CAPÍTULO II

2. PLAN DE MARKETING

2.1 Mercadeo Estratégico

2.1.1 Misión

Brindar a nuestros clientes total tranquilidad al saber que sus programas de seguros son revisados, negociados y administrados por una empresa proactiva y profesional.

2.1.2 Visión

Liderar el mercado de asesores de seguros de Guayaquil a través del desarrollo de soluciones y productos innovadores que cumplan todas las expectativas de cobertura y protección de nuestros clientes.

2.2 Estudio de Mercado

2.2.1 Generalidades del Mercado–Análisis de la Situación de Mercado

2.2.1.1 Perfil del consumidor

Dado que el objetivo de este proyecto es captar una cartera de inversión en diferentes tipos de pólizas de seguros individuales y familiares, nuestro consumidor meta es el mercado cautivo de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil.

La empresa de donde se toma la muestra cuenta con empleados que poseen un promedio de edad de 26 años y en su mayoría son personas con título universitario (profesionales) o estudiantes de nivel superior, con estabilidad laboral, teniendo la capacidad de acceder a la contratación de pólizas de seguros, a través del servicio que les brinda el APS.

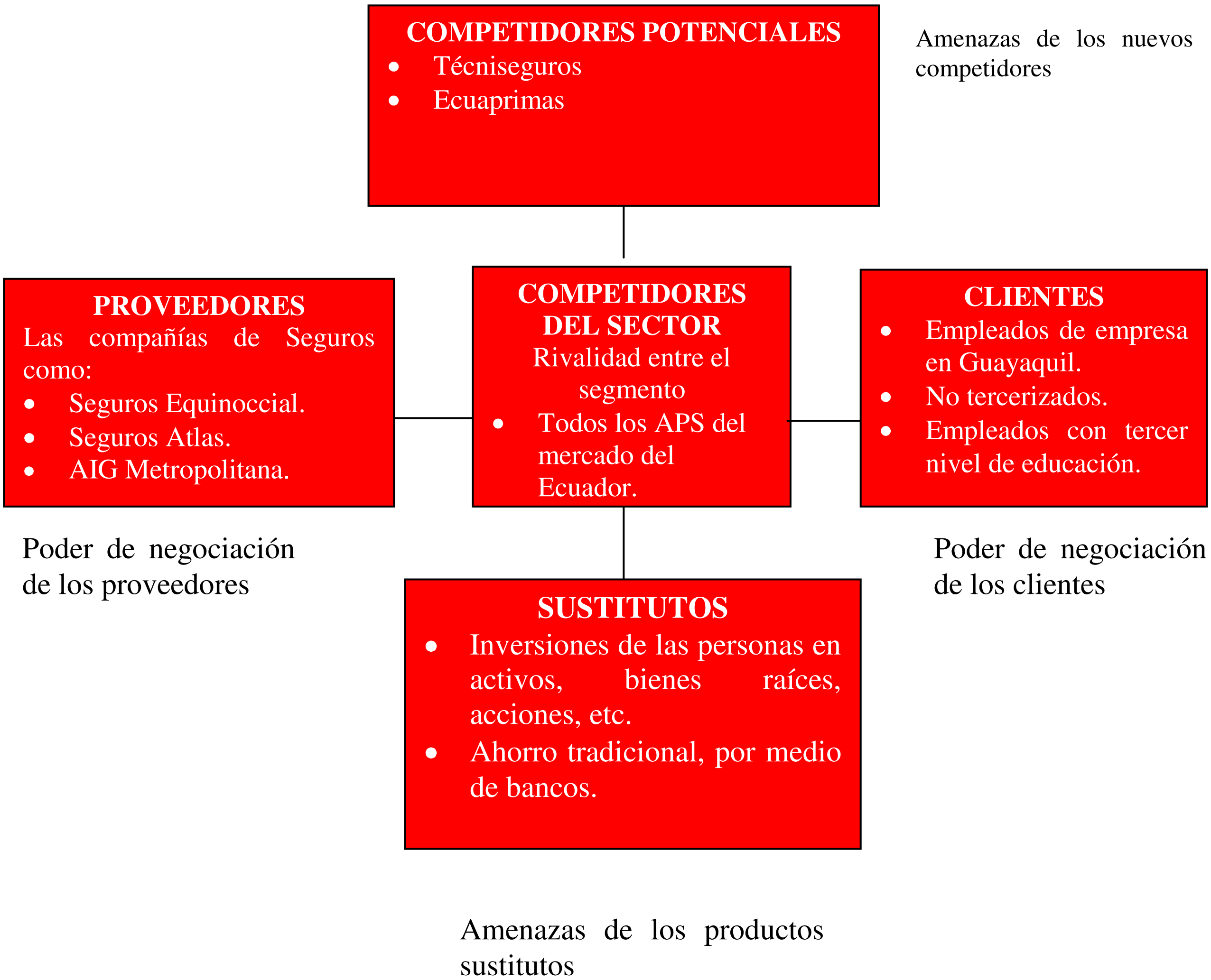
En la actualidad todos los empleados de dicha empresa cuentan con seguros de vida, asistencia médica y accidentes personales ya que estos son contratados por la empresa. Pero este mercado cautivo no cuenta con opciones en cuanto a tipo de pólizas de seguros que probablemente ellos necesiten para el bienestar familiar.

2.2.1.2 ¿Qué necesidad se satisface?

Como se mencionó anteriormente, los empleados de esta empresa cuentan con tres coberturas de seguros, en la cual entra la actividad del asesoramiento y venta de ramos de seguros como los indicados en el capítulo No. 1, ya que los clientes potenciales son profesionales con familias, dueños de casas, poseen vehículos propios e inclusive tienen actividades laborales adicionales.

2.2.1.3 Análisis de la Industria

ANÁLISIS PORTER



AMENAZAS DE RIVALIDAD INTENSA EN EL SEGMENTO

En la industria donde desarrolla su actividad un APS sin relación de dependencia existe mucha competencia, existen 108 APS sin relación de dependencia en Guayaquil registrados en la Superintendencia de Bancos y Seguros, es un mercado atractivo por muchas razones, las más principales y palpables son:

- ✓ Al comprar un vehículo nuevo a crédito, en todas las concesionarias en el ámbito nacional se exige la contratación de pólizas de seguros para los vehículos, para poder respaldar la inversión hecha.
- ✓ Por otra parte se evidencia una demanda creciente de pólizas de seguros estudiantiles de parte de los padres de familia, por motivos que las escuelas y colegios privados de categoría A del Ecuador obligan a los padres de familias a contratar pólizas de seguros como los requisitos de admisión de los alumnos.

Pero esto no es preocupante para el cliente porque él no cancela los honorarios al servicio que brinda un APS, las compañías de seguros son quienes cancelan por medio de comisiones dichos honorarios a los APS, esto se fija en contrato firmado por las partes (Aseguradora y APS). El cliente sólo se beneficia del asesoramiento del APS.

En conclusión la rivalidad en el segmento es alta.

AMENAZAS DE COMPETIDORES POTENCIALES

El asesoramiento para la contratación de pólizas de seguros es una actividad que genera bajas barreras de entradas debido a que solo se ofrece servicio de asesorías a los potenciales asegurados, y como se describió en el capítulo 1 los pasos a seguir para la constitución de un APS sin relación de dependencia se determina que no es costoso, las barreras de salidas son bajas porque la inversión no ha sido costosa y los activos fijos (oficinas, equipos de oficinas, suministros) pueden ser utilizados en otro tipo de industria. En conclusión la competencia en el segmento es alta.

AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Como las contrataciones de pólizas de seguros son una forma de ahorro consideramos que las amenazas de productos sustitutos pueden ser el ahorro mediante bancos, cooperativas de ahorro y crédito, bolsa de valores y compra de bienes.

En conclusión la amenaza de productos sustitutos es alta. Debido a las inversiones que prefieren hacer algunas personas en la compra de casas, vehículos, o ahorro tradicional en los bancos.

Otra de las causas es que no hay una cultura de contratación de pólizas de seguros individuales por parte de las personas naturales ecuatorianas, ya que se prefiere consumir o invertir en productos tangibles más no en los intangibles.

AMENAZAS DEL CRECIENTE PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

En el mercado de seguros el poder de negociación de los clientes se lo ve por dos partes:

La primera es cuando una persona natural desea contratar una póliza de seguros, no tiene poder de negociación con el precio de la póliza de seguros, ya que los valores están dados por las compañías de seguros y regulados por la Superintendencia de Bancos y Seguros, pero si tiene poder de negociación con las distintas compañías aseguradoras ya que hay varias en el mercado y puede ver de las opciones ofrecidas cuál es la que más se apega a sus necesidades.

La segunda es cuando el cliente es una persona jurídica, por el tamaño de esta los beneficiarios de las pólizas de seguros son sus empleados y allí si tiene poder de negociación con los precios y los proveedores de seguros, ya que si tiene gran cantidad de empleados las compañías de seguros van a tener que dar buenas coberturas de seguros y el cliente está consciente que puede escoger entre las compañías de seguros que más beneficios le otorguen en cuanto a precios y a coberturas de seguros.

AMENAZAS DEL CRECIENTE PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Es baja porque la mayoría de personas naturales según investigación de mercado hecha, ver pág. 70 necesitan o exigen asesoramiento confiable sobre las pólizas de seguros, en el cual un APS está facultado para brindar dicho asesoramiento. En el caso de las personas jurídicas también es bajo debido a la gran cantidad de clientes que tiene una compañía de seguros, se torna complicado administrar cada una de las pólizas, este trabajo es hecho por los APS, ya que dan una atención más eficiente.

2.2.2 Macro entorno

2.2.2.1 Entorno Económico

El ingreso es otro de los factores importante que hay que tomar en cuenta para la contratación de pólizas de seguros, la empresa que es cliente de un APS tiene políticas salariales buenas para con sus empleados. Esto ayuda a que el poder adquisitivo de cada uno de los empleados del mercado cautivo sea medianamente fuerte haciendo más fácil la decisión a la hora de contratar una póliza de seguro para proteger y prevenir posibles siniestros en la vida diaria.

El costo del contrato de seguro está gravado con el 3.5% de contribución a la Superintendencia de Bancos y Seguros, 0.5% de seguro campesino, derecho de emisión de póliza y 12% del IVA. Estos valores hacen que las pólizas se encarezcan más por el uso del servicio, ya que debemos tomar en cuenta cuál es el sector social al cual nos vamos a dirigir.

2.2.2.2 Entorno Natural

Influye considerablemente este entono, debido a que muchas empresas contratan pólizas de seguros para proteger sus activos de desastres naturales (inundaciones – época invierno).

También las condiciones climatológicas hacen que la salud de las personas varíe con frecuencia y contraten pólizas de seguros para poder prevenir enfermedades.

2.2.2.3 Entorno Político – Legal

En la actividad que desarrollan los APS hay entidades y leyes que regulan su funcionamiento. La entidad que se encarga de regular la actividad de seguros es la Superintendencia de Bancos y Seguros, las leyes que se encargan de normar dicha actividad son la Ley General de Seguros, Reglamento General a la Ley de Seguros, Legislación sobre el Contrato de Seguro.

Debido a la cantidad de APS existentes en el medio ecuatoriano se han formando organizaciones como la Asociación de Nacional de Corredores de Seguros “ANACSE” ubicada en la ciudad de Quito esta entidad brinda asesoramiento Legal y Técnico a todos sus asociados.

2.2.2.4 Entorno Socio Cultural

En nuestro medio muchas personas no tienen claro el concepto de lo que es contratar una póliza de seguros, pero nuestros clientes cautivos son personas que en su mayoría tienen títulos universitarios (educación superior), y es más fácil dar a conocer los beneficios de contratación de pólizas de seguros por medio de un APS.

Además hoy en día hay una tendencia en las personas a tener una conducta de que asegura el bien por obligación (es el caso de pólizas de vehículos), pero deben entender que no es así, y que sólo es otro método de ahorro.

2.2.3 Análisis de Investigación de Mercado

2.2.3.1 Segmentación de Mercado

El APS tiene como objetivo colocar pólizas de seguros individuales y familiares a los empleados de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil que es cliente del APS.

Cabe mencionar que quienes van a contratar las pólizas de seguros son cada uno de los individuos que forman parte del mercado cautivo de la empresa cliente, no será ésta la que decida la contratación o no de la póliza de seguros.

Los potenciales asegurados tienen como características una educación de tercer nivel en adelante, otra característica importante es el alto nivel de remuneración. Esto es beneficioso para el APS en la colocación de pólizas de seguros debido al alto poder adquisitivo de los potenciales asegurados y, ya que dada la primera característica mencionada del potencial asegurado sería más fácil para el APS hacer entender los distintos beneficios que brinda una póliza de seguros.

2.2.3.2 Definición de los objetivos

- ✓ Averiguar si los empleados de la empresa cliente del APS conocen los servicios que brinda un APS.
- ✓ Cuántas pólizas de seguros individuales han contratado en su vida por medio de un APS.

- ✓ Conocer si los empleados del mercado cautivo cuentan con la contratación de una póliza de seguros individual.

- ✓ Averiguar el nivel de conocimiento y satisfacción en cuanto a cobertura de siniestros.

- ✓ Determinar las principales razones por la que los empleados del cliente del APS contraten pólizas de seguros.

- ✓ Reconocer a los tipos de empleados con mayor probabilidad de contratar pólizas de seguros.

2.2.3.3 Alcance de la Investigación de Mercado

Para la investigación de mercado se debe tomar en cuenta la segmentación del mercado a la cual está dirigido, que corresponde a los empleados de una empresa cliente del APS localizada en la ciudad de Guayaquil, enfatizando el alto nivel de educación y salario que tienen dichos empleados y se aplicará en una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil que cuenta con más de 900 empleados.

2.2.4 Determinación del Enfoque de la Investigación

Los pasos a seguir en la Investigación se encuentran resumidos en el siguiente esquema:

Para iniciar con la investigación de mercado se realizará una Investigación Exploratoria en la que se ha organizado una entrevista cuyo contenido serán 4 preguntas acerca de las percepciones de los beneficios de las pólizas de seguros otorgadas por la empresa para la cual laboran los empleados de la empresa que fue considerada para el estudio de éste proyecto.

Con respecto a la Investigación Descriptiva se usará el recurso de las encuestas, mediante la conformación de preguntas elaboradas basadas en la investigación exploratoria, la cual nos ayudará a determinar con mayor certeza los gustos, preferencias y necesidades de los asegurados potenciales "fuente de datos primarios de la investigación" con respecto a las pólizas de seguros.

2.2.4.1 Procedimientos para la Investigación Exploratoria

El sondeo que se realizó a los empleados de la empresa considerada para el estudio tuvo como objetivo conocer información de los beneficios en cuanto a pólizas de seguros que les ha brindado la empresa para la cual trabajan, nivel de satisfacción con las coberturas que acoge la póliza. Al realizar el sondeo participaron solo empleados que están enrolados directamente con la empresa.

La información que se obtendrá ayudará:

- ✓ Conocer las percepciones de los clientes potenciales en el servicio y atención que brindan los APS (broker)

- ✓ Conocer si cuentan con coberturas de seguros distintas a las que les ofrecen en su trabajo.

- ✓ Averiguar las verdaderas necesidades de pólizas de seguros de los clientes potenciales.

- ✓ Conocer el nivel de satisfacción actual de los clientes potenciales con relación a: Coberturas de las pólizas de seguros, servicios brindados por los asegurados, nivel de confianza en las liquidaciones de siniestro.

Las preguntas realizadas en el sondeo fueron las detalladas a continuación:

1. ¿Conoce usted la actividad de los APS (broker de seguros)?

2. ¿Cuenta con pólizas de seguros contratadas independiente de su trabajo?

3. ¿Cuán necesarias cree que son las pólizas de seguros en su vida cotidiana? Por qué.

4. ¿Qué características cree usted que debe de tener un APS?

Una vez realizado el sondeo a distintas personas en distintas áreas de la empresa considerada para el estudio, se procede a detallar las respuestas de cada uno de ellos, ver Anexo No. 2.1:

Podemos observar que la mayoría de los participantes conocen la actividad que desarrollan los APS, porque en la compañía donde trabajan hay uno de ellos que administra las pólizas que contrata dicha empresa.

Todos los participantes respondieron que creen cada vez más necesarias las pólizas de seguros, como opinan algunos que las pólizas de asistencia médica son mejores que los servicios que ofrece el IESS, otros opinan que las pólizas que cubre robo debido a la delincuencia en la ciudad de Guayaquil, pero no todos cuenta con pólizas de seguros.

Muchos participantes están de acuerdo en que la asesoría, la confiabilidad que debe de transmitir a su cliente, la experiencia en la industria de seguros y el servicio de atención al cliente son las características que debe de tener un APS.

2.2.4.2 Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación está adecuado a la formulación de preguntas a los entrevistados a través de las encuestas directas que nos permitirá conocer las características de los potenciales clientes para poder cumplir con sus expectativas.

Los objetivos a obtener son los siguientes:

- ✓ Palpar el conocimiento de los clientes potenciales acerca de pólizas de seguros y APS (Broker)

- ✓ Conocer las necesidades de pólizas de seguros de los empleados de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Averiguar si el cliente potencial cuenta o no con pólizas de seguros, indistintamente de los que le ofrece la empresa en la cual trabaja.
- ✓ Saber cuáles son las expectativas en cuanto a los servicios que le puede ofrecer un APS (Broker)
- ✓ Averiguar las posibles contrataciones de pólizas de seguros.

2.2.4.2.1 Método de Muestreo

Para desarrollar el método de muestreo se ha utilizado:

Muestreo Probabilístico.- Emplea el uso de reglas precisas para seleccionar la muestra como el hecho de que cada elemento de la población tenga la oportunidad conocida y específica de ser seleccionado. (1 Marketing; Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius, 7ma edición; McGraw-Hill)

Muestreo Aleatorio Simple.- Es la técnica de muestreo Probabilístico en la que cada elemento de la población tiene probabilidad de selección idéntica y conocida. Cada elemento se elige en forma independiente de los demás y la muestra se toma mediante un procedimiento aleatorio a partir del marco de la muestra. (Investigación de Mercados; Malhotra Narres, 2da edición, Prenticce Hall)

2.2.4.2.2 Selección del tamaño de la muestra

En el proceso de la investigación exploratoria se diseñará una encuesta para conocer el nivel de aceptación de un APS en una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil.

Para el desarrollo de la investigación exploratoria se usará ésta fórmula del tamaño de la muestra donde se conoce el tamaño de la población puesto que si existen datos, a su vez se asume la misma probabilidad de ocurrencia P y Q por la homogeneidad, por las características de los empleados establecidas, el nivel de confianza y el margen de error; siendo así:

$$n = \frac{(p * qN * Z^2)}{e^2 (N-1) + +Z^2 * p * q}$$

N: Tamaño de la población – Empleados empresa en la ciudad de Guayaquil

n: Tamaño de la muestra - resultado

Z: Valor correspondiente a la distribución de Gauss – 1.96

e= Error de estimación permitido – 5%

q=1-p

$$n = \frac{(0.5 * 0.5 * 917 * (1.96)^2)}{(0.05)^2 (917-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

Dado que el tamaño de la población es de 917 personas, se obtuvo como resultado un tamaño de muestra para las encuestas de 271 personas, y con ello obtener resultados más confiables y precisos en el análisis.

2.2.4.3 Diseño del Cuestionario

Las encuestas serán utilizadas en la investigación exploratoria para poder hacer un análisis más profundo del mercado. Este estudio estuvo formulado por 12 preguntas, de las cuales 7 son de selección múltiple en las cuales los encuestados podrán escoger entre varias opciones; y las 5 restantes tienen un modelo dicotómico, en las cuales los entrevistados tienen 2 opciones una positiva y otra negativa.

Este es el cuestionario que se aplicó a los encuestados, ver Anexo N° 2.2:

2.2.4.4 Realización de la Encuesta

2.2.4.4.1 Análisis de los Resultados

La primera pregunta de la encuesta hecha a los clientes potenciales se encaminó a la obtención de datos personales tales como; sexo, edad, estado civil.

Pregunta No. 1

Información del Encuestado:

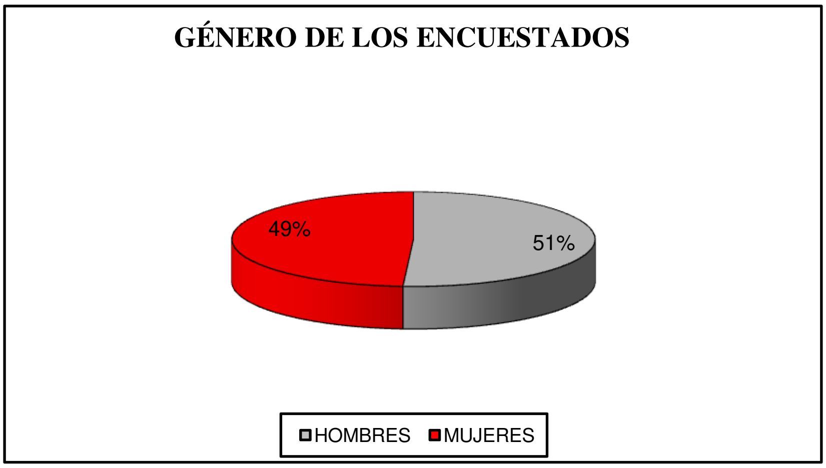
a) Sexo

Cuadro 2.1 Género de los Encuestados

SEXO	CANTIDAD	% Participación
HOMBRES	138	51%
MUJERES	133	49%
TOTAL	271	100

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.1 Género de los Encuestados



Elaborado por: Autores del Proyecto

De 271 personas encuestadas, 138 pertenecen al sexo masculino y que representan el 51% de las personas encuestadas, en tanto que 133 pertenecen al sexo femenino y que representan el 49% de la muestra.

b) Edad

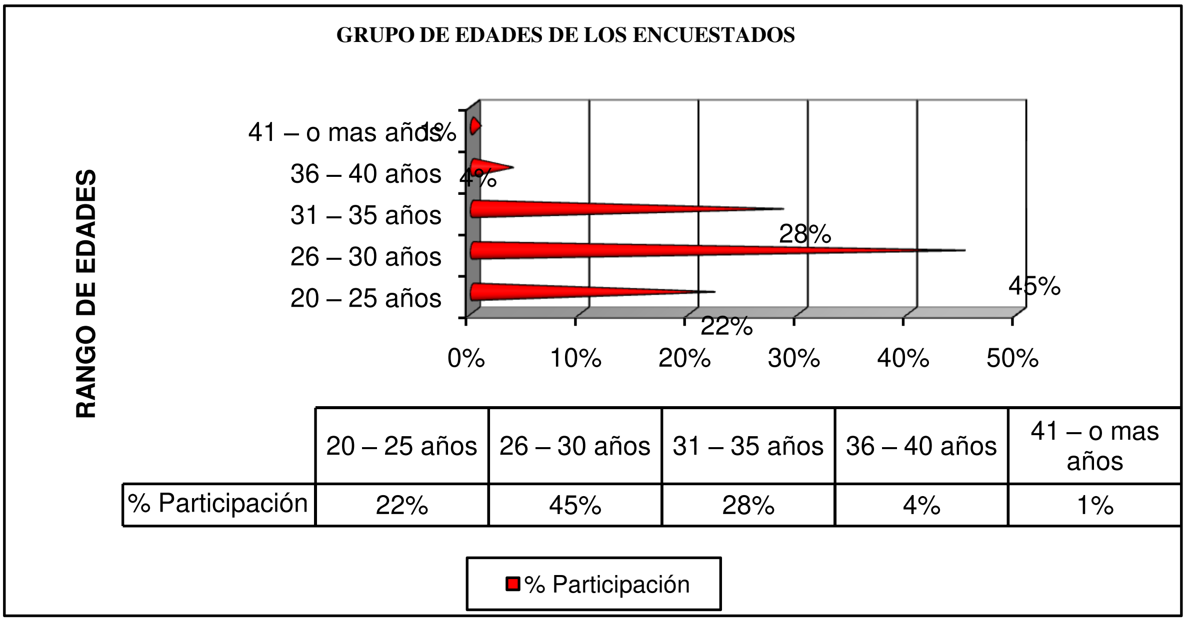
El propósito de esta parte de la encuesta es saber las edades promedios de los potenciales clientes, se hizo una distribución de cinco clases abarcando un rango de edad desde los 20 hasta 41 años, dejando abierta la posibilidad de que personas con mas de 41 años puedan acceder a realizar la encuesta.

Cuadro 2.2: Grupo de edades de los encuestados

EDAD	CANTIDAD	% Participación
20 – 25 años	60	22%
26 – 30 años	122	45%
31 – 35 años	77	28%
36 – 40 años	10	4%
41 – o más años	2	1%
TOTAL	271	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.2: Grupo de edades de los encuestados



Elaborado por: Autores del Proyecto

El resultado que se obtuvo fue que personas entre 26 - 30 años participaron con una representación del 45%, los que se destacaron en segundo lugar son las personas cuya edad esta entre 31 – 35 años con un 28% de participación, mientras que las personas que están en el rango de 41 o más años representa el 1% del total de la muestra.

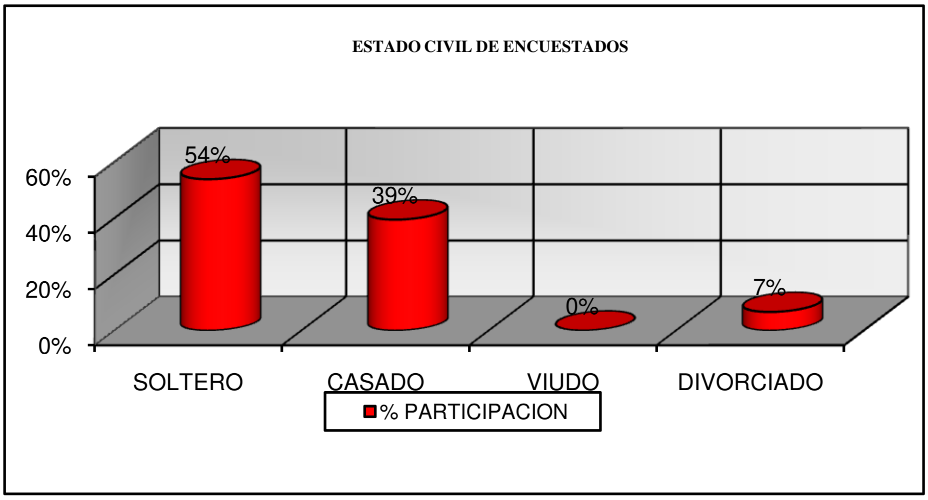
c) Estado civil

Cuadro 2.3: Estado Civil de los encuestados

ESTADO CIVIL	TOTAL	% PARTICIPACIÓN
SOLTERO	146	54%
CASADO	107	39%
VIUDO	0	0%
DIVORCIADO	18	7%
TOTAL	**271**	**100%**

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.3: Estado Civil de los encuestados



Elaborado por: Autores del Proyecto

La tercera parte de la primera pregunta hace una referencia al estado civil de los potenciales clientes, donde el 54% de los encuestados son solteros, seguido de los casados con una representación del 39%, la clasificación de viudos cuentan con una representación de 0% siendo esta la más baja de las clasificaciones, y finalmente los divorciados con una representación de 7% del total de la muestra.

Pregunta No. 2

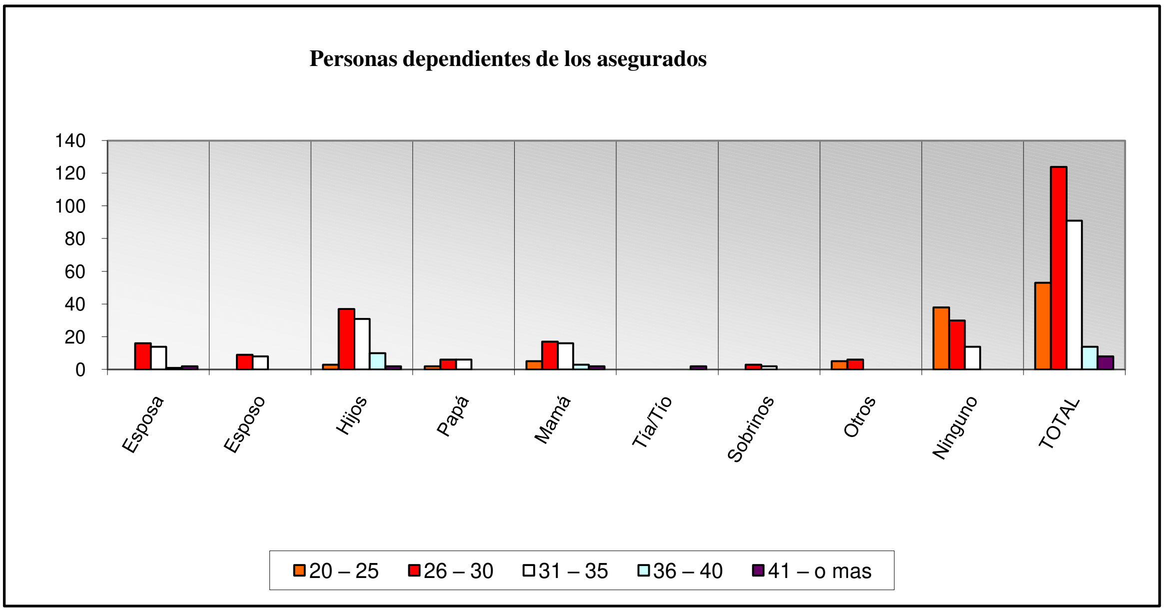
¿Cuántos miembros de su familia son dependientes de usted? Según el detalle:

Cuadro 2.4: Personas dependientes de los encuestados

Relación/Edades	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más
Esposa	0	16	14	1	2
Esposo	0	9	8	0	0
Hijos	3	37	31	10	2
Papá	2	6	6	0	0
Mamá	5	17	16	3	2
Tía/Tío	0	0	0	0	2
Sobrinos	0	3	2	0	0
Otros	5	6	0	0	0
Ninguno	38	30	14	0	0
TOTAL	53	124	91	14	8

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.4: Personas dependientes de los encuestados



Elaborado por: Autores del Proyecto

En los resultados que muestra esta pregunta se observa que las personas encuestadas entre los 26 – 30 años de edad cuentan con mayor número de familiares dependientes, ubicando en primer lugar a los hijos.

En el rango de 20 – 26 años de edad ubican en primer lugar el ítem de Ninguno, estos potenciales asegurados en su mayoría consideran no tener personas dependientes.

Pregunta No. 3

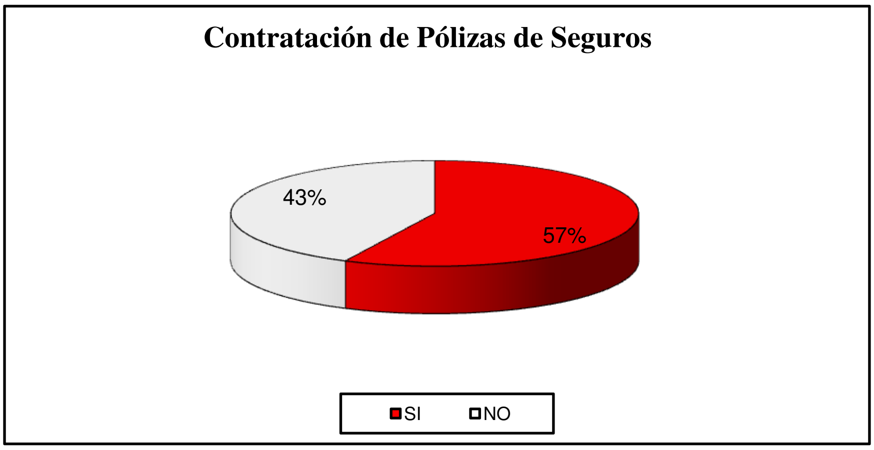
¿Ha contratado usted algún tipo de póliza de seguros independiente de las que le ofrece la empresa para la cual labora? Si la respuesta es no pase a la pregunta número 6.

Cuadro 2.5: Contratación de Pólizas de Seguros

RESPUESTA	No. de Personas	%
SI	155	57%
NO	116	43%
Total de Encuestados	271	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.5: Contratación de Pólizas de Seguros



Elaborado por: Autores del Proyecto

Esta pregunta hace referencia al número de personas que han contratado una póliza de seguro alguna vez en su vida y que es independiente de las que ofrece la empresa en la cual trabajan. Se observa que el 57% de los encuestados si han contratado pólizas de seguros alguna vez en su vida, que representan a 155 encuestados. El 43 % restante no ha contratado pólizas de seguros y que representa 116 del total de personas encuestadas.

Pregunta No. 4

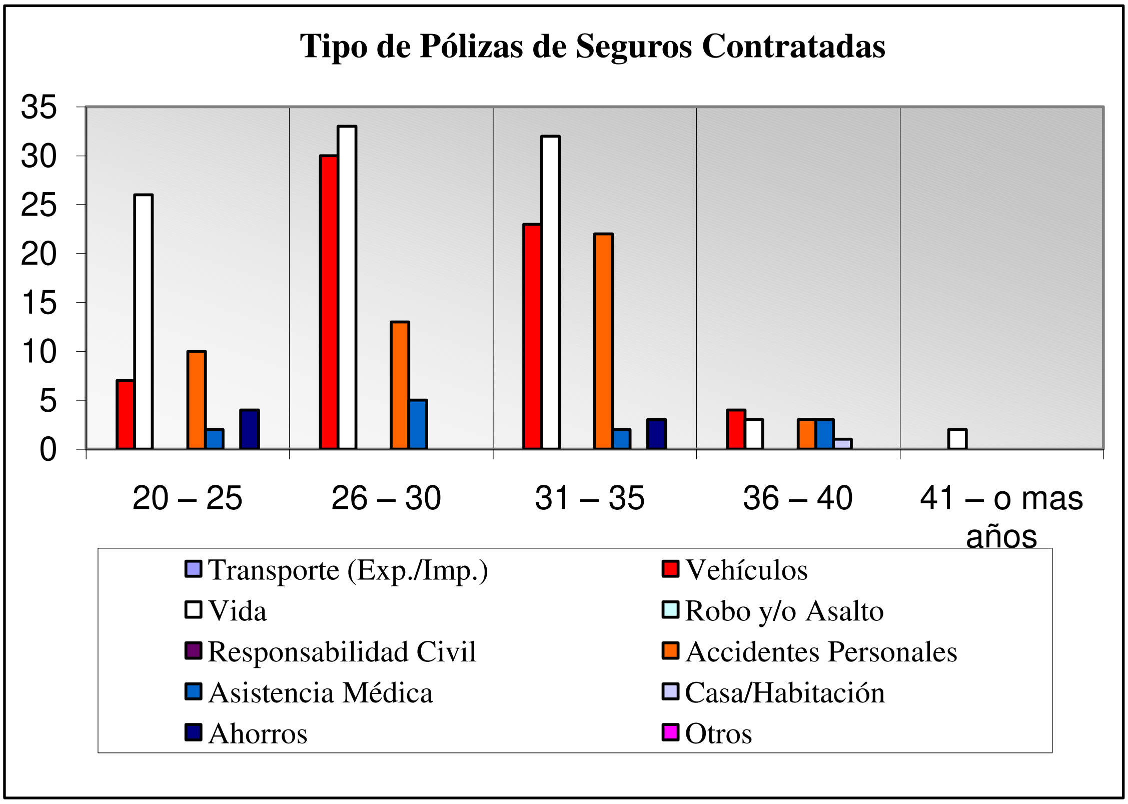
¿Qué tipo de póliza de seguros ha contratado?

Cuadro 2.6: Tipo de Pólizas de Seguros Contratadas

PÓLIZAS/EDAD	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más años	TOTAL
Transporte (Exp./Imp.)	0	0	0	0	0	0
Vehículos	7	30	23	4	0	64
Vida	26	33	32	3	2	96
Robo y/o Asalto	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad Civil	0	0	0	0	0	0
Accidentes Personales	10	13	22	3	0	48
Asistencia Médica	2	5	2	3	0	12
Casa/Habitación	0	0	0	1	0	1
Ahorros	4	0	3	0	0	7
Otros	0	0	0	0	0	0

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.6: Tipo de Pólizas de Seguros Contratadas



Elaborado por: Autores del Proyecto

El propósito de ésta pregunta fue de saber cuáles tipos pólizas de seguros han contratado las personas encuestadas alguna vez en su vida, y según los datos tenemos que en todos los rangos de edades han sido contratadas pólizas de vida, siendo en el rango de 26 – 30 años de edad donde se han contratado 33 pólizas de vida. Se puede ver que en los cuatro primeros rangos de edades se contratan pólizas de vehículos, siendo 30 el número más alto de contrataciones de pólizas en el rango de 26 – 30 años de edad. Es importante mencionar que la opción de pólizas de ahorros tuvo 7 votos a favor y el rango que tiene 4 de los 7 puntos es el de 20 – 25 años de edad.

Pregunta No. 5

De acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior: ¿Cómo contrató la póliza de seguros?

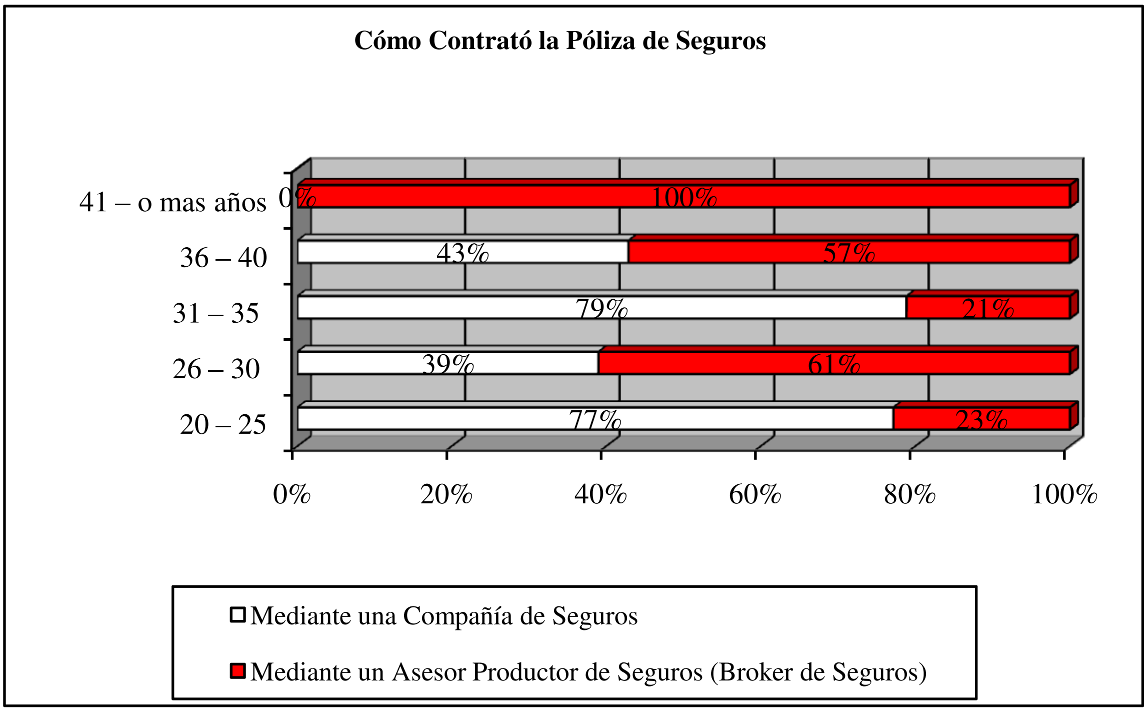
Cuadro 2.7: Como contrató la Póliza de Seguro

PÓLIZAS/EDAD	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más años	TOTAL
Mediante una Compañía de Seguros	27	23	41	3	0	94
Mediante un Asesor Productor de Seguros (Broker de Seguros)	8	36	11	4	2	61
TOTAL	35	59	52	7	2	155

Mediante una Compañía de Seguros	77%	39%	79%	43%	0%	61%
Mediante un Asesor Productor de Seguros (Broker de Seguros)	23%	61%	21%	57%	100%	39%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.7: Cómo Contrató la Póliza de Seguros



Elaborado por: Autores del Proyecto

De los datos obtenidos de la encuesta observamos que en el rango de 31 – 35 años de edad 79% de ellos han contratado pólizas de seguros a una Compañía de Seguros, mientras que en el rango de 40 a más años de edad ninguno ha contratado póliza de seguros a una Compañía de Seguros. En los otros datos vemos que en el rango de 26 – 30 años de edad el 61% de ellos han contratado pólizas de seguros por medio de un APS, mientras que en el rango de 20 – 25 años de edad el 23% de ellos han contratado pólizas de seguros por medio de un APS.

Pregunta No. 6

¿Conoce usted qué es y el tipo de servicio que ofrece un Asesor Productor de Seguros (BROKER de Seguros)? Si la respuesta es NO termina la encuesta.

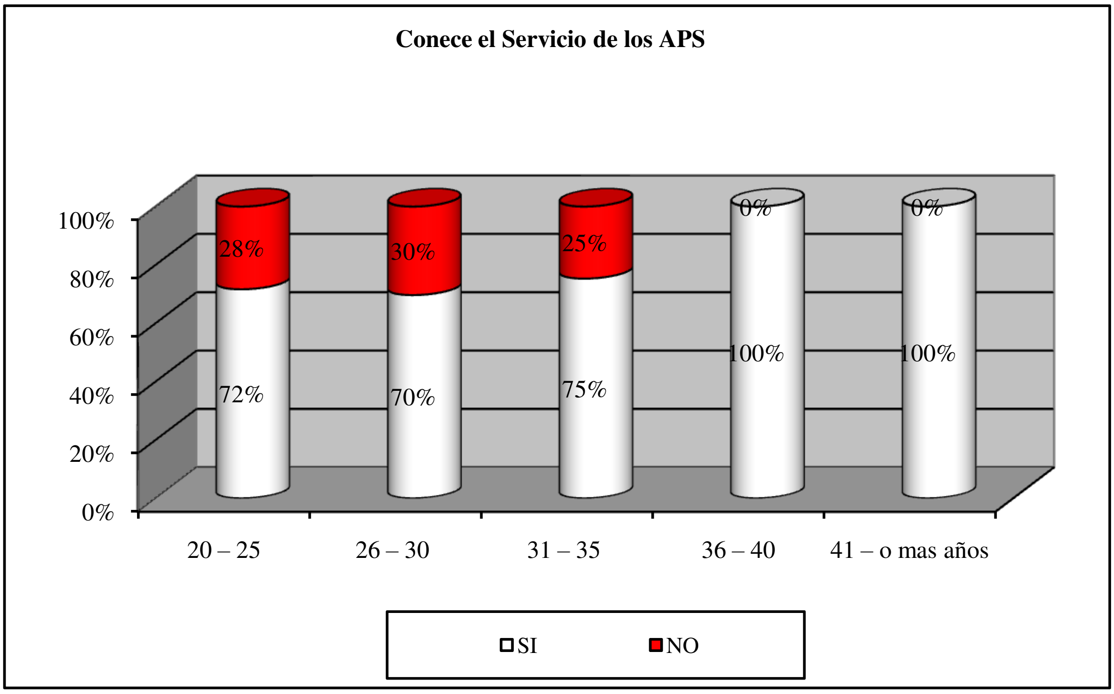
Cuadro 2.8: Conoce el Servicio de los APS

RESPUESTA/EDAD	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más años	TOTAL
SI	43	85	58	10	2	198
NO	17	37	19	0	0	73
TOTAL	60	122	77	10	2	271

SI	72%	70%	75%	100%	100%	73%
NO	28%	30%	25%	0%	0%	27%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.8: Conoce el Servicio de los APS



Elaborado por: Autores del Proyecto

Esta pregunta fue formulada para saber si las personas encuestadas conocen que es y que hacer un APS, dentro de los resultados obtenidos tenemos que en el rango de 26 – 30 años de edad el 70% de ellos si sabe sobre los APS, en el de 36 – 40 el 100% de ellos si conoce sobre ellos, dentro de los rangos de 36 – 40 y 41 – o más no encontramos personas que conozcan sobre los APS.

Pregunta No. 7

¿Estaría usted dispuesto a contratar una póliza de Seguros por medio de un Asesor Productor de Seguros (BROKER)?. Si la respuesta es no termina la encuesta.

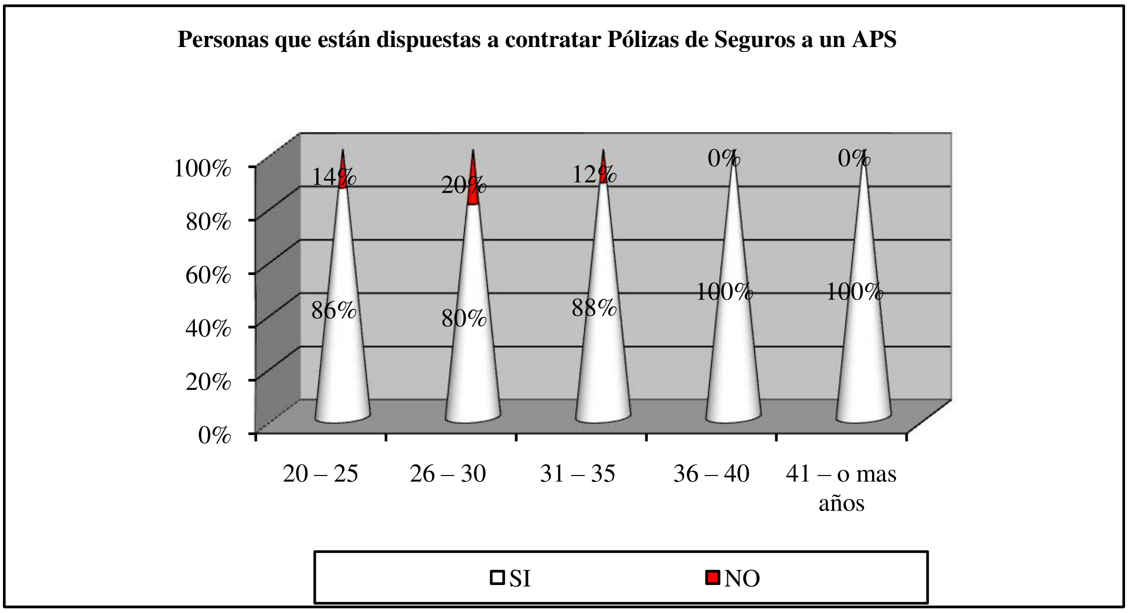
Cuadro 2.9: Personas que están dispuestas a contratar pólizas de Seguros a un APS

RESPUESTA/EDAD	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más años	TOTAL
SI	37	68	51	10	2	168
NO	6	17	7	0	0	30
TOTAL	43	85	58	10	2	198

SI	86%	80%	88%	100%	100%	85%
NO	14%	20%	12%	0%	0%	15%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.9: Personas que están dispuestas a contratar Pólizas de Seguros a un APS



Elaborado por: Autores del Proyecto

De los resultados obtenidos observamos que el rango de 26 – 30 años de edad son los más interesados a contratar pólizas de seguros por medio de una APS con un dato de 68 personas que respondieron positivamente a la pregunta, seguido de el rango 30 – 35 años de edad con 51 respuestas afirmativas.

Pregunta No. 8

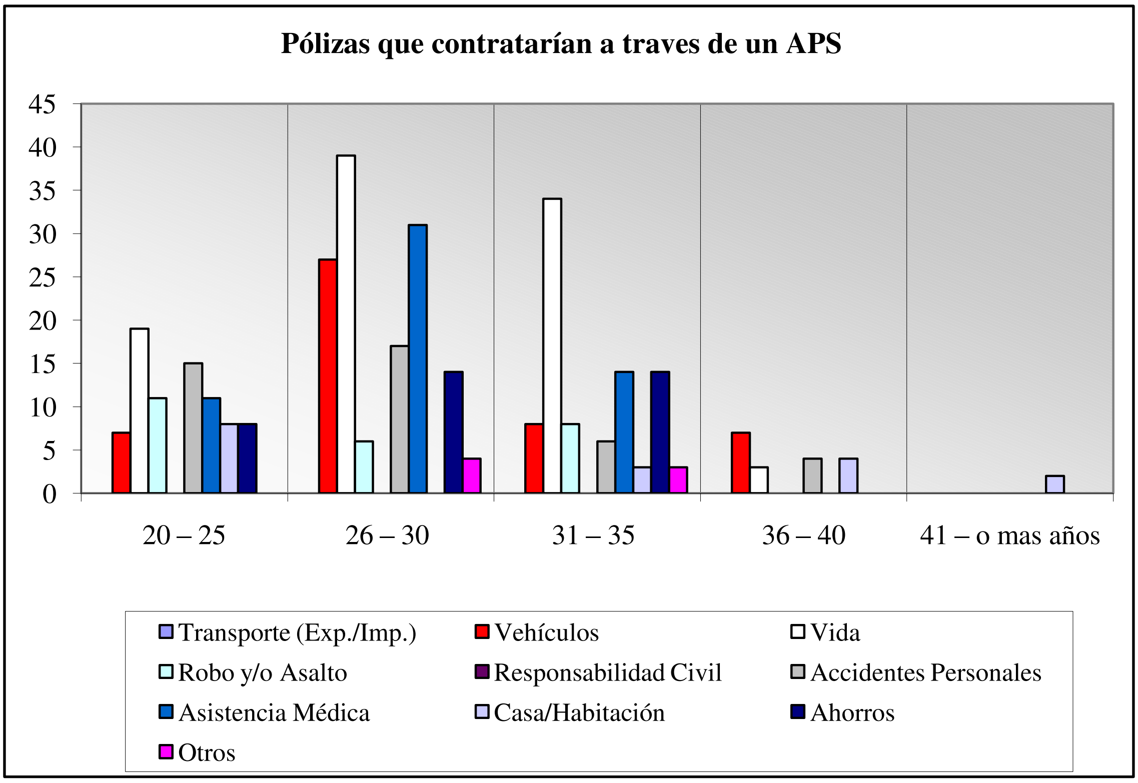
¿Qué tipo de póliza estaría usted dispuesto a contratar?

Cuadro 2.10: Tipos de pólizas que contratarían a través de un APS

PÓLIZAS/EDAD	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más años	TOTAL
Transporte (Exp./Imp.)	0	0	0	0	0	0
Vehículos	7	27	8	7	0	49
Vida	19	39	34	3	0	95
Robo y/o Asalto	11	6	8	0	0	25
Responsabilidad Civil	0	0	0	0	0	0
Accidentes Personales	15	17	6	4	0	42
Asistencia Médica	11	31	14	0	0	56
Casa/Habitación	8	0	3	4	2	17
Ahorros	8	14	14	0	0	36
Otros	0	4	3	0	0	7

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.10: Pólizas que contratarían a través de un APS



Elaborado por: Autores del Proyecto

Esta pregunta es muy importante ya que nos muestra las pólizas de seguros que las personas encuestadas están dispuestas a contratar a través de un APS.

En el rango de 20 – 25 años de edad se nota que hay gran deseo de contratar pólizas de Vida y de Accidentes Personales, con 19 y 15 puntos respectivamente. En el rango de 26 – 30 años de edad tenemos 39 puntos a favor de pólizas de vida, 31 puntos de Asistencia Médica y 27 puntos para pólizas de vehículos, en el rango de 31 – 35 años de edad se observa 34 puntos para pólizas de vida, y como dato adicional es que en el rango de 41 – o más solo hay 2 votos a favor de las pólizas de casa o habitación.

Pregunta No. 9

Señale en orden de importancia (siendo 1 la más baja y 6 la más alta), ¿Cuáles de las siguientes características debería proporcionar un Asesor Productor de Seguros (BROKER)?

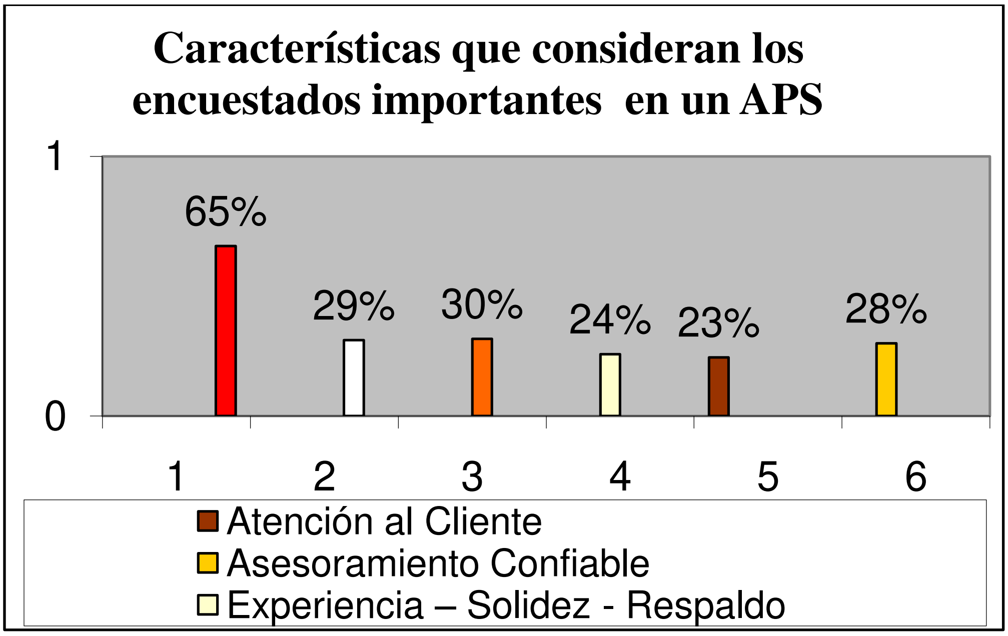
Cuadro 2.11: Características que los encuestados consideran importantes en un APS

CARACTERÍSTICAS / ESCALA	1	2	3	4	5	6	TOTAL
Atención al Cliente	18	25	35	18	38	34	168
Asesoramiento Confiable	21	24	6	35	35	47	168
Experiencia – Solidez – Respaldo	9	34	30	40	35	20	168
Tiempo de Entrega de Documentos	5	34	50	36	32	11	168
Conocimiento del mercado	5	49	42	33	25	14	168
Personas conocidas	110	2	5	6	3	42	168
TOTAL ENCUESTADOS	168	168	168	168	168	168	

Atención al Cliente	11%	15%	21%	11%	23%	20%	100%
Asesoramiento Confiable	13%	14%	4%	21%	21%	28%	100%
Experiencia – Solidez – Respaldo	5%	20%	18%	24%	21%	12%	100%
Tiempo de Entrega de Documentos	3%	20%	30%	21%	19%	7%	100%
Conocimiento del mercado	3%	29%	25%	20%	15%	8%	100%
Personas conocidas	65%	1%	3%	4%	2%	25%	100%
TOTAL ENCUESTADOS	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.11: Características que los encuestados consideran importantes en un APS



Elaborado por: Autores del Proyecto

Se consultó a las personas encuestadas que características debía proporcionar un APS, calificando por importancia las características siendo 1 la calificación más baja y 6 la mas alta, se encontró que; Personas Conocidas tuvo el 65% de los votos con la calificación de 1 deduciéndola como la característica de menor importancia para las personas encuestadas, y la que consideraron como una característica de mayor importancia es la de Asesoramiento Confiable con 28% de los votos, esta característica fue la que tuvo mayor votación en la calificación de 6.

Pregunta No. 10

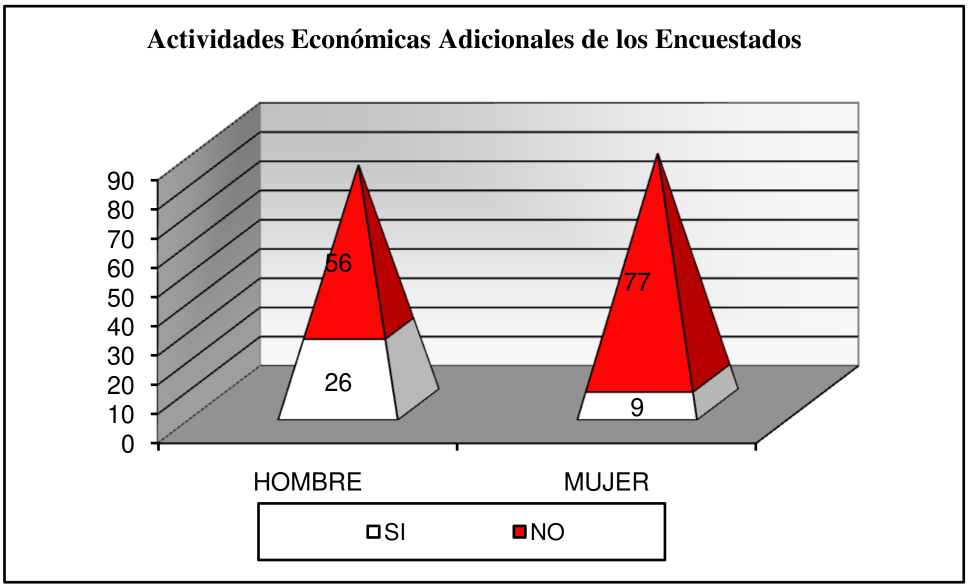
¿Cuénta usted con algún tipo de actividad económica adicional a la de su empleo actual?

Cuadro 2.12: Actividades Económicas Adicionales de los Encuestados

SEXO/RESPUESTA	SI	NO
HOMBRE	26	56
MUJER	9	77
Total de Encuestados	35	133

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.12: Actividades Económicas Adicionales de los Encuestados



Elaborado por: Autores del Proyecto

Se hizo esta pregunta para saber si los encuestados cuentan con actividades económicas adicionales ya sean familiares, como personales, y observamos que 35 personas encuestadas si tienen otra actividad económica a la de su trabajo actual, y 133 se pronunciaron con la opción de que no tienen otra actividad económica distinta a la de su actual empleo.

Pregunta No. 11

¿Cuántos de los detallados a continuación forman parte de su patrimonio?

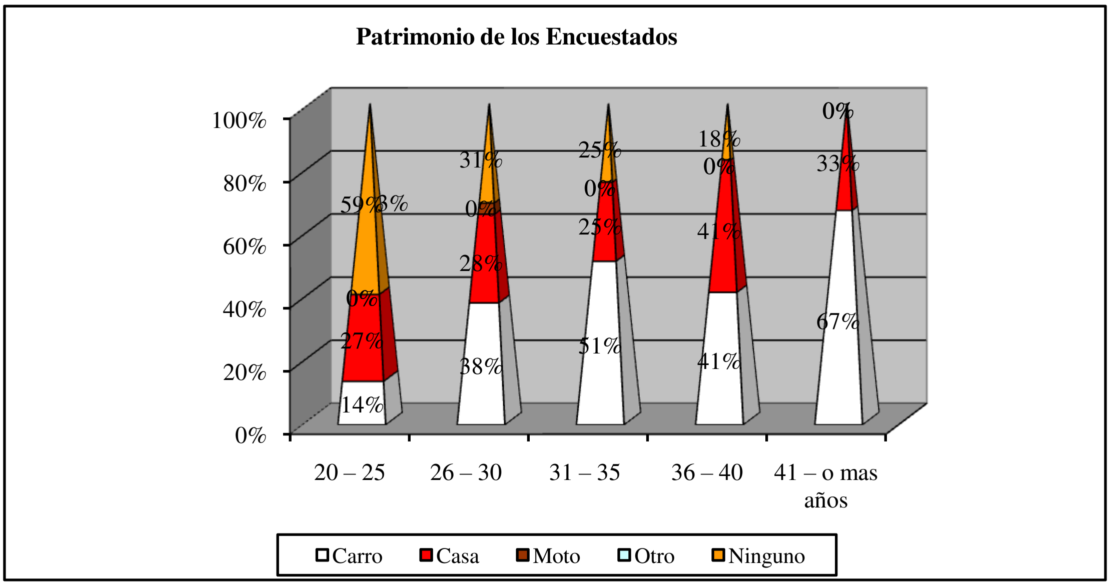
Cuadro 2.13: Patrimonio de los Encuestados

PATRIMONIO/EDAD	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más años	TOTAL
Carro	5	33	29	7	4	78
Casa	10	24	14	7	2	57
Moto	0	3	0	0	0	3
Otro	0	0	0	0	0	0
Ninguno	22	27	14	3	0	66
TOTAL	37	87	57	17	6	204

Carro	14%	38%	51%	41%	67%	38%
Casa	27%	28%	25%	41%	33%	28%
Moto	0%	3%	0%	0%	0%	1%
Otro	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ninguno	59%	31%	25%	18%	0%	32%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.13: Patrimonio de los Encuestados



Elaborado por: Autores del Proyecto

El motivo de esta pregunta fue para conocer parte del patrimonio de las personas encuestadas, de los datos obtenidos tenemos que en el rango de edad de 20 – 25 años de edad el 59% contestó que no tiene ningún patrimonio, en el rango de 26 – 30 el 38% de las personas encuestadas tienen carro y 28% tienen casas.

Pregunta No. 12

Indique el rango en el que se mantiene su ingreso promedio mensual de dólares:

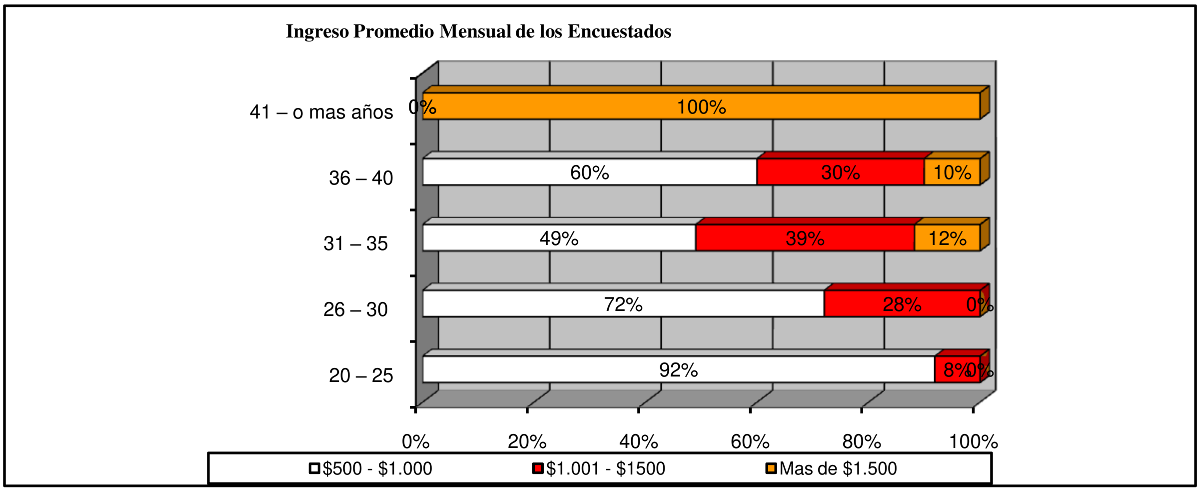
Cuadro 2.14: Ingreso Promedio Mensual de los encuestados

INGRESOS/EDAD	20 – 25	26 – 30	31 – 35	36 – 40	41 – o más años	TOTAL
$500 - $1.000	34	49	25	6	0	114
$1.001 - $1500	3	19	20	3	0	45
Más de $1.500	0	0	6	1	2	9
TOTAL	37	68	51	10	2	168

$500 - $1.000	20%	29%	15%	4%	0%	68%
$1.001 - $1500	2%	11%	12%	2%	0%	27%
Más de $1.500	0%	0%	4%	1%	1%	5%
TOTAL	22%	40%	30%	6%	1%	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

Gráfico 2.14: Ingreso Promedio Mensual de los encuestados



Elaborado por: Autores del Proyecto

Esta última pregunta muestra el nivel de ingresos mensuales de las personas encuestadas, tenemos que en el rango de 26 – 30 años de edad el 20% de las personas que contestaron ésta pregunta tienen un ingreso promedio de $ 500 – $1000, en el rango de 26 – 30 años de edad el 29 % de las personas encuestadas. En los 2 últimos rangos se ve que las personas encuestadas tienden a tener un ingreso mayor que los demás rangos consultados.

2.2.4.4.2 Conclusiones de los resultados

Del análisis de los resultados se concluye que, el grupo más atractivo del mercado son todas las personas que están en el rango de 26 – 30 años de edad con el 45% de participación del total de los encuestados que fueron 271, un dato adicional es que son los mayores consumidores de pólizas de vida y de vehículos, que los demás ramos, con 33 y 30 contrataciones respectivamente.

Además se puede visualizar que 36 personas encuestadas, si han contratado pólizas de seguros por medio de un APS, y 85 personas encuestas afirman conocer que es y que servicio brindan un APS, el 80% de las mismas personas que conocen a los APS si están dispuestos a contratar pólizas de seguros por medio de ellos, pólizas como: Vehículos, vida, asistencia médica y accidentes personales.

También poseen vehículos con 33 unidades y el 72% de ellos tiene ingresos promedios mensuales de $500 a $ 1.000, el 28% restante tienen ingresos promedios mensuales de $1.001 a $1.500.

Para este grupo de personas les es más importante contratar pólizas de seguros por medio del APS porque ellos se interesan mucho por el asesoramiento confiable y el servicio personalizado que los APS brindan, como lo muestra el cuadro 2.11.

2.3 Descripción de problemas y oportunidades (FODA)

Este análisis identifica y juzga las más importantes Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la compañía, de aquí el nombre FODA. También es conocido como análisis DAFO o FORD (Fortalezas, Oportunidades, Riesgos y Debilidades)

FORTALEZAS

- ✓ Tener muchos proveedores, ver anexo No. 2.3, ya que somos un APS sin relación de dependencia.
- ✓ Nuestros honorarios son cancelados por las compañías de seguros por medio de comisiones, sobre la base de prima cancelada.
- ✓ Brindar asesoramiento personalizado.
- ✓ Contamos con profesionales en los ramos de seguros que garantizan con seguridad el asesoramiento dado a los clientes.

- ✓ Es una empresa que cuenta con 15 años de experiencia en la industria de los APS.
- ✓ Ser una empresa seria, respaldados por la certificación de la Superintendencia de Bancos y Seguros para operar en los ramos de seguros:
- ✓ OPORTUNIDADES
- ✓ El mercado creciente dentro de las contrataciones de las pólizas de seguros.
- ✓ Ofrecer pólizas individuales a personas naturales empleados de empresas grandes.

DEBILIDADES

- ✓ Dependemos del tiempo de respuesta de la aseguradora en cuanto a cotizaciones, coberturas.

AMENAZAS

- ✓ Los competidores son muchos debido a que las barreras de entrada y de salida son bajas.
- ✓ Percepción del cliente a las Pólizas de Seguros y a los APS, porque no hay cultura de contratación de seguros individuales.

2.4 Comportamientos de Respuesta del Consumidor

2.4.1 Medida de la Actitud por el Enfoque de composición:

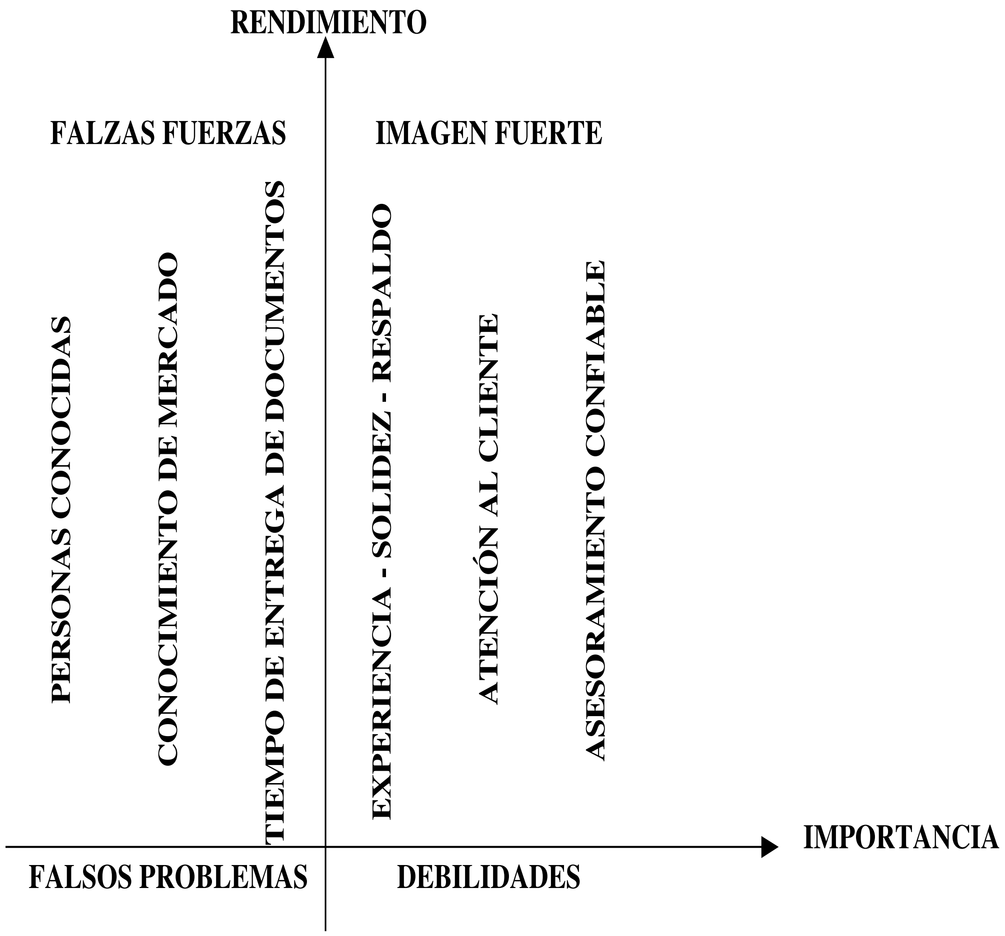
Matriz "Importancia – Resultado"

Esta matriz permite analizar los principales atributos que un consumidor toma en cuenta en el instante en que decide adquirir el servicio no teniendo muy presente dentro de una marca dicho atributo, en nuestro proyecto son las características que debe tener un APS para brindar el respectivo servicio.

Esta matriz está elaborada en base de los resultados obtenidos en la encuesta de la Investigación de Mercados.

Según datos de las encuestas las personas consideran el asesoramiento confiable como una característica de alta importancia para los APS, seguida de atención al cliente, experiencia-solidez-respaldo entonces se convierte en nuestra imagen fuerte estas 3 características.

Lo que son las características de personas conocidas, calificada con la menor importancia de entre las 6 características, junto con conocimiento de mercado y entrega de documentos son consideradas falsas fuerzas para nuestro APS.



2.5 Selección del Mercado Meta

2.5.1 Especificación Selectiva

Es cuando se selecciona varios segmentos, ya que esta estrategia tiene cobertura de muchos segmentos además tiene la ventaja de poder diversificar riesgos existentes para nuestro proyecto.

EL APS va a ofrecer pólizas de seguros de vida, asistencia médica, vehículos y accidentes personales, ya que en las encuestas realizadas resultó que las personas consultadas están muy interesadas en estos ramos de pólizas.

Las pólizas estarán dirigidas a personas que pertenecen a los rangos 20 – 25, 26 – 30, 31 – 35 años de edad, porque son los que más inclinados están a contratar estos tipos de pólizas.

Nuestro mercado meta está formado por las personas que se encuentran entre 26 – 30 años de edad, porque con los datos obtenidos estas personas tienen una predisposición a contratar pólizas de seguros tales como; las pólizas de vehículos porque mencionaron tener gran cantidad de vehículos, pólizas de asistencia médica para su familia ya que son casados y tienen hijos, pólizas de accidentes personales para prevenir los gastos por accidentes de sus familiares, y de pólizas de vida ya que una característica importante de este rango de edad es que la mayoría de integrantes son casados y en caso de fallecimiento, beneficiar a su familia.

En los otros rangos de edad como 20 – 25, que es el grupo más joven de todos los rangos, se resalta la importancia que ellos dan a las pólizas de vida porque casi todos son solteros, y aún viven con sus padres y desean beneficiarlos en caso de muerte.

Y en el rango de 31 – 35 años de edad se muestra una tendencia a contratar pólizas de vida, estos empleados ya tienen familia y se preocupan por el bienestar de ellos, ya que los beneficiarios directos son los hijos.

A continuación se muestra un cuadro donde están la cantidad de personas que trabajan en una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil y clasificados por rango de edad a la que nos vamos a dirigir:

Cuadro 2.15: Clasificación de la Población por edad

AÑOS	PERSONAS	%
20 – 25	208	23%
26 – 30	368	40%
31 – 35	237	26%
36 – 40	90	10%
40 - o más	14	2%
Total general	917	100%

Elaborado por: Autores del Proyecto

2.6 Planteamiento de Objetivos Generales

- ✓ Lograr alta captación de los clientes de actuales para un nuevo producto.

2.7 Planteamiento de Objetivos Específicos

- ✓ Crear ventaja competitiva a través de servicio al cliente por medio del asesoramiento de pólizas de seguros.

- ✓ El servicio de los APS debe ser reconocido por el 50% de los consumidores frecuentes de este mercado.

- ✓ Tener un 25% de participación de mercado al terminar el primer año de operación.

2.8 Planteamiento de Estrategias y Tácticas

Para lograr los objetivos planteados se deben implementar estrategias y tácticas durante el periodo establecido. El cuadro 2.16 muestra los objetivos específicos y las estrategias que se planteen para alcanzarlo.

Cuadro 2.16: Objetivos, Estrategias y Tácticas.

Objetivo	Estrategias	Tácticas
Crear ventaja competitiva a través de servicio al cliente por medio del asesoramiento de pólizas de seguros.	*Los ejecutivos de cuentas que estén en contacto con los clientes deben tener al menos 2 cursos de capacitación de seguros, entre otros, en relación asesoramiento a clientes al finalizar el primer año de actividad*	Contratar un especialista en el área de seguros para que capacite a los ejecutivos de cuenta que trabajarían en la empresa con las pólizas de seguros.
	Ofrecer servicios adicionales al cliente	Gestionar cobro de primas a los asegurados y hacer los pagos de dichas primas a las compañías de seguros.
		Gestionar reclamos desde su inicio hasta su pago, por siniestros que hayan sufrido los asegurados.
El servicio de los APS debe ser reconocido por el 50% de los consumidores frecuentes de este mercado.	*Campaña de marketing en medios de bajo costo, intensiva y enfocada al mercado meta.*	Publicación de información textual, vídeo y audio de los servicios del APS a través de la intranet de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil.
	Dar charlas, de los servicios del APS y beneficios de las pólizas de seguros	Estarán a cargo del ejecutivo de cuenta, que estará preparado para dar a conocer los servicios del APS y las pólizas a ofrecer.
Tener un 25% de participación de mercado al terminar el primer año de operación.	*Mantener un ejecutivo de cuenta en las oficinas de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil.*	El ejecutivo tendrá su oficina dentro de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil para brindar la facilidad a los asegurados.
	Mantener contacto con otros ejecutivos.	Manejar base de datos y contacto con ejecutivos de cuentas del APS para que ayude a consultas adicionales.
	Mantener comunicación con otros ejecutivos.	Mantener contacto telefónico con el ejecutivo de cuenta asignado a la empresa grande las 24 horas del día.

Elaborado por: Autores del proyecto

2.9 Producto

2.9.1 Pólizas de Vehículos

El producto que se va a ofrecer es únicamente diseñado para los empleados de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil, ya que está enfocado a las necesidades de todos aquellos empleados de 26 – 30 años de edad que tengan vehículos para asegurar.

Es diseñado solo para ellos, porque en el mercado no se va a encontrar ni un solo producto de similar características.

A continuación se muestran las características del producto pólizas de vehículos que cuenta con condiciones generales y particulares.

Cuadro 2.17: Póliza de Vehículos

PLAN PARA EMPLEADOS DE EMPRESA UBICADA EN GUAYAQUIL	
OBJETO ASEGURADO	**VEHICULOS**
Tasa	3,80%
FORMA DE PAGO	DE CONTADO - 6 DEBITOS BANCARIOS - TARJETA DE CREDITO
DEDUCIBLES	10% del V/S, mínimo 1% del V/A, no menor a $200 **Pérdida Total:** *Pérdida total por Robo con hunter "5% valor asegurado". Si el vehículo es recuperado y presenta pérdidas o daños, se aplicará el deducible general de la póliza
CONDICIONES PARTICULARES	**TIPO DE VEHICULOS** *Livianos, excluye pesados y motos. *Máximo de hasta 12 años en su fabricación.
COBERTURAS PRINCIPALES	*Choque, Volcadura e Incendio. *Robo y/o Hurto (total ó parcial) *Rayo y/o explosión. *Rotura de vidrios *Riesgos Sociales (motín y huelgas). *Riesgos de la Naturaleza (incluye terremoto) *Daños maliciosos *Servicio de asistencia
COBERTURAS ADICIONALES	*Responsabilidad Civil hasta $10.000 como LUC *Gastos de grúa hasta $200 (en exceso de asistencia)
ACCIDENTES A OCUPANTES	*Según ocupantes indicados en matrícula *Muerte accidental $3.000 c/u. *Invalidez permanente $3.000 c/u *Gastos médicos por accidente $1.000 c/u. *Cobertura para Airbags hasta $2.000
CLAUSULAS ADICIONALES	*Restitución automática de valor asegurado *Paso por caminos no entregados oficialmente *Circulación por rivera de playas (excluye permanencia) *Paso de puentes y gabarras. *Paso por caminos vecinales *Caída de objetos extraños e impacto proyectiles *Caída de edificios, aeronaves o parte de ellas *Designación de taller de mutuo acuerdo *Notificación de siniestros 5 días *Garantía para cobertura de Robo Total *Cláusula de No depreciación en pérdidas totales
GARANTÍAS	*Vehículos con montos entre $12.000 - $15.000 deben poseer sistema de rastreo satelital Carlink o Hunter. *Mayores a $15.000 obligatorio dispositivo rastreo. *Plazo de instalación 7 días, tiempo durante el cual el deducible será del 25% del valor asegurado. *Marcación de piezas obligatoria.*Reparación vehículos en talleres autorizados Equinoccial
ACLARACIONES	*Es obligación del asegurado proporcionar y actualizar el valor comercial de los vehículos. *Se excluye la cobertura de pérdida parcial por robo para los radios pull-out. *Los radios face-out se cubrirán en robo parcial siempre y cuando el asegurado entregue la mascarilla desmontable. *La cobertura para los radios se sujetará a un máximo de indemnización de $1.000. *En caso de que el vehículo asegurado posea accesorios extras (diferentes a los originales del vehículo) el asegurado deberá notificar por escrito su desición de asegurarlos previo el pago de prima adicional, caso contrario los mencionados extras no tendrán cobertura, y el amparo se limitará exclusivamente a aquellas piezas originales. *Para el caso de accesorios se cubre únicamente hasta el 20% del valor asegurado del casco del vehículo. *Al otorgarse esta póliza de vehículos queda aclarado y convenido que debido a la gran variación de precios existentes en el mercado de vehículos en caso de pérdida total del bien amparado por esta póliza el valor que la compañia de seguros utilizará como base para la indemnización será el valor asegurado, a excepción de los casos en que el valor medio del mercado resulte inferior al mismo. En caso de haber diferencias entre las partes para la determinación del valor comercial se utilizará el siguiente procedimiento: El Asegurado y la Aseguradora conseguirán por su cuenta y por escrito cotizacoiones del bien a reponer. De existir aún entre estas cotizaciones diferencias insalvables, se pedirá una tercera cotización a un distribuidor de la marca, la cual será considerada definitiva.
SERVICIO DE ASISTENCIA - ECUASISTENCIA (sin límite de eventos por año)	**A. ASISTENCIA VIAL** *Envío y pago de remolque (grúa): Por accidente hasta $200. Por avería hasta $150 *Auxilio vial (cambio de llanta, envío de gasolina y paso de corriente). *Envío y pago de cerrajero (por pérdida de llaves en capitales de provincias del país, excepto Galápag *Custodia de vehículo hasta $75. *Envío de piezas de repuesto **B. ASISTENCIA EN VIAJES** *Alojamiento y desplazamiento de los ocupantes por inmovilización del vehículo $150 (máximo 5 días) *Alojamiento y desplazamiento de los ocupantes por robo del vehículo hasta $150 (máximo 5 días) *Por desplazamiento de ocupantes a domicilio (2 ó mas) alquiler de vehículo hasta por $300, dentro de 48 horas. *Depósito y custodia del vehículo reparado o recuperado hasta $75 *Gastos de transporte para la recuperación del vehículo, reparado o robado. *Conductor profesional (en caso de muerte, accidente, o cualquier otra enfermedad acaecidas al dueño del vh.) *Localización y envío de piezas de repuestos **C. ASISTENCIA LEGAL** *Asistencia legal por accidente automovilístico y caso de robo del vehículo

Elaborado por: Autores del proyecto

2.9.2 Pólizas de Vida

Dirigidas para 20 – 25, 26 – 30, 31 – 35 rango de edad, ya que según los datos de las encuestas son los rangos que estarían dispuestas a contratar este tipo de póliza.

Póliza con la característica de ser únicamente diseñado para los empleados de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil.

A continuación se muestran las características del producto pólizas de vehículos que cuenta con condiciones generales y particulares. Con una cobertura de US$10.000

Cuadro 2.18: Póliza de Vida

PLAN PARA EMPLEADOS DE EMPRESA UBICADA EN GUAYAQUIL	
OBJETO ASEGURADO	**Accidentes Personales**
Tasa	US$40 Anual
FORMA DE PAGO	DE CONTADO - 6 DEBITOS BANCARIOS - TARJETA DE CREDITO
BENEFICIOS Y COBERTURAS	*Muerte por cualquier causa, muerte accidental (doble indemnización), desmembración accidental, incapacidad total o permanente. Cobertura de US$10.000
CLUSULAS ADICIONALES	*Notificación de siniestros, 30 días calendarios. Cancelación de la póliza, 30 días calendario. Pago de prima 15 días calendario. *Limite de edad.- de 18 a 70 años con el 100% de cobertura.
BENEFICIOS ADICIONALES	*Gastos médicos por accidente, Accidentes de trabajo, Pago de siniestro, Asistencia funeraria, red hospitalaria a nivel nacional.
EXCLUSIONES	*Uso intencional de la fuerza militar

Elaborado por: Autores del proyecto

2.9.3 Pólizas de Asistencia Médica

Este tipo de pólizas son para proteger la salud de las personas contra enfermedades que pueden contraer en cualquier momento de su vida. Al igual que las pólizas de vehículos este tipo de póliza tiene coberturas especiales para los empleados de la empresa localizada en la ciudad de Guayaquil, esto con la finalidad de que el asegurado potencial se sienta satisfecho con el servicio que ellos contratan.

A continuación se muestran las características del producto póliza de asistencia médica, con un monto asegurado de US$5.000,00 por enfermedad, que cuenta con condiciones generales y particulares:

Cuadro 2.19: Póliza de Asistencia Médica

PLAN PARA EMPLEADOS DE EMPRESA UBICADA EN GUAYAQUIL	
OBJETO ASEGURADO	**ASISTENCIA MEDICA**
Tasa	US$820.00 anual
FORMA DE PAGO	DE CONTADO - 6 DEBITOS BANCARIOS - TARJETA DE CREDITO
BENEFICIOS Y COBERTURAS	*Maximo por enfermedad US$5.000.00, cuarto y alimento diario al 100% hasta US$ 80.00, terapia intensiva 80%. *Deducible por enfermedad US$ 30.00, coparticipación hospitalaria - ambulatoria 80% *Emergencia por accidente US$200.00, sepelio dependientes US$600.00, medicina ambulatoria 80%, prótesis no dental (al 100%) es de US$200.00 *Periodo de presentación de reclamos es de 90 días, periodo de enfermedad es de 365 días, ambulancia hasta 80%, valor de la consulta es de US$27.02. Arancel tabla Harvard es de nivel 5 *Maternidad al 100% con motos de: parto normal, aborto, y cesárea US$800.00
BENEFICIOS	*El asegurado, sea titular o dependiente, tedrá lobertad de elegir el médico, clínica, farmacia, laboratorio, etc., desu confianza en cualquier parte del mundo. Sin embargo los reembolsos serán los razonables y acostumbrados tomando como referencia los costos del mismo procedimiento en el media ecuatoriano y con los topes establecidos por su arancel. ***Crédito Hospitalario: Tarjeta NG:** Crédito Hospitalario al 100% sin dejar garantía hasta el límite máximo por enfermedad en nuestras Clínicas afiliadas. Luego se liquidará el 20% no cubierto por la empresa que brindara el servicio para su cancelación.
PUNTOS DE ATENSIÓN A ASEGURADOS	*Consultorios destinados para un mejor servicio a los afiliados a un bajo costo, con médicos en especialidades de Medicina General, Pediatría, Ginecología, Cardiología, Gastroentología. LOs afiliados se podran realizar exámenes de imágenes: Ecografías, Electrocardiogramas, Endoscopías. Con valores de consulta de US$2.50 y no aplica deducible en la consulta médica.
SERVICIOS	***Reembolsos Inmediatos.-** Si los gastos a consecuencia de una determinada incapacidad no superan los US$200.00 en los locales de atensión a afiliados podran liquidarse estos valores según el plan contratado y recibir su reembolso en efectivo, y si los montos de de reclamas superon el establecido podra ghacerce el reclamo con el APS que administra su cuenta de seguro. **Pago Inteligente.-** Es un servici de liquidación y crédito vía internet que conecta a la aseguradora con las instituciones bancarias permitiendo que los valores correspondientes a reembolso de gastos médicos sean acreditados en efectivo a las cuentas bancarias de los asegurados. Paralelamente se informará vía e-mail la acreditación.
CONDICIONES PARTICULARES	*Cobertura las 24 horas del día, los 365 del año y en cualquier parte del mundo. Liquidación de reclamos en 5 dias laborables. Los copagos generados por cualquier diferencia o exceso en los gastos no cubiertos y deducibles; deberán ser cancelados en los 3 días laborables posteriores a la entrega de la misma. *Despues de la entrega de la liquidación correspondiente al reclamos presentado tendrán 45 días para poder hacer algún reclamo sobre el mismo, caso contrario se dará como válido. Los reclamos en moneda extranjera serán liquidados al tipo de cambio vigente a la fecha incurrida los gastos de acuerdo al médico ecuatoriano. *Limite de edad de 18 a 65 años de edad con el 100% de la cobertura, de 66 a 70 se dará el 50% de cobertura. *Coberturas de enfermedades profesionales y/o accidentes de trabajo, cobertura de enfermedades pre-existentes y congénitas para los afiliados depués de 90 días.
BENEFICIOS ADICIONALES	*Cubre 2 papanicolao al año para el titular por US$20.00 c/u. Alquiler de silla de ruedas y muletas una vez al año hasta US$80.00 para el titular, Cristales ópticos al 100% US$60.00 una vez al año. *Cubre medias elásticas mientras sean parte de tratamiento a causa de incapacidad al 80%. Audifonos al 100% una vez al año al titular hasta US$100.00. Protesis no dental hasta US$200.00. *Cobertura de zapatos ortopédicos para dependientes menores de 12 años hasta US$40.00 una vez al año.
EXCLUSIONES	*Para que la maternidad sea cubierta debe reportar inmediatamente su estado de embarazo para darles la cobertura. Curaciones de reposo, cuidado sanitario, o períodos de aislamiento y epidemias declaradas como tales por el organismo respectivo. *Lesiones o afecciones causadas u originadas directa o indirectamente por terremoto, inundación, enegía atómica y en general por desastres naturales o cualquier evento de la naturaleza, así como guerra, conmoción civil, revolución, asonada, secuestro y participación activa en huelgas. *Exámenes dentales, extracciones, empastes y tratamiento dental en general, así como afecciones dentales, alveolares, gingivales salvo que se deban a accidentes ocurridos durante la vigencia del contrato. *Transporte que no sean prestados por servicios de ambulancia terrestre debida y legalmente autorizada como tales. Lesiones y enfermedades mentales, psicológicas, nerviosas y/o estrés. Tratamiento de rehabilitaciónpor alcoholismo y/o drogadicción. Tratamiento por fertilidad o esterilidad masculina o femenina e inseminación artificial. *Lesiones infligida a sí mismo estando o no en uso de sus facultades mentales. Cirugía plásticas, salvo para corregir lesiones por accidente o enfermedades, ambos ocurridos durante la vigencia de la póliza. *Consultas, exámenes, tratamientos ambulatorios u hospitalizaciones, todos relacionados con obesidad o delgadez y/o corrección de alopecia. Gastos de acompañantes en clinicas y hospitales. Transplantes de órganos. Medicinas reconstituyentes, vitaminasy complementos proteicos alimenticios, excepto en caso de anemia carencial.

Elaborado por: Autores del proyecto

2.9.4 Pólizas de Accidentes Personales

Son pólizas que dan cobertura a los accidentes que tiene los asegurados. Según los datos de la encuesta realizada los empleados de la una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil que tienen entre 26 – 30 años de edad están interesadas en este tipo de póliza.

Con una cobertura de US$15.000.

Cuadro 2.20: Póliza de Accidentes Personales

PLAN PARA EMPLEADOS DE EMPRESA UBICADA EN GUAYAQUIL	
OBJETO ASEGURADO	**Accidentes Personales**
Tasa	US$37,00 MENSUAL
FORMA DE PAGO	De contado - 6 Débitos Bancarios – Tarjeta de Crédito
BENEFICIOS Y COBERTURAS	*Coberturas necesarias que le permitirán hacerle frente a los accidentes que pudieran presentársele, alterando su vida y la de sus familiares. Con cobertura las 24 horas de día, los 365 días del año, en cualquier parte del mundo *Indemnización por Muerte Accidental. Doble Indemnización por Muerte Accidental como pasajero de Transporte Público Terrestre. Indemnización por Muerte Natural. Indemnización por Incapacidad Total y Permanente. Indemnización en caso de Desmembramiento Accidental * Renta Diaria por Hospitalización por Accidente o Enfermedad. Renta Familiar por un año en caso de muerte accidental del titular o su cónyuge asegurado. Cobertura de Sepelio por accidente. *Cobertura en caso de diagnóstico positivo de Enfermedades Graves* *Cobertura de Ambulancia por accidente
COBERTURAS	Pago inmediato por muerte accidental o incapacidad total y permanente o desmembramiento. Doble indemnización por muerte accidental causada durante un viaje del asegurado como pasajero en transporte publico terrestre. Renta familiar para gastos de hogar y educación (Pago mensual por un periodo máximo de 12 meses), Hospitalización por accidente o enfermedad (Renta diaria por un máximo de 365 días) Doble indemnización por estadía en cuidados intensivos (Renta diaria por un máximo de 7 días), Muerte natural (Sólo titular - pago único), Sepelio por accidente, Ambulancia por accidente.

Elaborado por: Autores del proyecto

2.10 Marketing MIX

2.10.1 Consumidor Satisfecho

Es importante saber que los clientes compran o adquieren los servicios como bienes, sea por los beneficios y necesidades a satisfacer, y es claro que del servicio van a demandar beneficios y van a querer satisfacer sus necesidades.

Los servicios ofrecidos deben basarse en las necesidades y beneficios buscados por los usuarios del servicio. Dentro del servicio que brinda un APS, se pueden considerar la seguridad de eficiencia en la administración de las pólizas, conocimiento de mercado para dar un asesoramiento más confiable y entre necesidades y beneficios que buscan los clientes.

Muchas veces el consumidor no sabe lo que quiere o lo que busca en un servicio. Lo que busca puede cambiar con el tiempo debido a experiencias buenas, malas o nuevas en el uso del servicio o en los cambios de hábitos del consumo del servicio.

A partir de esto, se debe considerar el punto de vista del consumidor como un punto de partida para dar forma al servicio que se va a ofrecer. Se debe buscar siempre la satisfacción del cliente desde el primer contacto. Al momento de la llegada de un cliente potencial, se lo debe atender con cordialidad, respeto y mucha atención hasta el momento que ya no esté en las instalaciones.

Entre los principales puntos estratégicos para que los consumidores estén satisfechos con el nuevo servicio, se encuentran:

- ✓ Ofrecer un servicio con una atención personalizada con un ejecutivo de cuenta.
- ✓ Entregar folletos que sea de fácil uso, con toda la información necesaria de los productos.
- ✓ Asesorías del uso correcto de las pólizas de seguros, explicarles a los asegurados que deben hacer en caso de siniestros, como funcionan las cláusulas de las pólizas de seguros.
- ✓ Ofrecer una cantidad de visitas o llamadas telefónicas para consultar sobre su nivel de satisfacción con las pólizas de seguros contratadas, y para ofrecer nuevas alternativas de pólizas de seguros.
- ✓ Capacitaciones una vez cada mes para los asegurados, y para las personas que están interesadas en contratar pólizas, serán dictadas por el ejecutivo de cuenta.

2.10.2 Costo a Satisfacer

El Precio del servicio es de $ 0, porque un APS no cobra ningún valor por los servicios de asesoría, ya que la los honorarios que gana el APS están dados por comisiones que las compañías de seguros pagan a ellos, por cada póliza de seguro colocada.

Pero para comodidad del cliente pueden desarrollarse pólizas con características específicas para empleados de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil. De manera que las coberturas estén de acuerdo a las necesidades y los porcentajes de las primas también.

2.10.3 Comodidad del Cliente

Dada la naturaleza del servicio no hay lugar fijo para ofrecer servicio. El servicio empieza desde el momento en que el cliente tiene el primer contacto con el ejecutivo de cuenta, y es donde el ejecutivo de cuenta empieza a dar a conocer importancia de pólizas de seguros en nuestra vivir cotidiano. Luego de que el cliente decide contratar algún tipo de póliza de seguro, el cómo tal sigue hasta la finalización de la vigencia del contrato. Se establecerá una oficina en las instalaciones de la empresa localizada en la ciudad de Guayaquil con un ejecutivo que inicialmente estará la jornada laboral normal de 8 horas pero 3 día a la semana, pero podrán mantener comunicación telefónica con un servicio de 24/7/365 (24 horas del día, 7 días de la semana, y los 365 días del año). Esta decisión de un ejecutivo de cuenta con estos horarios es por varios factores.

En primer lugar se considera el siniestro en cualquier momento y en cualquier lugar fuera o dentro de la ciudad de Guayaquil, y el asegurado necesitara saber que hacer, esto podría suceder un fin de semana o un feriado donde los APS no laboran con normalidad.

En segundo lugar el ejecutivo solo va a estar 3 días a la semana a tiempo completo solo por inicios de operaciones, a medida que las pólizas contratadas aumenten se pensaría en que el ejecutivo haga 4 visitas a la semana o que definitivamente se quede los 5 días laborables de la semana.

Nuestra estrategia de canal es ser productor de seguros, el minorista que es el APS, el detallista que en este caso es el cliente corporativo, y el cliente final que es el asegurado. En otros casos podemos ir de productor a minorista y cliente final.

2.10.4 Comunicación

La promoción del servicio tiene la finalidad de a conocer el servicio que brinda la empresa e incentivar el crecimiento de las ventas. Para el inicio de las operaciones, se busca captar los clientes potenciales. Se utilizarán varias formas de publicidad al inicio y durante las operaciones del APS:

- ✓ Se comunicará con e-mail (comunicación organizacional) el inicio de las operaciones del APS a todos los empleados de una empresa localizada en ciudad de Guayaquil.

- ✓ Publicaciones en intranet de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil, estas serán de texto y videos, en el cual se comunicara las distintas pólizas de seguros que ofrecemos, nuestra ubicación dentro de la empresa y nuestras oficinas, junto con los números de teléfonos donde nos pueden localizar.

- ✓ Folletos de con comunicación interna.
- ✓ Libretas con como hacer uso de seguro, con logos del APS.
- ✓ Eventos, como desayunos en Hoteles, pero enfocados a los rangos de edades con los que se hicieron la encuesta.
- ✓ Evento de inauguración de las operaciones del APS, en el Hotel Hilton Colon para todos los empleados de la empresa.

2.10.5 Personas

El personal tendrá que ser quien le dé un valor agregado al servicio de asesoría de seguros al cliente o asegurado.

Contará con un ejecutivo de cuentas con mucha experiencia en el tema de seguros, y que conoce el mercado, este ejecutivo de cuenta debe tener una preparación académica de 3 nivel para que sus actitudes a esta actividad y al contacto con el cliente sean exitosas, será de sexo femenino porque las mujeres demuestran tener mas aptitudes al contacto directo con los clientes, y por lo general en el mido de seguros los cargos de ejecutivo de cuentas es ocupado por mujeres, y se le entregara uniformes, para cuando se reúna con los clientes, estos tenga una buena impresión de la presentación tanto de apariencia como de conocimientos, que posea habilidades interpersonales.

Este ejecutivo de cuenta debe de estar respaldado con la ayuda de sus superiores como el Gerente Técnico Nacional del APS y Gerente General, que son personas expertas en seguros. Además de estar respaldado por los ejecutivos de cuentas de las compañías de seguros.

Se le asignará una computadora portátil Toshiba, pantalla de 14 pulgadas, con el fin de que pueda tener siempre listos las solicitudes de seguros, sus contactos, reportes de siniestros de los asegurados, pero solo contará con un correo electrónico del APS y en los días que esté en las oficinas de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil igual podrá conectarse a su correo electrónico vía Internet, otras de las asignaciones será un celular con línea que pertenecerá al APS, de gama alta para comunicación con los asegurados.

2.10.6 Procesos

Unos de los componentes más importantes de los servicios es el proceso de la prestación de esos servicios. Esto es debido a que los clientes obtienen beneficios y satisfacción de los mismos y de la manera que se prestan estos. Si el proceso en general funciona eficientemente y de manera eficaz, se posee una ventaja competitiva en el negocio.

En la asesoría de seguros el proceso es sencillo, porque toda la información necesaria para la contratación de pólizas de seguros va a disponibilidad del cliente en la intranet de una empresa localizada en la ciudad de Guayaquil, y el ejecutivo de cuentas va a estar en las instalaciones de la empresa proporcionando la misma información pero más explicativa, de modo que el cliente esté consciente de que nos procuramos por él, porque no va a tener la necesidad de ir a las instalaciones del APS. Una vez se acerque un cliente al ejecutivo de cuenta va a encontrar una persona preparada a resolver todas y cada una de las inquietudes que este tenga.

Los documentos necesarios para contratar pólizas de vehículos son:

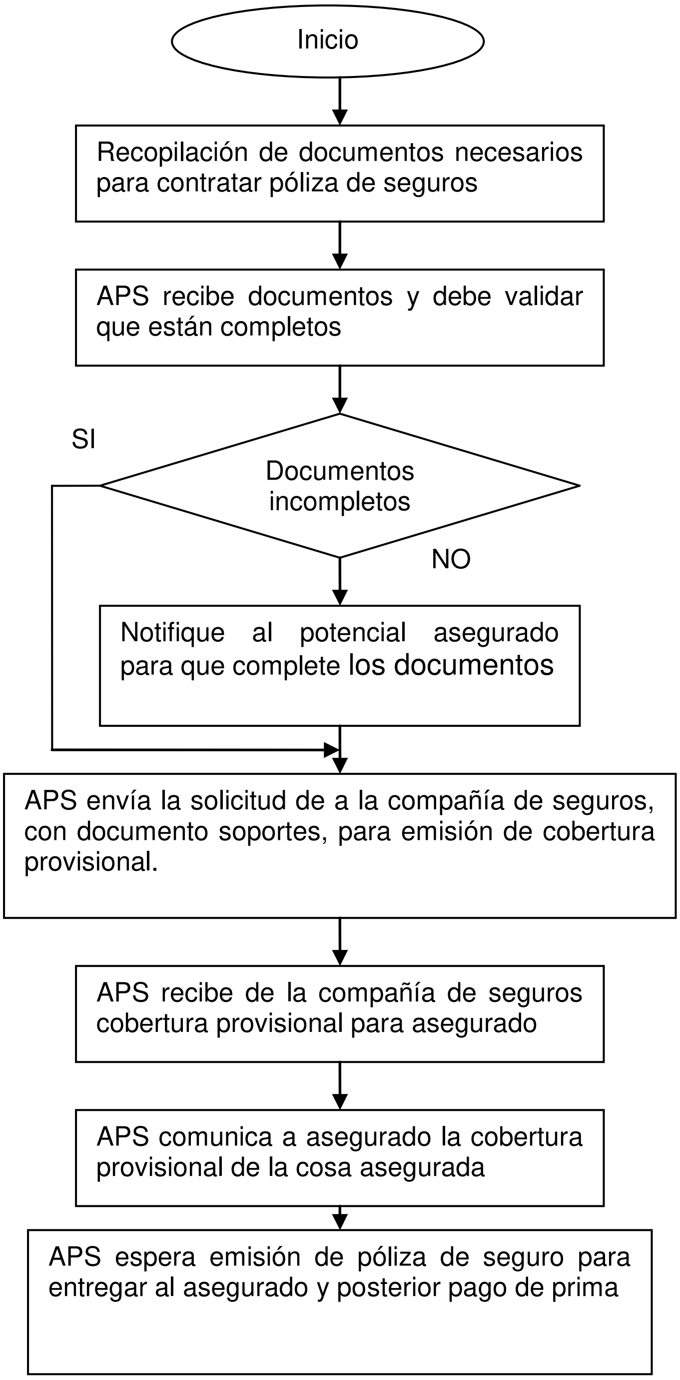
- ✓ Copia de cédula de identidad de propietario
- ✓ Carta de Venta
- ✓ Matrícula de Vehículo
- ✓ Factura (en caso de ser nuevo), Valor Asegurado (Precio Actual Comercial)
- ✓ Certificado de Producción Nacional (en caso de ser nuevo)
- ✓ Solicitud de seguros de vehículo respectivamente llena y firmada por asegurado.

Los documentos necesarios para contratar pólizas de vida, asistencia médica y accidente personales son:

- ✓ Copia de cédula de identidad de propietario
- ✓ Copia de cédula del cónyuge en caso de ser casado.
- ✓ Número de hijos, nombres y edades, partida de nacimiento.
- ✓ Solicitud de seguros de vida, asistencia médica o accidentes personales respectivamente llena y firmada por asegurado.

En el siguiente punto se muestra un diagrama de flujo de proceso para contratar una póliza de seguros a un APS:

Gráfico 2.15: Flujo de Proceso



Elaborado por: Autores del proyecto

2.10.7 Evidencia Física

La evidencia física juega un papel importa en la impresión que tiene el cliente del APS. La impresión que el cliente se lleva del servicio en sí no es lo único que afecta al cliente al juzgar el servicio. En el caso del asesoramiento de seguros la evidencia física es la seriedad que se gestiona el ejecutivo de cuenta la contratación de pólizas de seguros para nuestros clientes, porque una vez ya dada la orden de compra o de contratar el seguro por parte del cliente, inmediatamente se gestiona una cobertura provisional del bien o la cosa asegurada con la compañía de seguros, extendiéndole al asegurado una carta de la compañía de seguros autorizándola cobertura de dicho bien o cosa, esto solo hasta la emisión de la póliza que se contrate hacerse 5 días después de la contratación.

Para el pago de la póliza se emite una factura que se hace llegar junto con la póliza, pero previa la emisión de la carta de cobertura provisional se entrega los valores de acuerdo a la cotización, con pagos de contado, planes de financiamiento, y autorización de débitos bancarios mensuales durante 6 meses, y según lo que decida el asegurado se harán los pagos a la compañía de seguros.

El pago de contado se hace pagando el valor total de la prima anual en un solo pago, al hacerlo de contado el APS emite un recibo de pago provisional hasta que se pueda entregar el recibo de pago oficial de la compañía de seguros.

Ver planes de financiamiento por medio de débitos bancarios (sin intereses):

Cuadro 2.17: Cálculo de Financiamiento de Prima de Seguros

FINANCIADO (DEBITOS BANCARIOS)	
% INTERES ANUAL	0,00%
% C. INICIAL:	20,00%
SALDO:	80,00%
TOTAL FINANCIADO:	Prima anual
Cuota Inicial:	20% de la Prima Neta + impuestos
Débitos Mensuales:	80% de la Prima Neta / 6
# DE DEBITOS:	6

Elaborado por: Equinoccial Compañía de Seguros

Ver planes de financiamiento por medio de tarjetas de crédito (con intereses):

Cuadro 2.18: Detalle de tarjetas de crédito e intereses

TARJETAS DE CRÉDITO						
ESTABLECIMIENTO	INTERÉS	3 MESES	INTERES	6 MESES	INTERES	12 MESES
Diners	0,00%		3,54%		6,64%	
American express	2,01%		3,54%		6,64%	
Visa bg	2,01%		3,54%		6,64%	
Visa pichincha	2,01%		3,54%		6,64%	
Mastercard pacificard	2,01%		3,54%		6,64%	
Mastercard produbanco	2,45%		4,32%		8,12%	
Visa bankard	2,34%		4,12%		7,74%	

Elaborado por: Equinoccial Compañía de Seguros

El listado de tarjetas que se observan es con las que generalmente trabajan las compañías de seguros, las tasas de intereses que se observan son las respectivos de las tarjetas de crédito, si el asegurado decide tomar esta opción, se coordinará un día especifico para que pase el cobrador de la compañía de seguros ya sea al trabajo o a domicilio a hacer el cobro respectivo de los valores con la rastrilladora de tarjetas de crédito, se usa esto porque se hace el cobro manual.