUAY |
| 2,022 | 301265,11 | SEQUIDAD CIA. LTDA. | 20001 | AZUAY |
| 2,022 | 169963,95 | Z SEGUROS ASTEIN CIA. LTDA. | 00281 | AZUAY |
| 2,022 | 148621,74 | ASOBROCUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S. A | 20036 | AZUAY |
| 2,022 | 147796,74 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS SOSBROKER CIA.LTDA. | 10472 | AZUAY |
| 2,022 | 139145 | ZIONSEGUROS CIA. LTDA. | 00532 | AZUAY |
| 2,022 | 135202,94 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS VITAL SEGUROS VITSEGBROK CIA.LTDA. | 10665 | AZUAY |
| 2,022 | 131246,14 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS MILLENNIAL BROKER'S MILLENBROK CIA.LTDA. | 10742 | AZUAY |
| 2,022 | 123340,87 | CAMACHO ABAD CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 00789 | AZUAY |
| 2,022 | 123117,15 | REPRESENTACIONES DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA. LTDA. | 00095 | AZUAY |
| 2,022 | 117616,97 | AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CONESVIL CIA. LTDA. | 20064 | AZUAY |
| 2,022 | 102482,41 | SEGURALMEIDA CIA LTDA AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 00959 | AZUAY |
| 2022 | 30586037 | TAPIA SUAREZ JANNETH ALEJANDRINA | 10551 | AZUAY |
| 2022 | 28957398 | LOYOLA RODRIGUEZ EDWIN | 10453 | AZUAY |
| 2022 | 27383567 | TALBOT CARRION WILSON | 00453 | AZUAY |
| 2022 | 25410147 | RODRIGUEZ MUÑOZ ANA CRISTINA | 10491 | AZUAY |
| 2022 | 24692419 | RAMIREZ VELASQUEZ CARLOS ALBERTO | 10376 | AZUAY |
| 2022 | 16181355 | BELDUMA ORDOÑEZ JOSE ANTONIO | 0704063890 | AZUAY |
| 2022 | 10403712 | SUAREZ DONOSO ALFREDO ENRIQUE | 00415 | AZUAY |
| 2022 | 9911592 | GOMEZ ALVARADO XAVIER GUSTAVO | 00797 | AZUAY |
| 2022 | 9144689 | RAMIREZ REYES JUAN CRISTOBAL | 20048 | AZUAY |
| 2022 | 8528939 | QUINTUÑA IDROVO MARIA DE LOURDES | 0102291382 | AZUAY |
| 2022 | 6723701 | FREIRE JARAMILLO MAURO | 00249 | AZUAY |
| 2022 | 6567484 | DAVILA CORONEL CESAR AUGUSTO | 10554 | AZUAY |
| 2022 | 6273065 | CARDENAS AMAYA MARIA LORENA | 10565 | AZUAY |
| 2022 | 5870246 | JARAMILLO BARROS CRISTIAN PAUL | 20029 | AZUAY |
| 2022 | 5766984 | TENORIO TORRES RITA ELIZABETH | 00703 | AZUAY |
| 2022 | 5581264 | ASTUDILLO TRELLES TAMARA | 10442 | AZUAY |
| 2022 | 5208369 | POZO PAREDES ANDREA VIVIANA | 0103448569 | AZUAY |
| 2022 | 4867474 | MARITZA DEL ROCIO CORDERO ASTUDILLO | 0104482294 | AZUAY |
| 2022 | 4747781 | CORONEL DUCHI MAXIMO ROMEO | 20045 | AZUAY |
| 2022 | 4605787 | AVILA CARVAJO FABIAN PATRICIO | 20072 | AZUAY |
| 2022 | 4422323 | SORIA QUIZHPE MANOLA MONSERRATH | 10480 | AZUAY |
| 2022 | 4229845 | JARAMILLO ZAMBRANO HOLGER MAURICIO | 20028 | AZUAY |
| 2022 | 3869617 | VINTIMILLA ROJAS ROSA INES | 20046 | AZUAY |
| 2022 | 3851834 | VELASTEGUI VASQUEZ ROSA MARCELA | 10465 | AZUAY |
| 2022 | 3291404 | ESPINOSA MUÑOZ EDWIN FERNANDO | 0105066765 | AZUAY |
| 2022 | 3274356 | ALVAREZ PALACIOS PEDRO XAVIER | 10462 | AZUAY |
| 2022 | 3095654 | ORTEGA CORDERO JUAN SEBASTIAN | 00823 | AZUAY |
| 2022 | 2672052 | SEGARRA PACHECO MIGUEL CHRISTIAN | 10721 | AZUAY |
| 2022 | 2586599 | EFREN XAVIER VALLEJO CARRION | 0102776986 | AZUAY |
| 2022 | 2537812 | BRAVO QUINTEROS MIGUEL ENRIQUE | 10706 | AZUAY |
| 2022 | 2389975 | TORAL AVILA JULIO ENRIQUE | 20007 | AZUAY |
| 2022 | 2237931 | JOSUE GUSTAVO TORRES SERRANO | 0104613898 | AZUAY |
| 2022 | 2164234 | MARIA GABRIELA CALDERON ROSAS | 10459 | AZUAY |
| 2022 | 2118913 | MOYANO LUCERO MARIA FERNANDA | 20077 | AZUAY |
| 2022 | 1888522 | VANESSA TAMARA PINOS MATA | 0301556353 | AZUAY |
| 2022 | 185078 | ROMULO DARIO CARDENAS MARQUEZ | 0104775572 | AZUAY |
| 2022 | 1571946 | QUEZADA BERMEO NELLY SILVANA | 20025 | AZUAY |
| 2022 | 1501538 | JUAN CRISTOBAL VALDIVIESO VAZQUEZ | 0105435184 | AZUAY |
| 2022 | 1408604 | MARTINEZ LASSO LUIS ALBERTO | 10467 | AZUAY |
| 2022 | 1031925 | ROSALES GONZALES PABLO VICENTE | 20066 | AZUAY |
| 2022 | 963609 | MARIA CRISTINA AREVALO BELTRAN | 0103652202 | AZUAY |
| 2022 | 862234 | ANDREA CAROLINA LOPEZ LARA | 1804192043 | AZUAY |
| 2022 | 838226 | OLIVER ERICK SARMIENTO CONTRERAS | 0105285712 | AZUAY |
| 2022 | 746118 | ABAD ABAD WILSON DANIEL | 00834 | AZUAY |
| 2022 | 721459 | VALERIA AUGUSTA PESANTEZ CLAVIJO | 0105234371 | AZUAY |
| 2022 | 717054 | VINTIMILLA JARAMILLO DIEGO EFRAIN | 20083 | AZUAY |
| 2022 | 298903 | BUSTOS TORRES JOSE ANTONIO | 10500 | AZUAY |
| 2022 | 2612 | MOLINA AREVALO TANIA GABRIELA | 0103619383 | AZUAY |
| 2022 | 150181 | MARTINEZ ALVAREZ SUSANA ELIZABETH | 20082 | AZUAY |
| 2022 | 11487 | MUÑOZ FLORES LINA ROSA | 20076 | AZUAY |
| 2022 | 71879 | ZAMORA FLORES ADRIAN MAURICIO | 20067 | AZUAY |

Participación y comisiones de asesores de seguros en el segmento fianzas.

| SEGMENTO | TOTAL COMISIONES 2022 | % DE PARTICIPACION |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| TODOS LOS RAMOS | \$ 310.082.666,03 | 100% |
| BUEN USO DE ANTICIPO | \$ 212.958,88 | 0,07% |
| FIEL CUMPLIMIENTO DE CONTRATO | \$125.157,72 | 0,04% |

Participación y comisiones recibidas de Agencias Asesoras Productoras de Fianza, “Buen uso de Anticipo” en la provincia de Azuay en diciembre 2022.

| Nombre de Institución | Código de Institución | Credencial | Valor de Comisión | Porcentaje |
|--|--------------------------|--------------|-------------------|------------|
| INTERACACIA CIA. LTDA. | 1463 | 00819 | \$ 50,101.62 | 144.37% |
| REPRESENTACIONES DE COMERCIO Y SEGUROS RECOYSE CIA. LTDA. | 1437 | 00095 | \$ 22,641.70 | 65.24% |
| DELTABROKERS CIA. LTDA. | 2761 | 20002 | \$ 11,581.85 | 33.37% |
| FLAMASEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 3487 | 20005 | \$ 10,715.96 | 30.88% |
| EMPRENEDORES Y ASOCIADOS E & A BROKERS CIA LTDA | 3806 | 20020 | \$ 4,945.24 | 14.25% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS CONESVIL CIA. LTDA. | 4121 | 20064 | \$ 3,936.76 | 11.34% |
| GALISEG CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3394 | 20004 | \$ 3,587.40 | 10.34% |
| VEGAMON S.A. | 1444 | 00364 | \$ 3,569.02 | 10.28% |
| CALATAYUD CIA. LTDA. | 1459 | 00788 | \$ 3,171.52 | 9.14% |
| CAMACHO ABAD CIA. LTDA. AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGURO | 1460 | 00789 | \$ 1,680.84 | 4.84% |
| AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS SOSBROKER CIA.LTDA. | 4584 | 10472 | \$ 1,659.59 | 4.78% |
| ASOBROCUE AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS S. A | 3926 | 20036 | \$ 876.53 | 2.53% |
| CORREAUSTRO CIA. LTDA. | 1445 | 00393 | \$ 424.41 | 1.22% |
| SEQUIDAD CIA. LTDA. | 2759 | 20001 | \$ 228.10 | 0.66% |
| WELBY ASESOR PRODUCTOR DE SEGUROS CIA.LTDA. | 5623 | 190501442001 | \$ 164.51 | 0.47% |
| CONSERIESGOS CIA. LTDA. | 1465 | 10047 | \$ 102.81 | 0.30% |
| EMPIRE CIA. LTDA. | 1457 | 00758 | \$ 93.55 | 0.27% |
| Z SEGUROS ASTEIN CIA. LTDA. | 1441 | 00281 | \$ 84.85 | 0.24% |
| SEGURALMEIDA CIA LTDA AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS | 3496 | 00959 | \$ 7.50 | 0.02% |

**ANEXO B. FORMULARIO
REGISTRO DE
PROVEEDORES**

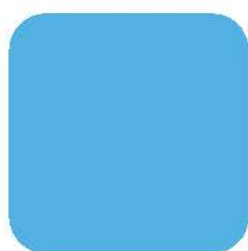
| | | |
|--|---|--|
|  | | |
| Formulario Calificación Proveedores | | |
| Información del Proveedor | | |
| Fecha (día/mes/año): | Ciudad: | País: |
| Personal Natural: <input type="checkbox"/> | Persona Jurídica: <input type="checkbox"/> | |
| Inicio de la Relación Comercial <input type="checkbox"/> | Actualización de la Información <input type="checkbox"/> | |
| 1) INFORMACIÓN GENERAL: | | |
| Razón Social / Nombres y Apellidos Completos: | No. RUC / Identificación tributaria: | |
| Actividad Económica: | Fecha de inicio de actividad económica: | |
| Dirección oficina: | País/Ciudad: | Apartado postal (en el caso de ser extranjero) |
| Teléfono oficina: | Página web o dirección electrónica de la empresa: | |
| 2) DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL PARA PERSONAS JURÍDICAS O PROPIETARIO PARA PERSONA NATURAL: | | |
| Apellidos y Nombres: | No. doc. Identidad: | |
| Género: Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> | Nacionalidad: | |
| Dirección del domicilio: | | |
| País/Ciudad: | Teléfono celular: | Teléfono fijo: |
| Estado civil: Soltero/a: <input type="checkbox"/> Casado/a: <input type="checkbox"/> Divorciado/a: <input type="checkbox"/> Viudo/a: <input type="checkbox"/> Unión de Hecho: <input type="checkbox"/> | | |
| Apellidos y Nombres de Cónyuge: | No. doc. Identidad de Cónyuge: | |
| 3) DATOS DEL APODERADO (DE SER EL CASO): | | |
| Apellidos y Nombres: | No. doc. Identidad: | |
| Género: Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> | Nacionalidad: | |
| Dirección del domicilio: | | |
| País/Ciudad: | Teléfono celular: | Teléfono fijo: |
| Estado civil: Soltero/a: <input type="checkbox"/> Casado/a: <input type="checkbox"/> Divorciado/a: <input type="checkbox"/> Viudo/a: <input type="checkbox"/> Unión de Hecho: <input type="checkbox"/> | | |
| Apellidos y Nombres de Cónyuge/Conviviente: | No. doc. Identidad de Cónyuge/Conviviente: | |

ANEXO C. IMAGEN CORPORATIVA –
DESARROLLO DE LOGOTIPO

LOGOTIPO PRINCIPAL

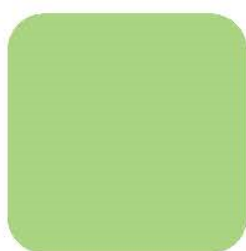


PALETA DE COLORES



PANTONE 2915C

C61 M14 Y0 K0



PANTONE 366C

C36 M0 Y64 K0



PANTONE 2965C

C100 M79 Y45 K56



BLANCO

C0 M0 Y0 K0

ANEXO D. IMAGEN CORPORATIVA -
LÍMITES DE VARIACIÓN DE
LOGOTIPO

VARIACIONES



ANEXO E. APLICACIÓN DE LOGOS EN FONDOS

USOS

FONDOS OSCUROS



FONDOS CLAROS



ANEXO F. APLICACIÓN DE LOGO EN PAPELERÍA Y MEDIOS DIGITALES

