

Proyecto Sobre Creacion de una Empresa de Seguros de Hogar en la ciudad de Guayaquil

Victor Garzon

Lisette Mocha

Alejandro Torres

Facultad de Economía y Negocios

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

vichugar@espol.edu.ec

lismoch@espol.edu.ec

edaltorr@espol.edu.ec

Director de Tesis: Ingeniero Horacio Villacis

hvillaci@espol.edu.ec

Resumen

Seguros Fidelis decidió innovar un servicio de seguro total para el hogar, garantizando Calidad, Comodidad y Confiabilidad. Multiservicios (poniendo a su disposición nuestro equipo de profesionales para obras de reforma, mantenimiento o reparación que necesite su vivienda). La más completa cobertura de Asistencia en el Hogar, con servicios urgentes, Asistencia familiar a domicilio por accidente en la vivienda (personal sanitario, doméstico y docente), Tarjeta Corporativa de Seguros y teléfono específico, que le permite acceder de forma preferente y exclusiva a todos nuestros servicios. Nuestro producto es un servicio que brinda la oportunidad a todas las personas de la ciudad de Guayaquil la facilidad de darle a su casa ya sea propia o arrendada un seguro y mantenimiento total de las diferentes áreas de la misma de forma completa y con total seguridad y garantía. En conclusión podemos decir que el servicio que nuestra empresa brindará es de conveniencia dado que es un servicio para disminuir la preocupación de las familias frente a cualquier daño que se pueda tener dentro de la casa.

Palabras Claves: *Multiservicios, cobertura, familia.*

Abstract

Seguros Fidelis decided to innovate service total home insurance, guaranteeing quality, Comfort and Reliability. Multi (putting his our team of professionals available for works alterations, maintenance or repair that needs your housing). The most comprehensive coverage of Assistance Home, emergency services, family assistance home by accident in the home (personal health, domestic and teacher), Corporate Card Insurance and specific phone, allowing you to access preferential and exclusive to all our services. Our product is a service opportunity everyone in the city of Guayaquil easy to give your home either owned or leased a Total insurance and maintenance of different areas it completely and safely and warranty. In conclusion we can say that the service Our company offers is convenience as it is service to reduce the concern of family from any harm that may have inside the house.

Keywords: *multi, coverage family,*

1. Introducción

El lugar donde se producen la mayor cantidad de accidentes es el hogar. Los accidentes domésticos pueden causar lesiones serias o incluso la muerte. Por lo tanto, prevenirlos es fundamental para tener una vida más segura.

En el siguiente estudio analizaremos el mercado potencial de personas que deseen proteger sus viviendas. Iniciaremos con una breve reseña de la historia de los seguros de vivienda. También detallaremos las diferentes opciones que brindan en sus coberturas a una siniestralidad.

En primera instancia el estudio de mercado describirá, analizará, investigará y concluirá todos los detalles que conciernen al seguro de vivienda FIDELIS. Luego de una breve investigación de mercado concluiremos si es factible la ejecución del proyecto.

Si la respuesta es positiva, esto dará paso a la ejecución del resto de estudios necesarios para la evaluación de un proyecto. En primer lugar, el estudio de mercado, seguido por el estudio técnico. En el estudio técnico se procederá a analizar la estructura de costos necesarios para llevar a cabo el seguro de vivienda, usando un análisis costo volumen utilidad y la técnica de estimación más adecuada para el efecto. También se incluye una descripción del tamaño y la localización del proyecto.

Para evitar convertir el proyecto en uno de los tantos seguros de hogares que existen en el medio es necesario llevar a cabo un estudio organizacional, donde se incluirán todos los aspectos concernientes a la organización interna y externa de la compañía. Aquí se incluirán todos los factores organizacionales y sus respectivos efectos económicos en la vida del proyecto.

Para finalizar el estudio organizacional, se revisará brevemente la inversión necesaria para la organización de la empresa, incluyendo el costo aproximado de la administración del proyecto.

En último lugar, pero posiblemente, el estudio más importante de todos, consta el estudio financiero, el cual será el que concluya si es rentable ejecutar el proyecto. Primero, se realizará una descripción de las inversiones iniciales necesarias. También se analiza el capital de trabajo, que será en otras palabras, el máximo déficit esperado en el primer año de la compañía.

Además será necesario plantear los beneficios que se obtengan por la venta del servicio, esto implica que se tendrá que proveer datos acerca del precio de venta, de la cantidad de clientes anuales, etc.

Conjuntamente se incluye en el estudio, el valor de desecho por la venta de los activos al fin de los cinco años que se estudiarán. Al fin y al cabo todos estos datos se incluirán en un flujo caja que ha de descontarse a una tasa de descuento determinada por las adecuadas variables.

Con esto concluye la evaluación del proyecto, estipulando si es recomendable o no la ejecución del mismo. Los cuatro estudios formarán un método de evaluación completo para la toma de decisiones que deberán hacer las personas interesadas en invertir y ejecutar un proyecto de las ya mencionadas características.

2. Objetivos

Tener conocimiento acerca de quienes quisieran disponer de nuestros servicios de mantenimiento de vivienda, de la competencia directa e indirecta y de cómo llegar a ser los líderes en nuestro mercado.

2.1 Objetivos Específicos

OBJETIVOS FINANCIEROS:

- Conseguir una mayor utilidad posible ofreciendo nuestros servicios
- Obtener una rentabilidad de un 12% sobre la inversión.

OBJETIVOS DE MERCADO

- Satisfacer como empresa las necesidades del cliente.
- Proveer el servicio de manera adecuada a los hogares para obtener un mayor mercado.

3. Estudio de Mercado

Las personas necesitan mayor información en cuanto al servicio de seguro de hogar debido a que la mayoría de las personas optan por arreglar las cosas dañadas con un especialista, o ellas mismas; y esto se debe a que no saben los beneficios que le ofrece esta compañía al momento de contar este servicio. Es importante considerar que para las personas lo más importante es la rapidez del servicio y sus precios por lo que se debe dar énfasis en esos puntos, además que a las personas se les hace mucho más cómodo realizar sus pagos mediante internet o débitos bancarios.

Es necesario tener presente que debemos enfocarnos en lo que es cerrajería y electricidad pero esto no quiere decir que solo nos vamos a enfocar en estos aspectos, sino que sería bueno darle mayor importancia ya que los clientes los consideran como aspectos muy importantes. No olvidemos que los

resultados del análisis realizados nos muestran que las viviendas sufren daños comúnmente anual y semestral lo que debemos tener presente ya que esto nos podría ocasionar pocos costos al momento de realizar las reparaciones.

4. Estudio Marketing Mix

4.1. PRODUCTO

Es un servicio especializado para la seguridad del hogar, asegurando una vida placentera a sus habitantes sin importar que su vivienda sea propia o arrendada, es un seguro que mantendrá cada una de las áreas de su hogar en excelente estado con total seguridad y garantía

4.2. PRECIO

La variación del precio dentro del mercado de las aseguradoras permite que nuestro precio se convierta en monto muy competitivo al hablar de un servicio con calidad y excelencia.

Entrada	Mensualidad
\$20	\$15

4.3. PLAZA Y DISTRIBUCION

Seguros Fidelis brindara su servicio de manera directa, empresa – cliente, tendremos una oficina ubicada en un sector conocido y de fácil acceso para nuestros clientes.

Nuestro personal estará dispuesto a asistir de forma amable a las emergencias en el hogar de nuestros afiliados tan solo con comunicarse a nuestro call center.

4.4. PROMOCION Y PUBLICIDAD

- **Determinación de los objetivos de la Comunicación:**

COGNOSCITIVA: Las personas van a pasar de un estado de ignorancia a un cierto nivel de conocimiento acerca de nuestro servicio.

- **Diseño del mensaje:**

RACIONAL: El servicio va a persuadir al receptor de que la actitud propuesta es razonable y lógica.

- **Formato del mensaje:**

En afiches: Encabezado, texto, ilustración.

En tarjetas corporativas: Nombre, # de contrato, # de afiliación, fecha de caducidad.

- **Selección de canales de comunicación:**

Van a ser Canales de Comunicación No personales: como los Medios que pueden ser impresos, además de un centro de información integrado que proporcione ayuda y asistencia las 24 horas.

Publicaremos nuestros beneficios en afiches con convenios con las tarjetas de crédito mas importantes.

Además, la facilidad de hacer exposiciones de nuestro servicio en las urbanizaciones de nuestro mercado objetivo.

NUESTRO CALL CENTER

El Call Center fue concebido para estrechar el contacto con nuestro afiliado. Servicio de **asistencia las 24 horas** del día, todos los días del año con los mejores profesionales a su servicio.

Con sólo una llamada, nos pondremos a trabajar a su entero servicio.

Nuestros operadores atenderán sus necesidades:

- Situación de recibos
- Coberturas
- Recepción de siniestros acaecidos en su vivienda



Seguros Fidelis la siguiente promoción;

1. Revisar las instalaciones eléctricas de la vivienda para detectar alguna avería, y si la tuviese, tomar las medidas pertinentes para arreglarlas.

Convenios con estas entidades desde el 10% de descuento:

- Disensa
- Ferrisariato
- Mis pinturas

4.5. PERSONAS

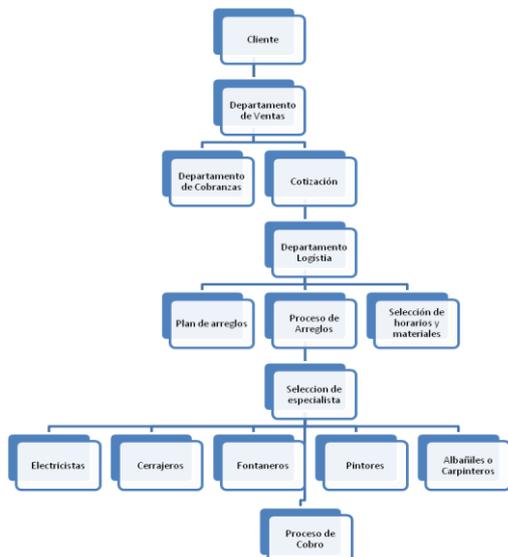
Nuestra Empresa contara con un grupo de trabajo que inicialmente estará formado por 14 personas, incluyendo Gerencia hasta auxiliares, como se detalla a continuación:

No.	Cargo
1	Auxiliar de Personal
1	Cobranzas
1	Recepcionista
1	Contador
1	Gerente General
9	Asistentes Técnicos

A continuación se detalla los asistentes técnicos,

No.	Cargo
1	Cerrajero
2	electricistas
1	Conserje
1	Fontanero
1	Albañil
1	Carpintero
1	Guardia
1	Chofer
9	Total Asistentes Técnicos

4.6. PROCESO



El proceso de compra del servicio a prestar es el siguiente:

- El cliente puede tener acceso al servicio, personalmente asistiendo a nuestra local Matriz o gracias a nuestro centro de información integrado, debe dejar sus datos, dirección y si desea solo un servicio específico o todos los servicio de arreglos.
- Luego un ayudante de SEGUROS FIDELIS ira al domicilio del cliente a realizar un estudio del daño presentado para determinar un posible inventario de materiales a utilizarse, el cual contará con la disposición y presencia del propietario. A su vez se decidirá si se está de acuerdo con él o no, puesto que el seguro dependiendo del daño cubre cierta cantidad. Luego de esto se procederá firmando un documento de aceptación.
- Se determinará el precio del servicio, y debido a que el pago del seguro se realiza de forma mensual el cliente no tendrá que realizar ningún pago inmediato, luego se procederá a realizar el servicio elegido por el cliente, realizando el arreglo del daño brindando y garantizando calidad, comodidad y confiabilidad.
- Se verificará si todo está correcto en cuanto a la cantidad de materiales a utilizados, y el cliente una vez terminado el servicio deberá presentar la factura de venta a un agente de cobros designado por la empresa, para coordinaciones de administración de la empresa.

4.6.1. COMERCIALIZACION DEL SERVICIO

El servicio que ofrecemos en Seguros Fidelis requiere de un solo canal de distribución que es el de productor-consumidor eso quiere decir que vamos a tener una relación directamente al consumidor sin necesidad de intermediarios.

Para poder llegar a nuestro consumidor final vamos a usar diferente tipo de promoción para llegar a ser conocidos en la Ciudad de Guayaquil.

5. Seguros Fidelis como empresa

MISIÓN

Brindar servicios a domicilio a nuestros clientes en el menor tiempo posible adaptando nuestros servicios a la necesidad, creando la mayor confianza y seguridad Formando una mentalidad de fidelización en el cliente para satisfacer sus necesidades.

VISIÓN

Ser una Empresa de vanguardia para alcanzar al Ecuador en su totalidad emprendiendo en nuevos sectores socioeconómicos basándonos en la eficiencia y calidad de nuestros servicios.

TASA DE DESCUENTO

Dado que para la ejecución del proyecto es necesario pedir un préstamo al banco, se ha utilizado el método de CAPM para calcular la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) exigida por los inversionistas. Esta tasa se la calcula con la siguiente fórmula:

$$Re = rf + B (rm - rf) + RP$$

Donde:

Re: rentabilidad exigida por el inversionista
rf : tasa libre de riesgo (tasa de los bonos de Tesoro Americano a 5 años)
B: beta de la empresa comparable de EE.UU.
rm : rentabilidad del mercado de seguros en EE.UU.
RP: riesgo país de Ecuador.

Como anticipamos, el beta (B) será el de una empresa norteamericana que se dedica a hacer lo mismo en Estados Unidos, con un valor estimado de 0.61; el activo libre de riesgo (rf) serán los bonos del tesoro norteamericano con vencimiento 5 años, que tienen una tasa libre de riesgo del 6.1%; la rentabilidad del mercado (rm) de seguros domésticos, que actualmente alcanza 16.4% y el riesgo país de Ecuador que se encuentra en 743 puntos, es decir 7,43%

$$Re = 0.0601 + 0.61 * (0.164 - 0.0601) + 0.0743$$

$$Re = 0.0601 + 0.063379 + 0.0743$$

$$Re = 0,197779$$

En conclusión, la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto Seguros FIDELIS es del 20% aproximadamente.

FLUJO DE CAJA

Años	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Entrada	14.674,21	14.938,57	15.312,03	15.694,83	16.087,20	16.087,20
Precio	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Hogares	756	774,90	794,27	814,13	834,48	834,48
Ingresos	150.654,21	154.420,57	158.281,08	162.238,11	166.294,06	166.294,06
Costos Variables	(2.179,20)	(2.200,99)	(2.223,00)	(2.245,23)	(2.267,68)	(2.267,68)
Costos Fijos	(5.580,00)	(5.580,00)	(5.580,00)	(5.580,00)	(5.580,00)	(5.580,00)
Gastos de Administración	(36.960,00)	(36.960,00)	(36.960,00)	(36.960,00)	(36.960,00)	(36.960,00)
Gastos de Transporte	(600,00)	(600,00)	(600,00)	(600,00)	(600,00)	(600,00)
Seguro	-	-	-	-	-	-
Intereses	(4.800,00)	(4.088,09)	(3.269,38)	(2.327,88)	(1.245,14)	(1.245,14)
Depreciación Maquinarias	(303,10)	(303,10)	(303,10)	(303,10)	(303,10)	(303,10)
Utilidad antes de impuestos	100.231,91	104.688,39	109.345,60	114.221,90	119.338,13	119.338,13
Impuesto (22%)	(25.057,98)	(26.172,10)	(27.336,40)	(28.555,47)	(29.834,53)	(29.834,53)
Utilidad después de impuestos	75.173,93	78.516,29	82.009,20	85.666,42	89.503,60	89.503,60
Depreciación Maquinarias	303,10	303,10	303,10	303,10	303,10	303,10
Valor de desecho	-	-	-	-	-	3.494,60
Préstamo	32.000,00	-	-	-	-	-
Amortización	(4.746,10)	(5.458,01)	(6.276,71)	(7.218,22)	(8.300,95)	(8.300,95)
Inversión	(29.529,50)	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	(3.776,60)	-	-	-	-	-
Flujo de Caja	(1.306,10)	70.730,94	73.361,38	78.035,58	78.751,30	85.000,35
VAN (%)	287.317,38					
TIR (%)					54,19	

6. Conclusiones

- En conclusión nuestro proyecto es rentable con respecto al criterio de un $VAN \geq 0$ ya que es de 287317,38 y TIR de 54,19% mayor a la exigida de 22%
- Con respecto al análisis de periodo de recuperación de la inversión se va a recuperar en el segundo año y eso sería bueno para la empresa.
- Haciendo una evaluación general de los estudios previamente realizados podemos decir que nuestro proyecto es aceptable y se lo puede poner en marcha por las razones mencionadas anteriormente, tanto que existe una necesidad por parte del consumidor de consumir este servicio, como la facilidad que tenemos para realizarlo en el aspecto técnico y económico y por entregar un valor agregado de confianza, seguridad y profesionalismo.
- Pero uno de los problemas que tal vez lleguemos a presentar es la falta de experiencia que tenemos y en el momento de contratar la mano de obra tenemos que buscar trabajadores que sean eficientes y responsables en el trabajo que van a realizar.

7. Recomendaciones

- En caso de que la demanda supere la proyectada, no estaremos preparados para suplirla y viceversa, existe un riesgo inevitable. La empresa debería ir analizando su crecimiento e ir contratando el personal necesario según el mercado lo requiera.

- Se debe ser perseverante sobre la eficiencia del servicio y competitivos en cuanto a precios. Además de una eficaz campaña de publicidad.
- Estudiar concienzudamente el crecimiento de la demanda y realizar una exhaustiva penetración de mercado, no solo en nuestro sector, sino abarcar poco a poco la ciudad de Guayaquil en su totalidad.

10. Referencias Bibliográficas

- Como vendo mas seguros, Diego Sosa Sosa
- Manual de seguros, Carlos Alberto Montoya Londoño
- Productos y servicios financieros y de seguros, Editorial Paraninfo, 2009
- Marketing de los servicios, Ildefonso Grande Esteban
- Investigación de mercados estratégica, Jose Maria Ferr Trenzano

10. Links de descarga

<http://www.inec.gov.ec>

<http://www.guayas.gov.ec>

<http://www.magap.gov.ec>