



UNIVERSIDAD DEL BÍO BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

“CORREDORA DE SEGUROS PARA SERVICIOS FINANCIEROS COPELEC S.A.”

**MEMORIA PARA OPTAR A TÍTULO DE
INGENIERO DE EJECUCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR: CERDA BURGOS HÉCTOR

Profesor Guía: Acuña Moraga Omar

CHILLÁN 2014

INDICE

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS E ILUSTRACIONES, ANEXOS.-	4
INTRODUCCIÓN	7
ANTECEDENTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	8
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	8
OBJETIVOS GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
ALCANCES Y LIMITACIONES	10
1. CAPITULO I ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA DEL SEGURO EN CHILE.	11
1.1. ANTECEDENTES DEL SEGURO Y SU HISTORIA	11
1.2. LA HISTORIA DEL SEGURO	13
1.3. LA HISTORIA DEL SEGURO EN CHILE	14
1.4. ESTRUCTURA DEL MERCADO DEL SEGURO EN CHILE	16
1.5. FUNCIONAMIENTO, ESTRUCTURA Y DESEMPEÑO DEL MERCADO DE SEGUROS EN CHILE BAJO EL DFL 251.- 19	
1.6. MERCADO ACTUAL DE LA INDUSTRIA DEL SEGURO, 2009-2012	19
1.7. NÚMERO DE PARTICIPANTES EN EL MERCADO	20
1.8. ESTRUCTURA DEL MERCADO ASEGURADOR:	30
1.9. REGULACIÓN Y FISCALIZACIÓN	31
1.10. ENTIDADES DE APOYO A LA INFORMACIÓN	32
1.11. INTERMEDIACIÓN Y ASESORÍA DE SEGUROS	32
2. CAPITULO II ESTUDIO ORGANIZACIONAL	47
2.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE COPELEC Y SUS FILIALES EXISTENTES	47
2.1.1. VISIÓN	48
2.1.2. MISIÓN	48
2.2. ROL DE LAS FILIALES	48
2.2.1. COMERCIAL COPELEC S.A.	49
2.2.2. SERVICIOS ALIADOS LIMITADA.	49
2.2.3. COPELEC CAPACITA LIMITADA.	50
2.2.4. COPELEC SERVICIOS FINANCIEROS S.A.-	50
2.2.5. CORREDORA DE SEGUROS COPELEC LTDA.-	51
2.3. ORGANIGRAMA EMPRESAS COPELEC, ESTRUCTURA ACTUAL E INCORPORACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA AL GRUPO COPELEC	52
2.4. CORREDORA SEGUROS COPELEC	53
2.4.1. IDEA DEL PRODUCTO	53
2.4.2. IDEA DEL NEGOCIO	53
2.4.3. TIPO DE EMPRESA	54
2.4.7. LA ADMINISTRACIÓN	55
2.4.8. ORGANIGRAMA	56
2.4.9. DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	57
2.4.10. GOBIERNO CORPORATIVO	61
2.5. COSTOS ADMINISTRATIVOS	61
2.6. PLAN ESTRATÉGICO	63

2.6.1.	VISIÓN.....	63
2.6.2.	MISIÓN.....	63
2.6.3.	PRINCIPIOS.....	63
2.6.4.	IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS FODA.....	64
3.	CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO.....	67
3.1.1.	<i>Consumidores.....</i>	68
3.1.2.	<i>Informe de la Competencia.....</i>	68
3.1.3.	<i>Información de cada competidor.....</i>	69
3.2.	ENCUESTA A CLIENTES COPELEC (CONOCIMIENTO Y NECESIDADES, ACEPTACIÓN Y CONFIANZA) ...	70
	HIPÓTESIS INICIAL.....	70
	PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....	70
3.3.	PROPUESTA DE MERCADO.....	83
3.3.1.	PRODUCTO.....	83
3.3.2.	PRECIO.....	84
3.3.3.	PLAZA:.....	84
3.3.4.	PROMOCIÓN:.....	85
3.4.	PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING.....	85
3.4.1.	OBJETIVOS DE SEGUROS COPELEC.....	86
3.5.	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	87
3.5.1.	ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN.....	87
3.5.2.	ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y MARCA.....	87
3.5.3.	ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	88
3.6.	DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.....	88
3.6.1.	PROGRAMA DE ACCIONES EN POSICIONAMIENTO:.....	90
3.6.2.	PROGRAMA DE ACCIONES DE PRECIO.....	91
4.	CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO.....	93
4.1.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	93
4.2.	PROCEDIMIENTO CORREDORA.....	93
4.2.1.	UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	95
4.2.2.	LOCALIZACIÓN.....	97
4.2.3.	DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD.....	98
4.2.4.	DISEÑO DE LA OFICINA.....	98
4.2.5.	COSTOS DE ARRIENDO, EQUIPAMIENTO Y HABILITACIÓN DE OFICINA.....	99
4.2.6.	NORMAS Y ESTÁNDARES.....	100
4.2.7.	TECNOLOGÍA DEL PRODUCTO.....	102
4.2.8.	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.....	102
4.2.9.	COSTOS DE MANTENIMIENTO Y SEGUROS.....	103
4.2.9.1.	COSTOS DIRECTOS.....	103

4.2.9.2.	CONTROL DE CALIDAD	105
4.3.	LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICA DE LOS PROVEEDORES	106
4.3.1.	PRODUCCIÓN Y PERIODOS DE DISPONIBILIDAD	107
4.4.	ESTIMACIÓN DE VENTAS	110
5.	CAPITULO V ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	113
5.1.	PLAN DE INVERSIÓN DEL PROYECTO	113
5.2.	<i>Fuentes de financiamiento</i>	115
5.2.1.	RESUMEN DE FINANCIAMIENTO	115
5.2.2.	DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS, AMORTIZACIONES Y ACTIVOS DIFERIDOS	116
5.2.3.	TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	117
5.2.5.	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	119
5.2.5.1.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	119
5.2.5.2.	EVALUACIÓN FINANCIERA	122
5.3.	PROYECCIONES DE INGRESOS (MARGEN DE INTERMEDIACIÓN)	123
5.3.1.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	124
5.3.2.	BALANCE GENERAL	125
5.4.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	125
	CONCLUSIONES	127
	BIBLOGRAFÍA	129
	LINKOGRAFÍA	130
	ANEXO N°1 ENCUESTA SEGUROS GENERALES & VIDA PROYECTO CORREDORA DE SEGUROS ...	131

Índice de gráficos, tablas e ilustraciones, anexos.-

Índice de gráficos		
Tipo	Descripción del Contenido	Pag
Gráfico n°1	Estructura del mercado asegurador	16
Gráfico n°2	Participación de las compañías en el mercado de seguros	17
Gráfico n°3	Primas captadas por la industria chilena del seguro como porcentaje del PIB chileno 1985-2012	23
Gráfico n°4	Primas directa captada por la industria chilena del seguro en US\$,	25
Gráfico n°5	Participación mercado seguros de vida, año 2012.-	28
Gráfico n°6	Participación mercado seguros generales, año 2012.-	28

Índice de tablas		
Tipo	Descripción del contenido	Pag
Tabla n°1	Número de participantes del mercado	20
Tabla n°2	Prima como porcentaje del PIB%	22
Tabla n°3	Prima directa (cifras en millones de U\$ de diciembre de cada año)	23
Tabla n°4	Composición de la cartera de seguros de vida	26
Tabla n°5	Composición de la cartera de los seguros generales (cifras en millones de US\$ de cada año)	27
Tabla n°6	Accionistas, porcentaje de participación accionara "C.S.C."	53
Tabla n°7	Remuneraciones personal, "C.S.C."	60
Tabla n°8	Análisis FODA, "Corredora de Seguros COPELEC"	63
Tabla n°9	Análisis de clientes, "C.S.C."	65
Tabla n°10	Matriz de consumidores e identificación de roles, "C.S.C."	66
Tabla n°11	Montos asegurados por corredor y producto Chillán	66
Tabla n°12	Matriz de hábitos, "C.S.C."	84

Tabla n°13-a	Plan de promoción unidades requeridas (días, mes, año), "C.S.C."	88
Tabla n°13-b	Plan de promoción presupuesto \$ /(días, mes, año), "C.S.C."	89
Tabla n°14	Presupuesto oficina, "C.S.C."	96
Tabla n°15	Costos directos en m\$, "C.S.C."	101
Tabla n°16	Gastos de administración y venta, "C.S.C."	102
Tabla n°17	Costos indirectos anuales, "C.S.C."	103
Tabla n°18	Características proveedores, "C.S.C."	105
Tabla n°19	Ventas reales de Seguros en Servicios Financieros COPELEC S.A. "FINCOP"	108
Tabla n°20	Estimación de venta proyectada, "C.S.C."	110
Tabla n°21	Activos fijos, "C.S.C."	111
Tabla n°22	Gastos puesta en marcha, "C.S.C."	112
Tabla n°23	Financiamiento, "C.S.C."	113
Tabla n°24	Depreciaciones activos fijos, "C.S.C."	113
Tabla n°25	Amortización puesta en marcha, "C.S.C."	114
Tabla n°26	Amortización préstamo, "C.S.C."	114
Tabla n°27	Programa de producción y ventas proyectada, "C.S.C."	115
Tabla n°28	Cálculo Ke, "C.S.C."	117
Tabla n°29	Flujo de caja económico, "C.S.C."	119
Tabla n°30	Flujo de caja financiero, "C.S.C."	120
Tabla n°31	Ingresos proyectados (intermediación por venta), "C.S.C."	121
Tabla n°32	Estado de resultado, "C.S.C."	121
Tabla n°33	Balance general, "C.S.C."	122
Tabla n°34	Indicadores, "C.S.C."	123

Índice de ilustraciones

Tipo	Descripción del contenido	Pag
Ilustración n°1	Organigrama dirección COPELEC	48
Ilustración n°2	Organigrama empresas COPELEC	51
Ilustración n°3	Estructura organizacional, "C.S.C."	55
Ilustración n°4	Jerarquía de necesidades de Maslow	69

Ilustración n°5	Ciclo de vida del producto	83
Ilustración n°6	Localización de seguros COPELEC, fotografías actual oficina "Usuarios Eléctricos"	99
Ilustración n°7	Plano 1 área total y amoblado de oficina seguros COPELEC	95

Anexos

Tipo	Descripción del contenido	Pag
Anexo 1	Encuesta conocimiento, identificación de necesidades	129

4C.S.C. = Corredora de Seguros COPELEC.

INTRODUCCIÓN

El presente seminario tiene un estudio para evaluar la incorporación de una Corredora de Seguros de Generales y Vida para la empresa Servicios Financieros COPELEC S.A., buscando convertir al proyecto en una posibilidad inmediata y rentable.

En el primer capítulo se presentaran los antecedentes generales de la industria del seguro en Chile, su historia, la importancia de los seguros, las entidades que rigen este mercado y su clasificación, esta información relevante es requerida para comprender los seguros como punto de partida y luego la inmersión en el sector productivo de las corredoras.

En el segundo capítulo, desarrolla análisis completo en lo que se refiere a los antecedentes de la industria del seguro en Chile, se dará a conocer los antecedentes del seguro y su historia en Chile, las entidades del mercado asegurador, los cuerpos legales que le rigen y la clasificación de los seguros que se comercializan en Chile.-

En el tercer capítulo, se incluye un análisis del estudio organizacional, objetivos estratégicos, costos administrativos, plan estratégico y los objetivos propuestos.

En el cuarto capítulo, encontrara un estudio de mercado, relacionados con la demanda insatisfecha, para ello se realizara una investigación de mercado, entrevistas y las propuestas del mercado.

En el quinto, se puntualizara en las proyecciones técnico - financieras y los estudios de viabilidad del proyecto a partir de los cuales se obtuvo el resultado de la factibilidad de la creación de Corredora de Seguros COPELEC.

ANTECEDENTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Los Seguros son el producto de una de las virtudes más fundamentales de la civilización, que la humanidad ha desarrollado desde el momento en que se unieron los hombres para la mutua protección y provecho. Ese sentido de la cooperación y colaboración ha sido la base para el desarrollo del progreso de las sociedades. Entre más responsabilidad han aceptado, más ha sido el grado de la civilización logrado.

En la actualidad se puede decir que casi todas las actividades de la vida sugieren la exposición a unos determinados riesgos que pueden tener una repercusión negativa tanto en las personas como en su patrimonio.

Las afirmaciones descritas anteriormente, exponen claramente la importancia de los seguros, es por ello, que Servicios Financieros FINCOP S.A. ha comprendido la real importancia en esta materia y con el propósito de presentar más y mejores beneficios establece como estrategia de crecimiento, el desarrollo de nuevos productos, Es entonces por este motivo que se forma el área de seguros bajo el alero de la Subgerencia de Operaciones y Servicio de Atención al Cliente, administrada por FINCOP y donde operara como agente de ventas.

Su actual clasificación y figura legal en el mercado de seguros tiene algunas limitantes que impide ampliar la cartera de productos puesto que según la normativa legal vigente y en su calidad de agente de ventas no pueden prestar tales servicios con más de una entidad aseguradora en cada uno de los grupos, esta situación impide ofrecer a los asegurados otras alternativas dado su gran limitante.

Es por este motivo, que empresas COPELEC mediante el Área de Servicios Financieros "FINCOP" Busca implementar una corredora de seguros con objetivo de mejorar la oferta de productos en la industria de seguros lo que se traduciría en una mayor variedad de seguros en mejores condiciones (precio, cobertura y beneficios adicionales) para nuestros clientes, además esto permitirá mejorar nuestra posición para tener un mayor poder de negociación ante el sector industrial de las compañías de seguros.-

Lo anteriormente indicado, exponen claramente la importancia de los seguros, es por ello, que el presente trabajo tiene por propósito Evaluar la Incorporación de una Corredora de Seguros Generales y Vida para el Área de Servicios Financieros para Empresas COPELEC.

La investigación que se plantea busca generar como resultado un aprendizaje profundo acerca del Sistema Asegurador en Chile, la oferta y demanda de mercado, factibilidad técnica y económica para posteriormente proceder a la implementación de una Corredora de Seguros para el Área de Servicios Financieros de Empresas COPELEC; además ayuda a desarrollar, en el estudiante, los contenidos proporcionados en universidad.-

OBJETIVOS GENERAL

Evaluar la incorporación de una Corredora de Seguros al Área de Servicios Financieros de Empresas COPELEC.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar actual modelo de negocio en su calidad de Agente de Ventas en el Área de Seguros de FINCOP S.A.
2. Desarrollar un estudio de los costos, gastos incurridos para la constitución y puesta en marcha de la Corredora.
3. Estudiar el comportamiento del mercado y la demanda de seguros y su respectiva exploración de las necesidades que deberían ser cubiertas.
4. Realizar una evaluación de factibilidad económica y financiera para la incorporación de una Corredora de Seguros para el Área de Servicios Financieros de Empresas COPELEC.

ALCANCES Y LIMITACIONES

Alcances:

El presente estudio explorará el sector Industrial de los Seguros en Chile, para analizar la factibilidad de implementación de una Corredora de Seguros para la empresa Servicios Financieros COPELEC S.A. “FINCOP”.

La investigación abarcará a las Corredoras de Seguros dedicadas a la comercialización de los seguros generales y vida.

Limitaciones:

La mayor limitación que actualmente tiene Servicios Financieros COPELEC S.A. “FINCOP”, se encuentra especificado en ***Decreto con Fuerza de Ley N° 251 de 1931, en el título III, De los Auxiliares del Comercio de Seguros, Artículo 57.***, puesto que en su calidad de Agente de Ventas podrá dedicarse a la comercialización o venta de seguros por cuenta de una compañía, no pudiendo prestar tales servicios en más de una entidad aseguradora en cada grupo de seguros.

CAPITULO I ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA DEL SEGURO EN CHILE.

1.1. Antecedentes del seguro y su historia

1.1.1. ¿Qué son los Seguros?

Según algunas de las definiciones del Diccionario de Real Academia “RAE”, la palabra Seguro significa estar libre de riesgo, daño, exento de todo peligro, también es tener certeza y confianza de algo.

Desde el punto de vista comercial, los seguros son instrumentos financieros que nos ayudan a reducir la incertidumbre económica negativa ante un determinado siniestro en el futuro, para lo cual una persona (natural o jurídica) fijan entre las partes involucradas por determinado tiempo todos o algunos de los riesgos de pérdida o deterioro que corren ciertos objetos pertenecientes a la persona, obligándose el Asegurador (compañía) y el Asegurado (contratante) a respetar las reglas y condiciones esto se estipula y firma en un contrato bilateral (póliza) con una Compañía de Seguros (ya sea de Vida o Generales) en la cual el asegurado (contratante) se compromete a pagar una determinada cantidad de dinero lo que se conoce como “Prima” este es el costo que tendrá asumir el asegurado a cambio de la cobertura que obtendrá por parte del Asegurador esta acción permite garantizar cierto beneficio económico futuro (indemnización) en la eventualidad que ocurra alguna circunstancia por la cual se ha dispuesto asegurar.

1.1.2. Finalidad de los seguros

La finalidad de los seguros consiste en prevenir bruscas alteraciones en el nivel y calidad de vida de las personas a raíz de sucesos accidentales (seguros de vida), como también evitar la pérdida de patrimonio o su deterioro por contingencias accidentales que dañen los bienes y fuentes de ingreso (seguros generales), un seguro se puede definir como un sistema que permite prever las consecuencias económicas de los hechos futuros, cuya eventual realización teme la persona (natural o jurídica) asegurada, esta medida busca anular en forma parcial o total sus efectos, en resumen se podría indicar que los seguros constituyen un sistema de

transferencia de riesgos, puesto que la contratación busca deliberar la responsabilidad que le correspondería asumir ante el evento.

1.1.3. Importancia de los seguros

Muchas de las actividades que realizamos a diario están expuestas a diferentes situaciones de riesgos, o eventualidades que pueden tener una pequeña repercusión en el normal desarrollo del diario vivir e incluso aquellas actividades que se consideran normales y sin ningún tipo de riesgo que por lo incierto que puede ser el destino también pueden estar expuestas a algunos sucesos graves, ya sea que se den de manera fortuita o por imprudencia de un tercero, por tanto se deben buscar medidas de prevención y control para poder atender a imprevistos que nos pueden dejar mal parados tras enfrentar luego de enfrentar una incómoda situación por un hecho poco agradable. Los Seguros son protección ante estas situaciones puesto que nos brindan una ayuda considerable para amortizar el daño económico que nos provocó un siniestro y de esta forma recibir un beneficio compensatorio mediante la indemnización.-

Los seguros, aportan y contribuyen a disminuir el riesgo tanto de las empresas como las personas;

Fomento y desarrollo de nuevas empresas: Al aportar un factor de seguridad frente a contingencias que amenazan la integridad del patrimonio a las empresas.

Facilita el desarrollo del crédito: Favorece el desarrollo económico, facilitando el acceso al crédito (desgravamen, cesantía, que otorgan financiamiento)

Fomento y desarrollo agrícola: Generando estabilidad en un área afectada por riesgos climáticos.

Desarrollo del Sistema Previsional: Nuestro Sistema Previsional se apoya esencialmente en el Seguro de Vida (Desgravamen e Invalidez), sin el cual no podría tener el desarrollo que posee, lo que se suma a la expansión misma de los seguros de vida.

Cumplen una profunda función social: Seguros como el SOAP (Seguro Obligatorio Accidentes Personales) y Responsabilidad Civil, así como el Seguro de Vida en sí. Aportan un tremendo respaldo financiero a las personas, lo que trae como consecuencia una estabilidad económica por daños provocados por terceros culpables.

1.2. La Historia del Seguro

La Historia del Seguro se remonta a las antiguas civilizaciones principalmente en sus actividades profesionales, sus prácticas constituyeron los inicios de la actual industria del Seguro, posiblemente las formas más antiguas fueron iniciadas por los Chinos y los Árabes quienes mediante sus caravanas con distribución de carga en grupo le permitían compartir las pérdidas, mientras que los Asirios, lo utilizaban para reguardar los templos contra los incendios, los Babilónicos y Fenicios dieron forma a esta incipiente actividad. Los primeros contratos eran conocidos por el nombre de Contratos a la Gruesa y se efectuaban esencialmente por los banqueros y los propietarios de los barcos, donde el dueño del barco tomaría prestados los fondos necesarios para comprar la carga y financiar el viaje.

El contrato a la Gruesa (Seguro) especificaba que si el barco o carga se perdía durante el viaje (siniestro), el préstamo se entendería como cancelado (beneficio económico). El costo del contrato en ese entonces era muy caro, mientras que el banquero financiaba a propietarios cuyas pérdidas resultaban mayores que las esperabas, este podía perder el dinero.

Respecto de los primeros Seguros de Vida, estos de igual forma se encuentran en antiguas civilizaciones, nos referimos a Roma, donde era acostumbrado por agrupaciones religiosas, colectar y distribuir los fondos ante el deceso de uno de sus miembros.

Durante la Edad Media (V- XV), tanto en Europa como en el Cercano Oriente el crecimiento del comercio había ya fundado sus pilares y para ello su principal medio de transporte se realizaba por mar mediante embarcaciones, esto hizo necesario garantizar la solvencia financiera en el caso que ocurriera algún siniestro de

navegación, eventualmente en esa época el centro marítimo del mundo ocurría en Inglaterra, y Londres resulto ser la capital aseguradora por casco y carga.

Una gran tragedia ocurrida en el siglo XVII, arrasó con la ciudad de Londres el fuego destruyó completamente la ciudad medieval, después de esta catástrofe se dio origen al seguro de incendio (1666). Después de este suceso se formularon muchos planes, pero la mayoría fracasaron debido a que no constituían reservas adecuadas para enfrentar las pérdidas que ocurrieron por los importantes incendios que se originaron posteriormente.-

Las primeras sociedades con objeto asegurador, aparecieron alrededor de 1720, y en las etapas iniciales ocasionaron el fracaso financiero de la mayoría de estas nuevas sociedades, estas repercusiones fueron muy serias, de tal forma que el parlamento de Londres restringió las licencias de tal forma que solo dos compañías fueron las autorizadas para operar en este incipiente mercado una de ellas es la conocida Lloyd's que fue fundada en 1688 y lleva 325 años de vigencia en este mercado.

1.3. La Historia del Seguro en Chile

Hacia principios del siglo XIX los seguros marítimos eran la principal rama de la industria del seguro a nivel internacional, como consecuencia del desarrollo del comercio marítimo, la segunda rama importante era los seguros contra incendio, a su vez durante el mismo periodo había comenzado la internalización de una tercera rama de la industria, (los seguros de vida), las tres ramas durante la época colonial prácticamente no existieron en Chile para los seguros de vida o incendio, respecto a los seguros marítimos, antes de la independencia de Chile aquellos ligados al comercio exterior chileno se contrataban solo en España, por tanto la historia de los seguros marítimos en España, y principalmente de donde salían las flotas que comerciaban con las Américas, Chile incluido.-

El mercado de los seguros en Chile desde la independencia hasta un año antes de la creación de la primera compañía de seguros (1953), con anterioridad a esa fecha, desde la independencia de Chile, en 1810, a 1852, el mercado estuvo completamente dominado por compañías de seguros extranjeras, principalmente

por Reino Unido. Sin embargo, estas compañías extranjeras no abrieron oficinas en Chile. Latinoamérica era vista como un mercado muy riesgoso producto de la inestabilidad política, el volumen de negocios transado en el mercado de seguros era muy bajo lo que hacía aún menos atractivo para empresas extranjeras incurrir en los costos asociados a abrir sucursales en Chile, los seguros se compraban solo en el extranjero, las compañías contaban con agentes en el puerto de Valparaíso que actuaban como intermediarios.

1.3.1. El inicio del mercado Chileno de Seguros (1810-1852).-

La inexistencia de empresas chilenas consolidó la venta del seguro marítimo, la mayor participación era por parte de las empresas británicas, los primeros seguros que se desarrollaron tanto en el Reino Unido como en Alemania, fueron justamente los seguros marítimos, los que principalmente fueron comercializados en Valparaíso, el principal puerto chileno, la que se convirtió en la capital chilena del seguro en el XIX.

Los seguros marítimos dominaron completamente la industria chilena del seguro por muchas décadas, las compañías extranjeras controlaban el mercado chileno lo hacían desde sus matrices a través de agentes. Reino Unido era el principal socio comercial de Chile durante la primera mitad de siglo XIX, mientras que Londres era principal centro mundial de seguros marítimos de este periodo, las principales compañías aseguradoras, London Assurance Corporation y Royal Exchange Assurance Corporation fueron la que dominaron por más de un siglo, puesto que por Ley ninguna otra compañía podía ingresar en el mercado de los seguros marítimos, sin embargo a pesar de este beneficio cuasi. Monopólico, la participación de mercado fue muy menor, por este motivo se les permitió, ambas compañías incursionaron con más fuerza en otras ramas, tales como seguro de vida y seguros de incendio.

1.3.2. La fundación de la primera compañía Chilena de Seguros

En el 1953 Agustín Edwards Ossandón, funda en la ciudad de Valparaíso la primera Compañía Chilena De Seguros, (chilena de seguros chile) operó tanto en el mercado de seguros marítimos como en el de incendio siendo de una de las primeras

compañías en Chile en incursionar en este mercado, en los años siguientes muchas otras empresas chilenas siguieron los pasos de Edwards Ossandón, entrando en el mercado de los seguros, destacaron entre ellas; La Unión Chilena (1858) operando en la misma rama de seguros que la Compañía Chilena (Seguros marítimos e incendio). La Mutualidad (1860), dedicada a seguros contra incendios y marítimos. La compañía Nacional de Seguros (1871); La Valparaíso (1882), La Republica, La Comercial (1885), todas dedicadas a seguros contra incendios y marítimos.-

1.3.3. Promulgación del primer Código de Comercio de Chile.

En 1865. Siendo en ese entonces el Presidente José Joaquín Pérez, se promulgo el primer código de Comercio chileno, que entró en vigor en 1867, casi medio siglo después de la independencia. Este fue un hecho de gran significancia para la industria del seguro, dado que dicho cuerpo legal pasó a regir en el mercado de los seguros en Chile. Hasta esa fecha, el mercado del seguro chileno se regía por la normativa española que imperaba desde tiempo los coloniales, en particular las Ordenanzas de Bilbao.

1.4. Estructura del mercado del Seguro en Chile

En 1901, ya operaban en Chile 67 compañías de seguros, de las cuales 39 eran extranjeras y 28 chilenas, del total de las compañías de seguros, un 87% operaba en la rama de incendios y 52% lo hacía en el de seguros marítimos, y tan solo un 28% operaba en la rama de seguros de vida, la suma de los porcentajes supera el 100%, dado que muchas compañías de seguros operaban en diversos sectores al mismo tiempo.-

Gráfico N° 1: Estructura del Mercado de Seguros



Fuente: S.V.S. Superintendencia de Valores y Seguros

Estructura del mercado asegurador en 1901, compuesta por 42% de compañías Chilenas y 58% de compañías extranjeras.-

Gráfico N° 2: Participación de las Compañías en el Mercado de Seguros.



Fuente: S.V.S. Superintendencia de Valores y Seguros

En aquel entonces, el mercado asegurador contaban con una fuerte participación de seguros de incendios, luego en segundo lugar se ubicaban los seguros marítimos, y en tercer lugar los seguros de vida, lo anterior porque en esa época se desarrolla comercial por el intercambio de productos con los demás países, siendo Valparaíso una gran capital portuaria y centro de acopio para los productos exportados e importados.

Los seguros de incendio se había popularizado mucho dentro de Chile, lo que consistía en el aseguramiento de casas y edificios, sino además de proteger muebles, menajes, mercaderías y maquinarias que estuvieran dentro de los inmuebles.

El surgimiento del mercado de los seguros de automóviles, impulsado tanto por el aumento del parque automotriz en Chile, como por la mejora y expansión de las calles y carreteras del país, durante la primera década del siglo no se importaban muchos más vehículos que fueron rebajados substancialmente en 1912, solo

después de la rebaja arancelaria, las importaciones chilenas de automóviles despegaron, si en 1908 se habían importado 30 automóviles en Chile, en 1917 se importaron casi 4.000, y en 1921 ya había casi 9.000 vehículos motorizados, este incremento sin duda despertó el interés de la industria del seguro.

Un hecho importante, que los inicios del mercado de los seguros de automóviles, fue el hecho de que en 1924 se dictaron en Chile, las Leyes 4.054 y 4.055 sobre seguros de enfermedad e invalidez, vejes y muerte, y los seguros para accidentes del trabajo (seguro obrero obligatorio). Estas leyes perfeccionaron la Ley 3.170 de 1916 sobre accidentes de trabajo, que rigió hasta 1925. Seguros contra accidentes de trabajo fue una rama de seguros que hasta ese entonces estaba muy poco desarrollada no solo en Chile, sino en el resto de América Latina.-

En 1931 en época de crisis económica el entonces Presidente de Chile, Carlos Ibáñez del Campo dictó DLF 251, reafirmando así lo estipulado en la Ley 4.248 de 1927. Aunque dicho decreto significó la culminación del nacionalismo y de la intervención del Estado chileno en los años 1880, la promulgación de la Ley 1.712 de 1904 y la entrada en vigor de la Ley 4.228 de 1927, lo que efecto impidió que nuevas empresas extranjeras entraran al mercado del seguro den Chile, con la salvedad que las empresas que ya estaban funcionando continuaran con su actividad económica (32 compañías en total), importante señalar que DFL 251 dio a la Superintendencia la facultad de “aprobar las tarifas de primas que las compañías confeccionen y los modelos de pólizas que se propongan poner uso, no pudiendo regir las primeras ni emplearse las ultimas sin la aprobación del Superintendente” (artículo 3, letra e).

En 1953 un nuevo DFL (210) de Carlos Ibáñez del Campo, ahora en su segundo período presidencial, creó el Instituto de Seguros del Estado (ISE), que a pesar del calificativo de “instituto” era una empresa aseguradora propiedad del Estado Chileno, cuya misión era administrar el monopolio de los seguros de bienes y riesgos del Estado, incluidos por cierto el de las empresas del sector público. El (ISE) tenía la facultad de cubrir los siguientes riesgos: incendios, inundaciones, terremotos, marítimos, desgravamen hipotecario. Responsabilidad civil de los funcionarios y vida de los funcionarios, entre otros. A su vez el ejecutivo.

1.5. Funcionamiento, estructura y desempeño del mercado de seguros en Chile bajo el DFL 251.-

En 1930. Antes del DFL 251, operaban en Chile 110 compañías de seguros de las cuales 32 eran extranjeras. En dólares de diciembre de 2010, el mercado captaba US\$171 millones en primas directas, que equivalían a poco menos de US\$40 por habitante, menos del 10% de lo que gastan hoy día los chilenos. EL DFL 251 no cambio mucho el número de compañías extranjeras operando en el mercado. En efecto, en 1943 aún había 31 de ella, mientras que en 1965 su número había caído levemente hasta 27, sin embargo otra fue la historia para las compañías nacionales, las que proliferaron bajo el DFL 251 y la Ley 4.228. Por ejemplo, en 1930 había 78 compañías chilenas de seguros, pero en 1945 y 1965 ya había 111 y 187 respectivamente.-

1.6. Mercado actual de la industria del Seguro, 2009-2012

Durante el año 2012, el mercado asegurador en su conjunto registró ventas totales que alcanzaron los US\$ 11.399 millones, monto que representa un incremento real de 6,6% con respecto al mismo período del año anterior, y utilidades totales de US\$ 864 millones, que reflejan un aumento real de 103,4%, en relación al ejercicio anterior.

Entre los meses de enero y diciembre de 2012, el mercado de seguros de vida presentó un incremento en términos reales de 7,4% en sus ventas respecto al mismo período del año anterior, alcanzando los US\$ 7.497 millones, mientras que las del mercado de seguros generales se expandieron 5,1% en igual lapso, llegando a US\$ 3.902 millones.

En cuanto a inversiones, al 31 de diciembre de 2012 las carteras de las compañías se componen mayoritariamente de instrumentos de renta fija nacionales, tanto en seguros de vida como en generales, con un 68,6% y un 76,4% respectivamente del total de la cartera.

Por grupo, el mercado de seguros de vida generó utilidades que alcanzaron los US\$ 757,9 millones, en tanto que el mercado de seguros generales obtuvo utilidades por

US\$ 106,1 millones. La cifra de vida es significativamente mejor que el resultado observado en el mismo período anterior, lo que se explica fundamentalmente por un aumento en el resultado de las inversiones financieras.

Respecto de los participantes en este gran mercado, en 2012 operaban en Chile 60 compañías de seguros, de las cuales 28 se dedicaban a seguros generales y 32 a seguros de vida, mientras que habían 2.251 corredores de seguros, 1.773 personas naturales y 478 personas jurídicas. Para el mismo año fueron contabilizadas un total de 133 compañías de reaseguro, 57 corredores de reaseguro, 200 liquidadores de seguro, si contamos los Asesores Previsionales (541) y los administradores de mutuos hipotecarios (15), esto indica que durante el año 2012 habían 3.257 participantes en el mercado de seguros chileno, el número más alto en la historia de la industria, al menos desde que se comenzaron a llevar registros acuciosos sobre los mismos. El alto número de intermediarios en el mercado se debe a que los seguros generales (no-vida) son principalmente vendidos a través de brókers y agentes independientes, mientras que los seguros de vida lo son principalmente a través de agentes.

1.7. Número de participantes en el Mercado

Durante el año 2012 el número de participantes al 31 de diciembre alcanzo los 3.257 esto es el 3% menos que el año anterior (2011) dado que el mercado estuvo compuesto por 3.361 participantes, la variación radica principalmente que hubo una disminución considerable en los siguientes participantes; liquidadores de 222 el año 2.011 a 200 en el año 2.012, Corredores de Seguros de 2.290 a 2.251, Asesores Previsionales de 585 a 542.

Tabla N° 1: Número de participantes del Mercado

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Compañías de Seguros	53	52	51	51	49	52	55	57	57	60
Generales	23	22	22	21	21	23	25	26	27	28
Vida	30	30	29	30	28	29	30	31	30	32
Compañías de Reaseguro(2)	1	1	1	93	96	103	109	118	130	133

Nacionales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Generales	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vida	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Extranjeras (1)(2)	0	0	-	92	95	102	108	117	129	129	132
Corredores de Reaseguros (1)	43	51	54	52	51	48	53	53	59	59	57
Nacionales	15	17	33	20	19	17	18	19	21	21	21
Extranjeros	28	34	21	32	32	31	35	34	38	38	36
Liquidadores	202	204	196	201	195	187	186	193	222	222	200
Personas Naturales	161	161	154	152	149	141	139	142	161	161	145
Personas Jurídicas	41	43	42	49	46	46	47	51	61	61	55
Corredores de Seguros	2.409	2.493	2.567	2.545	2.568	2.629	2.194	2.206	2.290	2.290	2.251
Personas Naturales	2.054	2.140	2.185	2.158	2.176	2.214	1.763	1.766	1811	1811	1.773
Personas Jurídicas	355	353	382	387	392	415	431	440	479	479	478
Asesores Previsionales (3)	-	-	-	-	-	-	443	536	585	585	541
Personas Naturales	-	-	-	-	-	-	439	525	573	573	530
Personas Jurídicas	-	-	-	-	-	-	4	11	12	12	11
Adm. Mutuos Hipotecarios	17	16	18	16	16	16	16	16	18	18	15
Adm. Fondos de Terceros	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2.727	2.819	2.889	2.958	2.975	3.035	3.056	3.179	3.361	3.361	3.257

Fuente: S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros)

Respecto del valor de las primas directas captadas por la industria, en el 2012 se llegó a la cifra de US\$11.200 millones, lo que representó un 4,19% del valor del PIB chileno, ciertamente un logro extraordinario para la industria. En efecto, el gráfico 3 muestra cómo en 1985 esta proporción estaba por debajo del 2%, pero que a mediados de los años 1980 se había duplicado y que en los primeros años del siglo XXI se había duplicado una vez más en relación a los años 1980, permaneciendo por encima del 3% desde 1992 a la fecha, con las oscilaciones anuales propias de cualquier serie de tiempo.

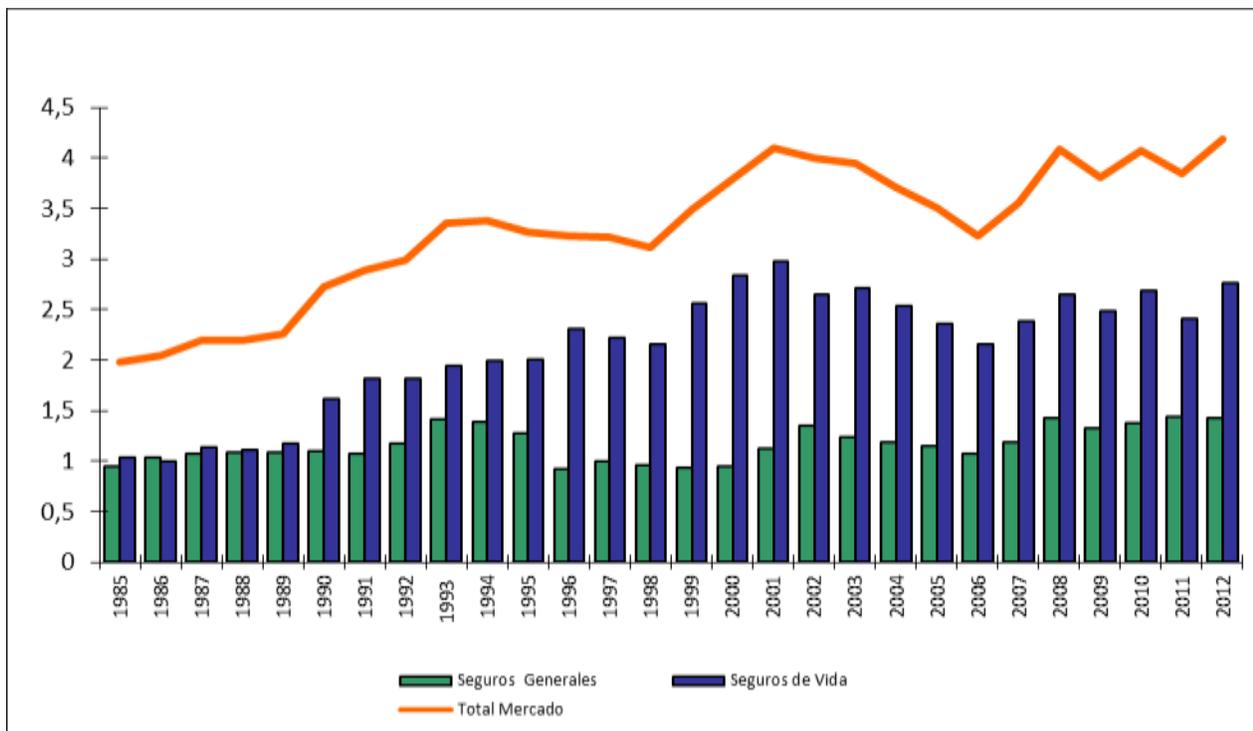
Tabla N°2: Prima como porcentaje del PIB %

Año	Seguros Generales	Seguros de Vida	Total Mercado
1985	0,95	1,03	1,98
1986	1,04	1	2,04
1987	1,07	1,13	2,2
1988	1,08	1,11	2,19
1989	1,09	1,18	2,26
1990	1,1	1,62	2,72
1991	1,07	1,82	2,89
1992	1,17	1,81	2,99
1993	1,41	1,94	3,35
1994	1,39	1,99	3,38
1995	1,27	2	3,27
1996	0,92	2,31	3,23
1997	1	2,22	3,22
1998	0,96	2,16	3,11
1999	0,93	2,56	3,49
2000	0,95	2,84	3,79
2001	1,12	2,98	4,1
2002	1,35	2,65	3,99
2003	1,24	2,71	3,95
2004	1,18	2,53	3,71
2005	1,15	2,36	3,51

2006	1,07	2,16	3,23
2007	1,19	2,38	3,56
2008	1,43	2,65	4,08
2009	1,32	2,49	3,81
2010	1,38	2,69	4,07
2011	1,44	2,41	3,85
2012	1,43	2,76	4,19

Fuente: S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros)

Grafico N°3: Primas captadas por la industria Chilena del seguro como porcentaje del PIB Chileno, 1985-2012



Fuente: S.V.S. Superintendencia de Valores y Seguros

El gráfico N°3 Histórico de primas captadas durante los últimos 27 años (1985 a 2012) la proporción de representación en porcentaje del PIB (producto interno bruto), inicia con un incipiente 1,98% para finalizar con excelente resultado del 4,19% al 2012.

Respecto a la prima directa estimada en millones de US\$ calcula a diciembre de cada año, información contenida en la tabla N°3, podemos revisar que en durante el crecimiento

positivo en la industria en promedio se obtiene un incremento de un 12% anual, también podemos apreciar que desde 1985 a 2012 se obtuvo un crecimiento de un 97%.-

Tabla N°3: Prima Directa (cifras en millones de US\$ de diciembre de cada año)

Año	Seguros Generales	Seguros de Vida	Total Mercado
1985	152	165	317
1986	175	168	342
1987	203	214	417
1988	239	246	485
1989	305	330	636
1990	334	492	826
1991	370	626	996
1992	491	759	1.250
1993	628	861	1.490
1994	707	1.016	1.723
1995	831	1.302	2.134
1996	821	1.583	2.404
1997	825	1.841	2.666
1998	759	1.712	2.471
1999	680	1.871	2.551
2000	716	2.136	2.852
2001	765	2.044	2.809
2002	905	1.781	2.686
2003	939	2.005	2.944
2004	1.128	2.570	3.698
2005	1.360	2.790	4.151
2006	1.564	3.177	4.741
2007	1.951	3.904	5.855
2008	2.436	4.529	6.965
2009	2.168	4.070	6.238
2010	2.809	5.478	8.287
2011	3.608	6.063	9.671

2012

3.850

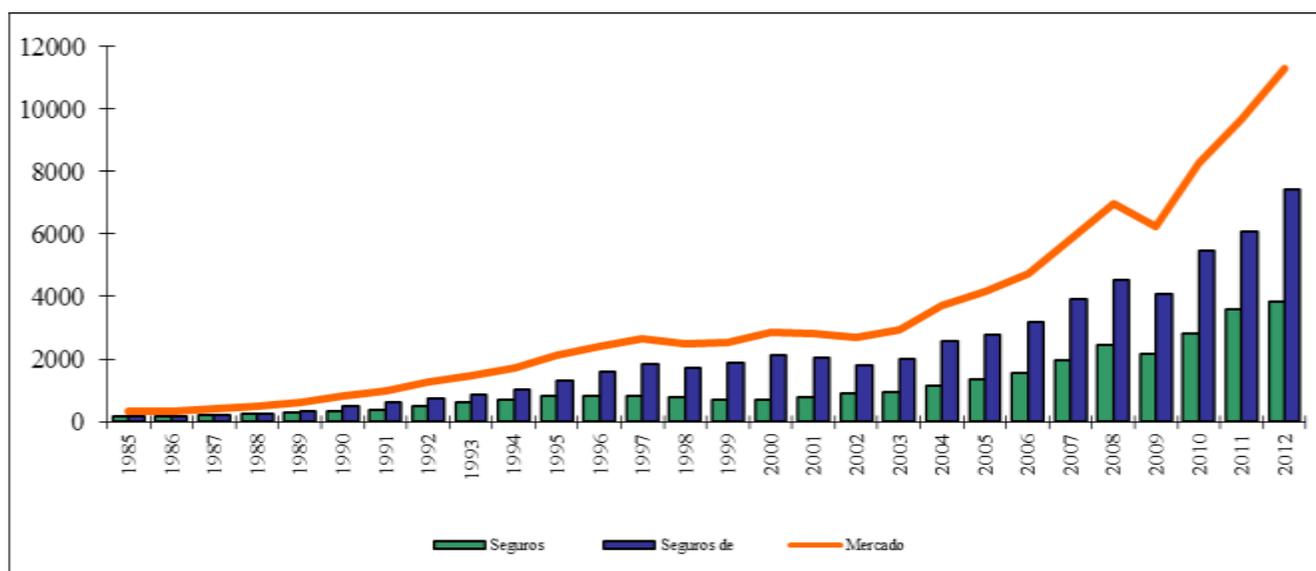
7.440

11.290

Fuente: S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros)

El grafico N°4 muestra la tendencia positiva del mercado asegurador en Chile, esta información se obtiene de la tabla N°3.

Grafico N°4: Primas Directa Captada por la Industria Chilena del Seguro en US\$, 1985-2012.



Fuente: S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros)

Respecto a cómo se encontraba compuesta la cartera de seguros (vida y generales) en el entre el periodo (1985 a 2012) se ha incorporado en la tabla n°4 la composición de la cartera de seguros generales, y en la tabla n°5 la de seguros vida.

Finalmente, resulta claro que el escenario de la industria del seguro existen dos periodos muy marcados, donde los primeros 20 años desde 1985 al 2004 predomina el seguro de vida el cual tiene un 60% de participación, mientras que los seguros generales solo obtienen un 40%.

El segundo periodo es entre 2005 al 2012, la preferencia por los seguros generales es de un 60%, esta participación el cual se encuentra compuesto principalmente por Seguros Incendio y Terremoto (21%), vehículos motorizados (18%) y otros (22%), el desastre ocurrido durante el año 2010 que provoco un terremoto de gran magnitud trajo consigo la necesidad de asegurar los bienes muebles puesto que de igual forma se encuentran susceptibles a daños o perdidas, esta situación ha llevado a triplicar la adquisición de este producto.

Tabla n° 4: Composición de la Cartera de los Seguros Generales

(Cifras en millones de US\$ de cada año)

Año	Incendio y Terremoto	Vehículos Motorizados	Transporte (T, A, M) *	Casco	SOAP	Otros	Total
1985	57	38	13	16	-	29	152
1986	64	42	14	19	11	25	175
1987	71	53	18	21	8	32	203
1988	78	69	22	23	11	34	239
1989	89	103	29	27	11	46	305
1990	98	117	29	29	11	50	334
1991	109	129	33	30	15	55	370
1992	130	177	42	41	22	79	491
1993	197	209	45	42	28	107	628
1994	253	225	43	38	33	115	707
1995	277	272	57	41	33	151	831
1996	243	297	62	41	31	147	821
1997	217	327	63	33	28	157	825
1998	194	303	51	26	31	155	759
1999	196	254	40	22	25	142	680
2000	218	235	42	25	30	166	717
2001	261	210	38	47	25	183	765
2002	358	203	44	44	20	237	905
2003	347	218	41	40	19	274	939

2004	378	271	50	38	49	342	1128
2005	422	348	61	40	51	439	1360
2006	474	403	73	38	56	521	1564
2007	569	505	84	40	65	689	1951
2008	750	576	123	57	75	854	2435
2009	684	524	73	51	73	763	2168
2010	933	682	95	53	85	959	2809
2011	1216	870	132	58	101	1231	3608
2012	1345	986	134	56	107	1221	3850
*Terrestre, aéreo y marítimo							

Fuente: S.V.S (Superintendencia de Valores y Seguros)

Tabla n° 5: Composición de la Cartera Seguros de Vida

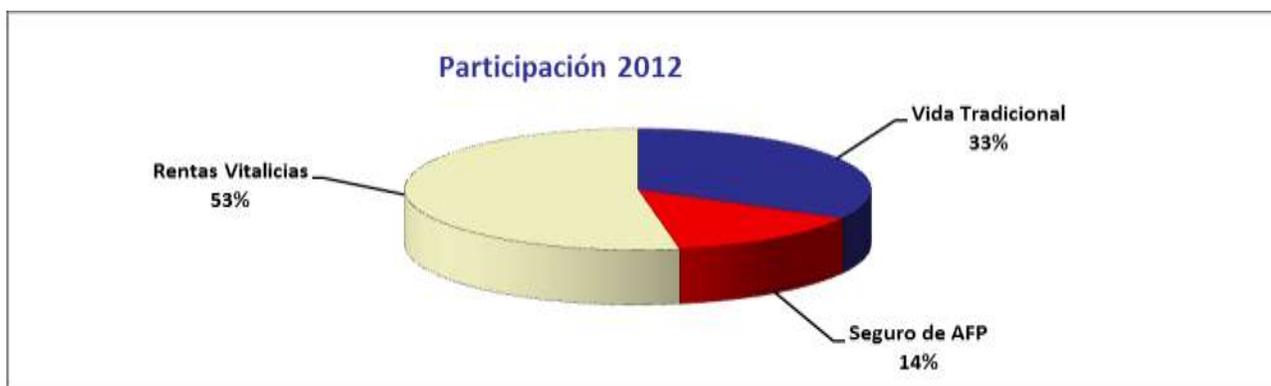
(Cifras en millones de US\$ de cada año)

Año	Vida Tradicional	Seguro AFP	Rentas Vitalicias	Total
1985	53	104	8	165
1986	34	72	21	127
1987	51	87	38	175
1988	58	114	74	246
1989	73	98	160	330
1990	90	103	299	492
1991	111	83	431	626
1992	139	95	525	759
1993	171	92	598	861
1994	204	88	723	1.016
1995	286	89	928	1.302
1996	353	102	1.128	1.583
1997	447	124	1.270	1.841
1998	480	130	1.101	1.712
1999	512	139	1.220	1.871
2000	579	146	1.411	2.136
2001	557	148	1.339	2.044
2002	590	137	1.054	1.781
2003	687	177	1.141	2.005
2004	958	211	1.401	2.570
2005	1.117	204	1.241	2.563
2006	1.492	339	1.346	3.177
2007	1.796	360	1.747	3.903
2008	2.095	508	1.926	4.529
2009	2.042	584	1.444	4.070
2010	2.547	837	2.093	5.478
2011	2.893	885	2.285	6.063
2012	3.172	904	3.364	7.440

Fuente: S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros)

Para nuestro análisis es muy importante conocer cuál es la preferencia de los seguros contratados, es por ello que nos detenemos en el último periodo (2012) de nuestra tabla para conocer cómo se encuentran compuestas las carteras de seguros (vida y generales) para ello se incorporaron gráficos de torta que nos revelarán de mejor forma esta información según lo que indica el gráfico n°5 que nos muestra la cartera de vida y el n°6 la de seguros generales.

Gráfico N°5: Participación Mercado Seguros de Vida, año 2012.-



Fuente: S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros)

Para finalizar y analizar la última tendencia del año 2012, según se indica en el gráfico n° 5 que nos indica los resultados en los seguros de vida, se encuentra compuesta principalmente por Rentas Vitalicias con un 53% de la participación de mercado registrando una venta U\$3.364, luego le sigue con el 33% la venta de seguros de vida, y tan solo un 14% seguro de AFP.

Gráfico N°6: Participación Mercado Seguros Generales, año 2012.-



Fuente: S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros)

Respecto a los seguros de generales, la mayor participación de estos fue obtenida con un 35% por los seguros de Incendio y Terremoto, mientras que los seguros de vehículos motorizados obtuvieron un 26% en el mercado.

1.8. Estructura del Mercado Asegurador:

1.8.1. Oferta de los Seguros

Las empresas que conforman la oferta en la industria del seguro en Chile se conforma por el intercambio de un monto de dinero (prima) a cambio de una cobertura según el grupo de seguro, las que se describen a continuación:

1. Compañías de Seguro de Vida
2. Compañías de Seguros Generales
3. Compañías de Seguros de Crédito

Estas se describirán en forma detallada en el punto siguiente que tratara sobre las entidades que componen los seguros.-

Liquidación de Siniestros

La liquidación de seguros la pueden realizar las compañías aseguradoras o liquidadores externos quienes realizan una intermediación entre la compañía de seguros y corredor de seguros.-

Son las compañías que aseguran parte o todo el riesgo de la cartera de las empresas aseguradoras, para conseguir la compensación estadística que necesita, igualando u homogeneizando los riesgos que componen su cartera de bienes asegurados mediante la cesión de parte de ellos a otras entidades.

1. Compañías de Seguros de Vida
2. Compañías de Seguros Generales
3. Compañías Reaseguradoras Nacionales
4. Compañías Reaseguradoras Extranjeras
5. Corredores de Reaseguro

1.8.2. Oferta de Mutuos Hipotecarios Endosables.

Las personas pueden obtener préstamos hipotecarios, a través de Agentes Administradores de Mutuos Hipotecarios Endosables o Cajas de Compensación de Asignación Familiar.

1. Agentes Administradores de Mutuos Hipotecarios Endosables

1.9. Regulación y Fiscalización

(SVS) Superintendencia de Valores y Seguros: Organismo gubernamental autónomo, cuyo papel es el de fiscalizar, normar y legislar para el mercado.

Es un servicio público que se relaciona con el Gobierno a través del Ministerio de Hacienda. Nuestra función principal es la fiscalización de las entidades y actividades que participan de los mercados de valores y de seguros en Chile, velando porque las personas e instituciones que participan en ellos cumplan con las leyes, reglamentos, estatutos y otras disposiciones que rigen su funcionamiento.

El jefe superior del Servicio es el Superintendente de Valores y Seguros, que es nombrado por el Presidente de la República, a quien le corresponde la representación legal, judicial y extrajudicial de la Superintendencia de Valores y Seguros.

En el ejercicio de nuestras funciones de fiscalización de las personas e instituciones que participan en los mercados de valores y seguros, como también de aquellas entidades que por leyes especiales nos han encomendado su supervisión, nos corresponde, entre otras atribuciones:

1. Interpretar administrativamente las leyes, reglamentos y disposiciones de competencias del Servicio.
2. Dictar normas e impartir instrucciones a las entidades supervisadas.
3. Atender consultas e investigar las denuncias o reclamos que formulen los accionistas, inversionistas y otros legítimos interesados.
4. Examinar las operaciones de los sujetos fiscalizados, para velar por el cumplimiento del mercado.
5. Resguardar los derechos de los accionistas, inversionistas y asegurados.

6. Sancionar en caso de incumplimiento de la normativa o de las órdenes e instrucciones que se hayan impartido.

1.10. Entidades de apoyo a la información

Evalúan el estado financiero de las compañías aseguradoras, por lo que colaboran con la labor de fiscalización de la SVS.

- Clasificadoras de Riesgo
- Empresas de Auditoría Externa

1.11. Intermediación y asesoría de seguros

Los seguros pueden contratarse directamente en las Compañías de Seguro o por medio de sus agentes de venta, por intermedio de corredores de seguros, en bancos o tiendas de retail (por intermedio de corredores de seguros), o con la asistencia de asesores previsionales cuando se quiera contratar una renta vitalicia previsional.

1. Agentes de ventas de las Compañías de Seguros
2. Corredores de Seguros
3. Asesores previsionales

1.12. Entidades del mercado asegurador:

- 1.12.1. Compañías de Seguros de Vida:** Cubren los riesgos de las personas o bien garantizan, dentro o al término de un plazo, un capital, una póliza saldada (seguro con ahorro) o una renta para el asegurado o sus beneficiarios. También pueden cubrir los riesgos de accidentes personales y de salud.

Rol en el mercado de seguros:

1. Oferta de Seguros.
2. Liquidación de siniestros.
3. Reaseguro.

Característica: Las Compañías de Seguros de Vida (también llamadas del segundo grupo) ofrecen diversos tipos de seguros de vida, pueden liquidar sus siniestros y reasegurar los riesgos asumidos por otras compañías de seguros de vida.

Autorización: El negocio de seguros y reaseguros en Chile requiere de la autorización de la SVS para el desarrollo de esta actividad.

Capital mínimo: Las aseguradoras y reaseguradoras necesitan de un capital mínimo para poder operar. En el caso de las Compañías de Seguro de Vida es de 90.000 UF.

Riesgos que cubren: Riesgos de las personas o un bien. Garantizan, dentro o al término de un plazo, un capital, una póliza saldada (seguro con ahorro) o una renta para el asegurado o sus beneficiarios. También pueden cubrir los riesgos de accidentes personales y de salud.

Algunas obligaciones de las Compañías de Seguros de Vida:

- Evaluar responsablemente los riesgos que asumen.
- Emitir las pólizas y entregárselas a los asegurados en los seguros individuales. En los seguros colectivos deberán enviar las pólizas a los contratantes y un certificado de cobertura a cada asegurado.
- Responder a las presentaciones, reclamos, declaraciones de siniestros. En caso de siniestro, comunicar al asegurado su resolución respecto de la cobertura y poner a disposición de éste o sus beneficiarios la indemnización respectiva.

1.13. Compañías de Seguros Generales:

Cubren la pérdida o deterioro en las cosas o el patrimonio, además pueden cubrir los riesgos de accidentes personales y de salud. El riesgo de crédito es de giro exclusivo.

Rol en el mercado de seguros

1. Oferta de Seguros.
2. Liquidación de siniestros.
3. Reaseguro.

Características: Las Compañías de Seguros Generales (también llamadas del primer grupo) ofrecen diversos tipos de seguros; pueden liquidar sus siniestros y

reasegurar los riesgos asumidos por otras compañías de seguros generales (excepto los riesgos de crédito).

Autorización: El negocio de seguros y reaseguros en Chile requiere de la autorización de la SVS para el desarrollo de esta actividad.

Capital mínimo: Las aseguradoras y reaseguradoras necesitan de un capital mínimo para poder operar. En el caso de las Compañías de Seguro Generales es de 90.000 UF.

Riesgos que cubren: La pérdida o deterioro en las cosas o el patrimonio, salvo el riesgo de crédito. También pueden cubrir los riesgos de accidentes personales y de salud.

Algunas obligaciones de las Compañías de Seguros Generales:

- Evaluar responsablemente los riesgos que asumen.
- Emitir las pólizas y entregárselas a los asegurados en los seguros individuales. En los seguros colectivos deberán enviar las pólizas a los contratantes y un certificado de cobertura a cada asegurado.
- Responder a las presentaciones, reclamos, declaraciones de siniestros. En caso de siniestro, comunicar al asegurado su resolución respecto de la cobertura y poner a disposición de éste o sus beneficiarios la indemnización respectiva.

1.14. Compañías de Seguros de Crédito:

Pagan una indemnización al asegurado (generalmente empresas) por el riesgo de no pago de sus deudores, por ventas nacionales o internacionales que efectuaron a crédito (riesgos de crédito). Además, pueden garantizar el pago al asegurado de una indemnización por los daños patrimoniales que le cause un tercero, por incumplimiento de una obligación contraída por él (riesgos de garantía) o por los actos incorrectos o dolosos cometidos por sus empleados en el desempeño de sus cargos (riesgos de fidelidad).

Rol en el mercado de seguros

- Oferta de Seguros.
- Liquidación de siniestros.

Característica: Las Compañías de Seguros de Crédito ofrecen seguros de crédito, y pueden ofrecer seguros de garantía y fidelidad, reasegurar estos mismos riesgos asumidos por otras compañías y liquidar sus siniestros.

Autorización: El negocio de seguros y reaseguros en Chile requiere de la autorización de la SVS para el desarrollo de esta actividad.

Capital mínimo: Las aseguradoras y reaseguradoras necesitan de un capital mínimo para poder operar. En el caso de las Compañías de Seguro Generales de Crédito es de 90.000 UF.

Riesgos que cubren: Riesgos de crédito, además pueden cubrir los de garantía y fidelidad.

Las Compañías de Seguros de Crédito buscan proteger a las empresas del riesgo de no pago de sus cuentas por cobrar (facturas de ventas a crédito), efectuadas tanto en el mercado nacional como en el internacional, causado por una insolvencia declarada (quiebra, cesación de pago de acreedores u otra situación similar).

Algunas obligaciones de las Compañías de Seguros de Crédito:

- Evaluar responsablemente los riesgos que asumen.
- Emitir las pólizas y entregárselas a los asegurados.

Responder a las presentaciones, reclamos, declaraciones de siniestros. En caso de siniestro, comunicar al asegurado su resolución respecto de la cobertura y poner a disposición de éste o sus beneficiarios la indemnización respectiva.

1.15. Agentes de ventas de las Compañías de Seguros:

Se dedican a la comercialización o venta de seguros por cuenta de una Compañía de Seguros. Su función es ofrecer los seguros de ésta a los ciudadanos e informarles respecto de las coberturas y condiciones del contrato.

Rol en el mercado de seguros : Intermediación y asesoría de seguros.

Características: Los Agentes de Venta ofrecen los seguros de la compañía para la cual trabajan.

Autorización: Los agentes de ventas de rentas vitalicias deben estar registrados en la SVS. Respecto de los agentes de ventas de otros seguros, las aseguradoras para la cual trabajan deben llevar un registro de sus agentes.

Capital mínimo: Los agentes de venta no requieren contar con un capital mínimo para operar.

Riesgos que asesoran: Los agentes de ventas asesoran sobre los riesgos que puede asumir la compañía para la cual trabajan.

Obligaciones de los Agentes de Ventas: Ofrecer los seguros de la compañía para la cual trabajan.

1.16. Compañías Reaseguradoras:

Personas Jurídicas autorizadas por la SVS de acuerdo a la Ley Chilena cuyo papel es el de asumir riesgos de compañías Aseguradoras Chilenas (Contratos de Reaseguro).

Rol en el mercado de seguros:

1. Reaseguro.

Características: Las Compañías Reaseguradoras Nacionales pueden reasegurar los riesgos de aseguradoras del mismo grupo, pueden liquidar sus siniestros y reasegurar los riesgos asumidos por ella.

Las Compañías de Seguros de Vida y Generales Nacionales únicamente pueden reasegurar los riesgos de otra aseguradora del mismo grupo en el cual están autorizadas a operar.

La entidad aseguradora, independientemente de haber reasegurado sus riesgos, es la responsable del pago del siniestro y de todas las obligaciones con el asegurado.

Autorización: El negocio de seguros y reaseguros en Chile requiere de la autorización de la SVS para el desarrollo de esta actividad.

Capital mínimo: Las aseguradoras y reaseguradoras necesitan de un capital mínimo para poder operar. En el caso de las Compañías de Reaseguro Nacional es de 120.000 UF.

Riesgos que cubren: Todos los riesgos del grupo al que pertenecen (primer grupo corresponde a los riesgos generales, y el segundo grupo a los de vida).

Algunas obligaciones de las Compañías Reaseguradoras Nacionales:

- Evaluar responsablemente los riesgos que asumen.
- Emitir las pólizas y entregárselas a las aseguradoras.
- Responder a las presentaciones, reclamos, declaraciones de siniestros de las aseguradoras.

1.17. Corredores de Seguro:

Intermedian y asesoran a las personas que desean asegurarse, respecto de las coberturas y condiciones del contrato, que ofrecen las distintas compañías aseguradoras, y las asisten durante la vigencia de su contrato y al momento de producirse un siniestro.

Rol en el mercado de seguros: Intermediación y asesoría de seguros.

Características: Intermediar y asesorar en la contratación de seguros.

Autorización: Los corredores de seguros deben estar registrados en la SVS.

Capital mínimo: Los corredores de seguros no requieren contar con un capital mínimo para operar, sin perjuicio de su obligación de contratar pólizas de garantía y responsabilidad civil en resguardo de sus clientes.

Riesgos que asesoran: Los corredores de seguros pueden intermediar y asesorar sobre todo tipo de riesgos, excepto rentas vitalicias previsionales.

Algunas obligaciones de los corredores:

- Asesorar a las personas que deseen asegurarse por su intermedio.
- Ofrecer al contratante las coberturas más convenientes a sus necesidades e intereses.

- Informar sobre las condiciones del contrato y sus posibles modificaciones.
- Asistir durante la vigencia del contrato y al momento de producirse un siniestro.
- Remitir al asegurado la póliza correspondiente.
- Verificar la identidad de los asegurados y la existencia y ubicación de los bienes asegurables.
- Entregar a la compañía la información que posean sobre el riesgo propuesto.
- Remitir a la compañía las primas y documentos que reciban por las pólizas que intermedien

1.18. Asesores previsionales:

Otorgan servicios de asesoría e intermedian en la venta y comercialización de los seguros previsionales del D.L. N° 3.500 para que los afiliados y beneficiarios del sistema de pensiones puedan tomar decisiones informadas de acuerdo a sus necesidades e intereses.

Rol en el mercado de seguros: Intermediación y asesoría de seguros.

Características: Los Asesores Previsionales asisten a los ciudadanos que quieren pensionarse. Esta asesoría debe prestarse con total independencia de la entidad que otorgue el beneficio.

Las Entidades de Asesoría Previsional son sociedades que cumplen la misma función que los Asesores Previsionales

Los asesores previsionales se diferencian de los Agentes de Venta de Rentas Vitalicias, ya que dichos agentes son empleados de una compañía de seguros determinada, cuya función es la venta de tales seguros y no tienen la obligación de asesorar integralmente a las personas que requieran de sus servicios.

Autorización: Los asesores previsionales deben estar inscriptos en un registro conjunto que lleva la SVS y la Superintendencia de Pensiones (SP).

Capital mínimo: Los asesores previsionales no requieren contar con un capital mínimo para operar, sin perjuicio de su obligación de contratar pólizas de garantía y responsabilidad civil en resguardo de sus clientes.

Riesgos que asesoran: Sólo pueden asesorar sobre los seguros previsionales.

Algunas obligaciones de los Asesores Previsionales:

- Informar, asesorar y orientar al afiliado del sistema de pensiones, o sus beneficiarios, para que adopte decisiones informadas durante el período de acumulación de sus fondos previsionales y en el momento de pensionarse.
- Informar a sus clientes el monto que cobrará por la asesoría.
- La comisión del asesor previsional es pagada por la compañía de seguros una vez que la AFP le transfiere los fondos acumulados, esta se calcula como un 2% de los fondos transferidos, sujeto a un tope máximo de 60 UF.
- Cada compañía de seguros tiene su propia política de comercialización, por lo que los agentes de rentas vitalicias pueden o no cobrar comisión, lo que dependerá del convenio entre la compañía y el agente respectivo.

1.19. Liquidadores de Siniestros:

Investigan la ocurrencia de los siniestros denunciados y sus circunstancias, determinan si éstos están cubiertos por la póliza contratada por el asegurado y proponen el monto a indemnizar, si corresponde.

Rol en el mercado de seguros: Liquidación de seguros.

Características: Los Liquidadores de Siniestros realizan las liquidaciones de los siniestros que les encomienden las compañías de seguros.

La liquidación de siniestros puede ser efectuada directamente por la aseguradora o por un liquidador externo inscrito en los registros de la SVS. El asegurado o beneficiario del seguro puede exigir que la liquidación la realice un liquidador externo registrado.

Autorización: Los liquidadores de siniestros deben estar registrados en la SVS.

Capital mínimo: Los liquidadores de siniestros no requieren contar con un capital mínimo para operar, sin perjuicio de su obligación de contratar pólizas de garantía y responsabilidad civil en resguardo de sus clientes.

Riesgos que pueden liquidar: Los liquidadores de siniestros pueden liquidar todo tipo de siniestros.

Algunas obligaciones de los Liquidadores de Siniestros:

- Determinar la ocurrencia de un siniestro.
- Evaluar si el riesgo está cubierto por la póliza del seguro contratado.
- Determinar el valor del objeto asegurado a la fecha del siniestro.
- Proponer el monto de la indemnización.

Emitir un informe de liquidación dentro de los plazos señalados por DS N° 1055 y ponerlo a disposición del asegurado y de la compañía de seguros. (DS. Vigente para siniestros denunciados a contar del 1° de junio de 2013; para siniestros denunciados antes debe aplicarse el DS. 863, de 1989)

1.20. Agentes Administradores de Hipotecarios Endosables:

Sociedades anónimas que otorgan, por cuenta propia o de las entidades aseguradoras y reaseguradoras, mutuos hipotecarios endosables para el financiamiento de bienes raíces o para fines generales

Rol en el mercado de los seguros:

Otorgar y administrar Mutuos Hipotecarios Endosables (MHE)

Características: Entre las sociedades que pueden ser Agentes Administradores de Mutuos Hipotecarios Endosables (AAMHE) están las Cajas de Compensación de Asignación Familiar (CCAF), que son corporaciones sin fines de lucro que pueden otorgar mutuos hipotecarios endosables por cuenta propia o de las entidades aseguradoras y reaseguradoras, sólo a sus afiliados y para financiar bienes raíces.

El financiamiento de bienes raíces incluye la adquisición, construcción, ampliación y reparación de viviendas y el refinanciamiento de mutuos hipotecarios endosables.

Las instituciones financieras también pueden otorgar mutuos hipotecarios endosables pero éstas son fiscalizadas por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.

Autorización: Los AAMHE y las CCAF deben estar registrados en la SVS.

Capital Mínimo: Los AAMHE y las CCAF necesitan de un capital mínimo de 10.000 UF para poder operar.

Algunas obligaciones de los AAMHE y de las CCAF:

- Administrar el mutuo, es decir, efectúan la cobranza de los dividendos.
- Atender las consultas de los deudores.
- Informar sobre los asuntos particulares de su crédito.
- Mantener información actualizada y detallada de los mutuos (saldo insoluto, dividendos impagos, estado de cobranza, etc.)

1.21. Clasificadoras de Riesgo:

La Ley de Seguros exige a las compañías de seguros contratar con a lo menos dos Clasificadoras de Riesgo, distintas e independientes entre sí, la evaluación continua e ininterrumpida de las obligaciones que tengan con sus asegurados.

Rol en el mercado de seguros: Entidades de apoyo a la información.

Características Las Clasificadoras de Riesgo deben estar inscritas en un registro que lleva la SVS.

La clasificación que realicen de las compañías de seguros deberá considerar:

- La cantidad y calidad de las inversiones y demás activos de la compañía de seguros,
- La suficiencia de las reservas,
- La cantidad y calidad del reaseguro,
- La rentabilidad obtenida en los últimos años,
- El endeudamiento y nivel de operaciones en relación a su patrimonio,
- El calce de los activos con los pasivos en relación a plazos, monedas y reajustabilidad.
- La capacidad técnica y experiencia de la administración, y otra información disponible.

Las categorías de clasificación se denominan con las letras AAA, AA, A, BBB, BB, B, C, D y E; siendo la categoría AAA la de más bajo riesgo y la D la de más alto riesgo. La categoría E se utiliza cuando se carece de información suficiente para clasificar a una compañía de seguros.

Las Compañías de Seguros de Vida que presenten una clasificación de riesgo igual o inferior a BB no podrán ofrecer, ni contratar seguros de rentas vitalicias del D.L. N° 3.500. Para estos efectos, se considerará la menor de las clasificaciones obtenidas.

1.22. Empresas de Auditoría Externa:

Examinan selectivamente los montos, respaldos y antecedentes que conforman la contabilidad y los estados financieros de una sociedad.

Rol en los mercados de seguros: Entidades de apoyo a la información.

Características: Son sociedades que examinan selectivamente los montos, respaldos y antecedentes que conforman la contabilidad y los estados financieros de una sociedad.

Están dirigidas por sus socios, y prestan sus servicios a los emisores de valores y a las sociedades anónimas abiertas y especiales autorizadas por la SVS.

Para poder prestar sus servicios, los socios que suscriban los informes de auditoría, los encargados de dirigir la auditoría y todos los miembros del equipo de auditoría, deben tener independencia de juicio respecto de la entidad auditada y cumplir con las disposiciones legales.

Las Empresas de Auditoría Externa:

- Examinan selectivamente los montos, respaldos y antecedentes que conforman la contabilidad y los estados financieros de una sociedad.
- Evalúan los principios de contabilidad utilizados y la consistencia de su aplicación con los estándares relevantes, así como las estimaciones significativas hechas por la administración.

- Emiten sus conclusiones respecto de la presentación general de la contabilidad y los estados financieros, indicando con un razonable grado de seguridad, si ellos están exentos de errores significativos y cumplen con los estándares relevantes en forma cabal, consistente y confiable.

Emiten recomendaciones.

- Las compañías de seguros y reaseguro nacionales deben presentar estados financieros anuales individuales y consolidados al 31 de diciembre de cada año, debidamente auditados, por Empresas de Auditoría Externa inscritas en el registro que al efecto lleva esta Superintendencia.
- La auditoría tiene por objetivo emitir una opinión profesional independiente sobre la razonabilidad de los estados financieros.
- Además deben presentar un Informe de la Opinión del Sistema de Control Interno cuyo objetivo es exponer el resultado de la evaluación del diseño y operación de la estructura de control interno, consistente con las políticas y procedimientos definidos por la compañía, de manera que permitan proporcionar un nivel razonable de seguridad para alcanzar los objetivos de la entidad, tanto en el resguardo de los activos como para evaluar la confiabilidad de los registros financieros.

1.23. Cuerpos Legales que rigen el Mercado Asegurador:

Código de Comercio, de 1865.

El Código de Comercio de la República de Chile es el cuerpo legal, actualmente vigente, que regula la actividad comercial e industrial en aquel país. Su promulgación data del 23 de noviembre de 1.851 y entró en vigencia el 1 de enero de 1.867. Fue obra del jurista y abogado argentino José Gabriel Ocampo, siéndole encomendada la redacción del proyecto de código, por el gobierno del presidente Manuel Montt (1851-1861), el 24 de diciembre de 1852.

- Libro II De los Contratos y Obligaciones Mercantiles en General
- Título VIII Del Seguro en general y de los seguros terrestres en particular
- Libro III De la Navegación y el Comercio Marítimos

- Título VII De los Seguros Marítimos
- DFL 251 de 1931 – Ley de Seguros

Proporciona una adecuada información al mercado asegurador nacional e internacional, que regulan la actividad aseguradora, reaseguradora y de los auxiliares de Comercio de seguros, todas las cuales tienen por objeto velar por la transparencia del mercado y, fundamentalmente, proteger los derechos de los asegurados.

- DL 3.057 de 1980 – Modificación a la Ley de Seguros
- DL 3.500 de 1980 – Ley de Seguridad Social (AFP)
- Ley 18.490 de 1986 – Ley de Seguro Obligatorio (SOAP)
- Circular # 835 de la S.V.S. de 1989 – Intermediarios del Mercado (Corredores y Liquidadores)
- Ley Orgánica de la S.V.S
- Ley 20.667 – Regula el Contrato de Seguro (Mayo de 2013)

1.24. Clasificación de los seguros: las compañías aseguradoras se clasifican en:

1.24.1. Compañías del Primer Grupo o Seguros Generales

Cubren la pérdida o deterioro en las cosas o el patrimonio. Además pueden cubrir los riesgos de accidentes personales y de salud. El riesgo de crédito es de giro exclusivo.

Seguros de Incendio: Es un seguro exigido por las entidades crediticias que cubre los daños al inmueble dado en garantía hipotecaria en caso de incendio. Se pueden contratar coberturas adicionales tales como daños a causa de sismos, salida de mar, rotura de cañerías, etc.

Seguros de vehículos motorizados: Cubre los daños del vehículo asegurado (total o parcial). Normalmente la póliza contempla dos coberturas adicionales que pueden contratarse conjuntamente o en forma separada, éstas son responsabilidad civil y robo, hurto o uso no autorizado del vehículo.

Seguros de ingeniera: Este seguro cubre a las empresas de todo tipo (industrias, comercio hospitales / clínicas) las que dependen más de la tecnología y se vuelve indispensable tener computadores, equipos de telecomunicación, equipos médicos, equipos de precisión, cubre Equipos médicos, de comunicación, de señalización, Maquinarias industriales, Procesadores de dato, Equipos computacionales, Seguros misceláneo, Seguros de transporte, Seguros de cascos marítimos y aéreos, Seguros de Créditos y Garantías

1.24.2. Compañías del Segundo Grupo o Seguros de Vida:

Cubren los riesgos de las personas o bien garantizan, dentro o al término de un plazo, un capital, una póliza saldada (seguro con ahorro) o una renta para el asegurado o sus beneficiarios. También pueden cubrir los riesgos de accidentes personales y de salud.

Seguros de vida tradicionales: Otorga una indemnización a los beneficiarios, en caso de fallecimiento del asegurado por una causa cubierta en la póliza.

Seguros Mixtos: Seguro de vida integrada por un seguro de ahorro y un seguro de riesgo, en virtud de la cual, si el asegurado fallece antes del plazo previsto, se entregará a sus beneficiarios la indemnización estipulada, y si sobrevive a dicho plazo se le entregará a él el capital establecido por el contrato.

Seguros Flexibles: Seguro que puede adaptarlo a las distintas necesidades de protección que enfrentará a lo largo de su vida, sin necesidad de adquirir nuevas póliza. Podrá adaptar los capitales asegurados en cualquier momento, contratar nuevas coberturas para él y su familia, definir la modalidad de inversión de su fondo, retirar parte o el total de su fondo acumulado y/o adaptar libremente su plan de pago de primas sin perder ninguno de los beneficios contratados.

Seguros previsionales: Es un seguro que las administradoras de fondos de pensiones deben contratar con una compañía de seguros de vida, con el fin de garantizar la financiación de la pensión obligatoria a que tenga derecho, conforme a la Ley 100 de 1993, en caso de invalidez o muerte de uno de sus afiliados.

Rentas vitalicias: Los seguros de Rentas Vitalicias son una alternativa muy importante a la hora de tomar la decisión de dónde y cómo planificar la jubilación. En efecto, estos productos permiten asegurar de por vida una pensión determinada, en base al saldo del fondo que ha logrado juntar la persona imponiendo durante años. Para ello los clientes asesorados por MSTC Benfield acuerdan con la aseguradora que mejores condiciones entrega, una determinada pensión, con diferentes alternativas: Rentas Vitalicia simple o con períodos garantizados, Renta Vitalicia temporal con rentas vitalicias Diferidas, Renta Vitalicia mixta o con Retiro Programado Los estudios de las mejores rentas vitalicias.

A.P.V. Mecanismo financiero permite a las personas poder incrementar su pensión a futuro mediante el aporte adicional a su cotización previsional legal, hasta un tope anual de UF 600. Este producto posee el beneficio de la exención tributaria dependiendo del tramo de impuestos en que las personas ubiquen su renta mensual o anual. Por los intereses que se aplican al fondo acumulado y los beneficios tributarios que se obtienen, las personas que realizan APV logran aumentar de manera significativa sus rentas futuras, complementando de esa forma la pensión tradicional.

CAPITULO II ESTUDIO ORGANIZACIONAL

2.1. Descripción General de COPELEC y sus filiales existentes

Cooperativa de Consumo de Energía Eléctrica Chillan Limitada La Cooperativa de Consumo de Energía Eléctrica Chillán Ltda., nombre de fantasía “COPELEC”, se constituye como Cooperativa fundándose un día 13 de noviembre de 1951, cuya acta es reducida a Escritura Pública el 6 de octubre de 1952.

La Cooperativa fue creada por un grupo de agricultores de Ñuble, o dicho de otra forma, de personas naturales y/o jurídicas organizadas voluntariamente, cuyos intereses comunes las dispongan para darse a sí mismas, o a la comunidad, un buen servicio, lo que se constituye en definitiva la razón de ser para cualquier Cooperativa, en donde el participante no es la única persona que obtendrá beneficios, sino también el resto de la comunidad. Nace como respuesta a los esfuerzos en tal sentido de la Empresa Nacional de Electricidad (ENDESA), entidad encargada por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) de implementar el Plan de Electrificación del país. Su inicio fue con 57 socios y 113 kilómetros de líneas de alta tensión.

Más tarde, en 1955 se decidiría fusionar esta organización con las Cooperativas en formación de las localidades vecinas de San Carlos y Bulnes. La organización de la Cooperativa está estructurada a través de un ente superior que es la Junta General de Socios, en la que participan reunidos en Asamblea todos los socios. Ella elige al Consejo de Administración y a la Junta de Vigilancia. El Consejo de Administración que es responsable de la marcha de la Cooperativa, a su vez designa al Gerente General, que es el profesional encargado de operacionalizar las líneas y planes de trabajo de la organización.

La Cooperativa está controlada a su vez, por el Departamento de Cooperativas dependiente del Ministerio de Economía Fomento y Turismo. Sus estados financieros anualmente, deben ser sometidos al análisis de una empresa externa de Auditoría.

Esta Cooperativa está afiliada a la Federación Nacional de Cooperativas Eléctricas (FENACOPEL), que es una de las organizaciones que aglutina a este tipo de Cooperativas a nivel del país.

2.1.1. Visión

Ser una empresa comprometida con las personas y organizaciones de la región del Bío Bío, en la entrega de servicios de calidad, contribuyendo a su desarrollo y progreso.

2.1.2. Misión

Comercializar bienes y servicios, con una atención personalizada, entregando soluciones integrales que contribuyan al progreso y desarrollo de nuestros socios y clientes, para ello contamos con:

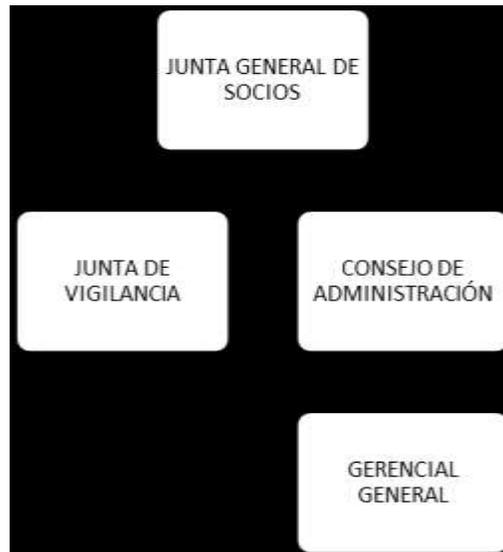
- a) Presencia cercanía
- b) Entrega de financiamiento
- c) Cartera de negocios diversificada
- d) Equipo humano calificado

2.2. Rol de las Filiales

La actividad principal y por la que fue creada esta Cooperativa, está fundamentada, principalmente, en la satisfacción de las necesidades de abastecimiento de energía eléctrica de sus asociados y terceros, pudiendo para tal efecto producir, adquirir, distribuir y suministrar energía eléctrica.

Para cumplir con los objetivos trazados, *la Cooperativa promueve la creación de filiales especializadas en distintas áreas: unas dedicadas a la venta y distribución de bienes del hogar, insumos agrícolas o de transporte, otras que contribuyan a dar soluciones a problemas de consumo, salud y bienestar; otras que generen y/o promuevan el desarrollo productivo y comercial de sus asociados.* Las filiales deberán actuar en coherencia con el objetivo por el cual fueron creadas, afianzando el sentido de pertenencia de sus asociados y respondiendo a los intereses de la empresa matriz

Ilustración N°1: Organigrama Dirección COPELEC.



2.2.1. Comercial COPELEC S.A.

Dedicada a la venta y distribución de bienes del hogar, insumos agrícolas y de transporte, necesarios para mejorar la calidad de vida de los socios y su familia y facilitar mediante insumos y herramientas de trabajo agrícola las labores y quehaceres del agricultor.

Propiedad:

COPELEC Ltda : 99,0%

Servicios Aliados : 1,0%

2.2.2. Servicios Aliados Limitada.

COPELEC Asesoría y Servicios nace para facilitar a los socios de COPELEC la satisfacción de necesidades relevantes para el grupo familiar en mejores condiciones que las que podría lograr en forma individual, actualmente la empresa tiene un banco de productos ortopédicos los cuales se encuentran a disposición de

los socios y su familia, los productos son facilitados en comodato y pueden retirados en todas las sucursales, en forma adicional se realizan trabajos de mantención en roce y toma de lectura con el objeto de mejorar el servicio proporcionado por COPELEC.

Propiedad

Copelec Ltda : 99,0%
Copelec S.A. : 1,0%

2.2.3. Copelec Capacita Limitada.

Dedicada a la realización de actividades de capacitación preferentemente a Socios, trabajadores y personas autorizadas por alguno de los anteriores, pertenecientes a la Cooperativa de Consumo de Energía Eléctrica Chillán Ltda. (COPELEC), Comercial Copelec S.A., y Servicios Aliados Ltda., sin perjuicio de la realización de actividades de capacitación a terceros.

Propiedad

Copelec Ltda : 99,0%
Servicios Aliados : 1,0%

2.2.4. Copelec Servicios Financieros S.A.-

Copelec Servicios Financieros es la encargada de ofrecer soluciones crediticias a nuestros socios y clientes, mediante la Tarjeta de crédito universal Fincop. Con ella se puede acceder a importantes beneficios., tales como avance en efectivo o contratación de seguros.

Propiedad

Copelec S.A. : 99,0%
Copelec Ltda : 1,0%

Las filiales actúan con coherencia de acuerdo al objetivo por el cual fueron creadas, afianzando el sentido de pertenencia de sus asociados y respondiendo a los intereses de la empresa matriz.

2.2.5. Corredora de Seguros COPELEC LTDA.-

SEGUROS COPELEC Tiene por objetivo asesorar a personas naturales y jurídicas para la contratación de seguros generales y vida ante las compañías de seguros, existirán primas de bajo costo para nuestros socios y clientes.-

CORREDORES DE SEGUROS COPELEC LTDA., se presentará como una propuesta de una nueva unidad estratégica de negocios la cual buscará rentabilizar en forma independiente este negocio.

Sus ingresos se obtendrán por la intermediación y asesoría de seguros los cuales serán vendidos por asesores de seguros que trabajaran exclusivamente para esta unidad de negocios, además en se dispondrá del recurso humano existente en los centros de atención al cliente, servicio que se encuentra dotado de ejecutivos de atención al cliente (E.S.A.C.) y promotores (as) de productos financieros FINCOP quienes prestarán el servicio de apoyo a la unidad, estos últimos realizando las gestiones de venta y recepción de siniestros.

Corredora de Seguros COPELEC, obtendrá una personalidad jurídica lo cual se exige como requisito para la conformación de la entidad, la dependencia corresponderá directamente de Comercial COPELEC S.A. y COPELEC LTDA., según lo que se establece en los estatutos de la Cooperativa de Consumo de Energía Eléctrica Chillán Limitada "COPELEC" para la creación de empresas relacionadas, el segundo motivo es que ambos objetos sociales se encuentran relacionados directamente, COPELEC S.A. es representada por sus área de Multitienda, agroferretería y automotriz que se dedican en conjunto a solucionar diferentes

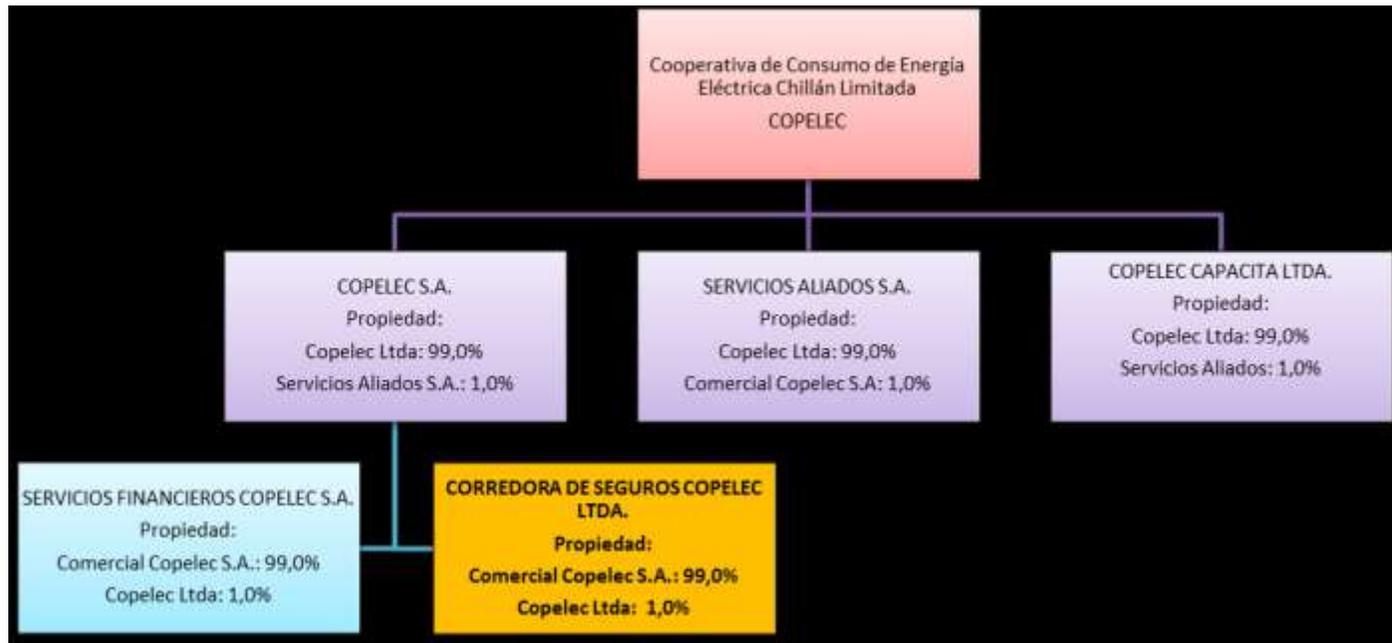
necesidades de productos/servicios para el hogar, actividades agropecuarias y movilización, cuenta con 10 multitiendas, 4 agroferreterías y 3 salones automotriz en donde se encuentran habilitados los centros de atención al cliente que ofrece diversas soluciones integrales para sus Socios/Clientes lo que indica que en forma adicional podrá facilitar el servicio de asesoría en la contratación de seguros generales y vida puesto que se cuenta con el espacio físico y personal requerido para ello, además posee una cartera 80.000 clientes que visitan constantemente sus instalaciones para la adquisición de bienes/servicios y pago de obligaciones, mientras que la Cooperativa de consumo de energía eléctrica Chillán limitada "COPELEC" dispone del capital humano calificado y del recurso financiero mediante la representación de FINCOP S.A. para llevar a cabo el proyecto.

Dentro de la estructura organizacional tenemos que COPELEC LTDA quien se dedica a la distribución, abastecimiento y comercialización de la energía eléctrica a clientes residenciales e industriales, crea bajo la línea de comercialización de productos y/o servicios a COPELEC S.A. (Multitienda, Agroferretería y automotriz), luego COPELEC S.A. crea a Servicios Financieros FINCOP S.A. para lograr la obtención de beneficios mediante la administración del crédito, a su vez Comercial COPELEC S.A. y COPELEC LTDA para mejorar aún más los beneficios proporcionados a sus clientes desea incorporar el servicio de protección de bienes y vida de las personas se propone la creación de CORREDORA DE SEGUROS COPELEC, quien se encargara de la asesoría de personas naturales como jurídicas para la contratación de seguros (Generales y Vida)

En el punto siguiente se indica las dependencias de las empresas relacionadas.

2.3. Organigrama Empresas COPELEC, estructura actual e incorporación de la nueva empresa al grupo COPELEC.

Ilustración N°2: Organigrama Empresas COPELEC.



2.4. Corredora Seguros COPELEC

“SEGUROS COPELEC”, pretende posesionarse en el mercado con el nombre de nuestra marca ya registrada la cual es conocida por los tarjetahabientes, socios y clientes de empresas COPELEC, además es también conocida por varias personas pertenecientes a la provincia de Ñuble y Región, la empresa respaldara y garantizara el compromiso de continuar brindando precios y servicios que se ajustan a las necesidades de los usuarios eléctricos, tarjetahabientes de COPELEC y público en general.-

2.4.1. Idea del producto

Asesoría de personas naturales y jurídicas para la contratación de seguros ante las compañías de seguros, queremos ofrecer primas de bajo costo, ser una de las corredoras más competitivas del mercado por medio de la representación del grupo de empresas COPELEC.-

2.4.2. Idea del negocio

SEGUROS COPELEC intermediara con las compañías de seguros las primas más adecuadas a la necesidad de nuestros clientes, asegurando siempre de contar con primas de bajo costo para que los clientes de menores ingresos puedan acceder al servicio.

2.4.3. Tipo de empresa

Para acreditar el cumplimiento de los requisitos señalados en la letra e) del artículo 58 del D.F.L. N°251, de 1931.- en el que se establece ***“en el caso de las personas jurídicas, haberse constituido legalmente en Chile con este objeto específico y reunir sus administradores y representantes legales los requisitos exigidos para los demás corredores de seguros y no registrar las inhabilidades previstas en la citada disposición legal.***

En las sociedades de responsabilidad limitada, deberá ser designado como administrador o representante legal personas que reúnan los requisitos para ser Corredor de Seguros (incluido el de acreditación de conocimientos, por examen o curso, conforme a la Circular N° 1679, y sus modificaciones).

Actualmente la empresa cuenta con las competencias requeridas exigidas por la circular No 1679, por lo que dispone de un profesional titulado de ingeniería de ejecución de empresas y diplomado de corredores de seguros generales y vida.

Quien además asumirá la función de administrador dentro del organigrama propuesto.

SEGUROS COPELEC, será constituida bajo la figura de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, la cual se constituirá con dos accionistas, esta figura ha sido elegida para ser incorporada al grupo COPELEC.

Los accionistas de la **Corredora de Seguros COPELEC Limitada.**, serán con un 99,0% de participación COPELEC S.A., y un 1% COPELEC LTDA.

2.4.4. Razón Social:

Corredora de Seguros COPELEC LTDA

Respecto del nombre, y según lo indicado en el D.F.L. N°251, de 1931, de utilizarse la expresión “seguros”, en la razón social o nombre de fantasía, deberá contener alusión a la intermediación de seguros, no pudiendo incluirse la palabra “seguros”, si no está precedida de la expresión “Corredores de”.

2.4.5. Nombre Fantasía:

Corredores de SEGUROS COPELEC LTDA.-

2.4.6. Accionistas:

SEGUROS COPELEC, se establecerá con dos accionistas, personas jurídicas pertenecientes al grupo COPELEC, en la siguiente tabla:

Tabla n° 6 accionistas, porcentaje de participación accionara C.S.C.				
Accionista	Valor Acciones	Acciones	Capital Suscrito	%
COPELEC S.A.	\$ 1.000	9900	\$ 9.900.000	99%
COPELEC LTDA.	\$ 1.000	100	\$ 100.000	1%
		TOTAL	\$ 10.000.000	100%

Las utilidades, responsabilidades y derechos se detallaran en el gobierno corporativo.

2.4.7. La administración

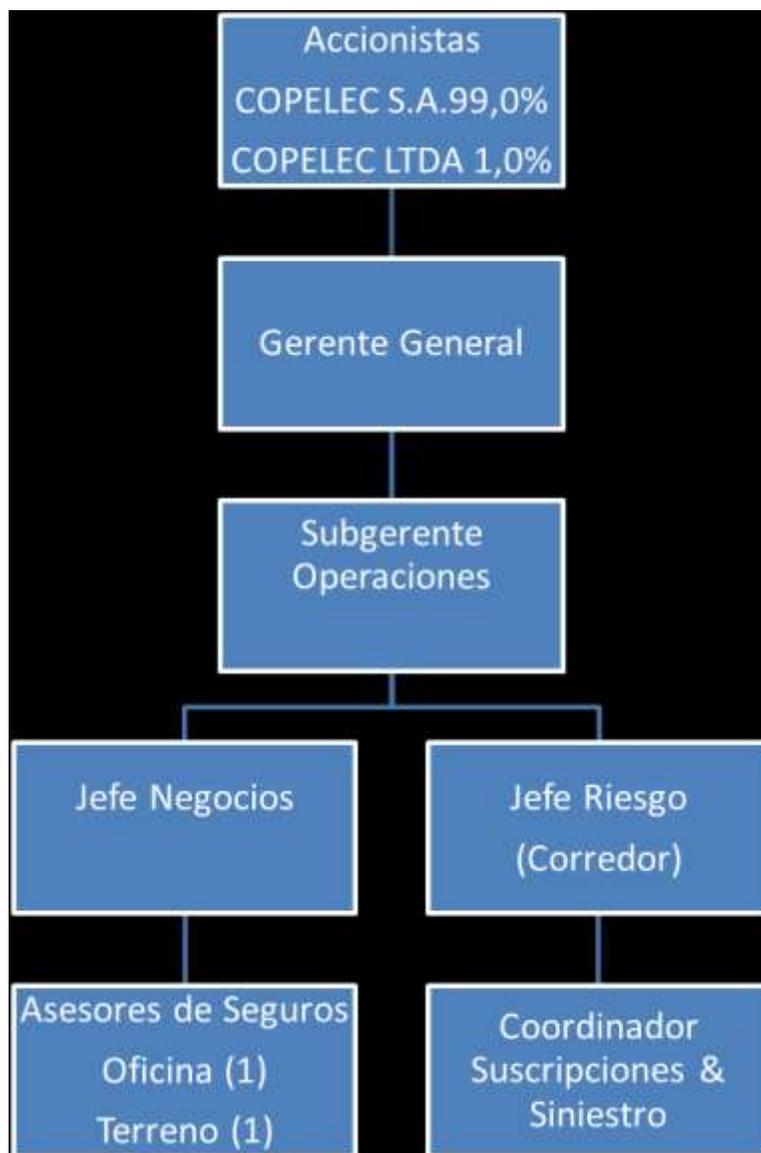
La Gerencia General de la Cooperativa de Consumo de Energía Eléctrica Chillán Limitada deberá actuar como representante legal de la empresa, presentar a los accionistas los resultados de las operaciones y desempeño organizacional.

En vinculación con el gerente, subgerente y jefes (negocios y riesgo) planea, dirige y controla las metas y políticas de SEGUROS COPELEC. Se encargará de prever de contactos y relaciones empresariales a la organización.

2.4.8. Organigrama

En la estructura de SEGUROS COPELEC el grupo de accionistas se ubica en el primer nivel del organigrama, ellos estarán directamente comunicados con el Gerente General. En un segundo lugar, se ha ubicado al Subgerente que estará en cercana relación con los Jefes de Riesgo (Corredor) quien velara por el correcto manejo de las pólizas, comisiones, reembolsos que ameriten revisión, mientras que el Jefe Negocios quien supervisara las acciones comerciales orientadas a los beneficios económicos además de la supervisión de los asistentes, el coordinador de suscripciones y siniestros, más el asistente deberán atender a todos los departamentos, las diligencias se realizan en orden de prioridad para beneficio de la empresa.

Ilustración N°3: Estructura Organizacional CORREDORA DE SEGUROS COPELEC LTDA.



2.4.9. Distribución de funciones y responsabilidades

2.4.9.1. Subgerencia de Operaciones

La subgerencia de operaciones deberá orientar las acciones comerciales para gestionar la cartera de clientes y proporcionar a los jefes (negocio y riesgo) los lineamientos requeridos para la ejecución de las acciones comerciales. Entre sus funciones se destaca la negociación, renegociación con las aseguradoras (compañías de seguros) y los clientes para términos de compras, formas de pago y coberturas, contado para ello con la asesoría del Corredor.

De acuerdo al organigrama deberá reportarse a la Gerencial General mantener con los Asesores de Seguros un ambiente favorable para el cumplimiento de metas, optimizando los recursos disponibles.

2.4.9.2. Jefe Negocios

Dentro de las responsabilidades de este cargo está el cumplimiento de la meta de ventas presupuestada, relacionarse con sus proveedores, gestionar el área comercial de la empresa, participar en la negociación de contratos y buscar nuevas oportunidades de negocio, principales funciones:

1. Crear estrategias comerciales para los servicios.
2. Desarrollar, planificar y potenciar dichos productos.
3. Supervisar los nuevos proyectos que desarrolle su área.
4. Participar en la negociación de contratos.
5. Identificar, definir y medir las oportunidades actuales del mercado para dichos servicios Debe establecer la estrategia comercial a mediano plazo.
6. Cumplir con el presupuesto de ventas establecido para sus productos.
7. Reportar a la Gerencia los resultados de los distintos indicadores de ventas de su área.

El Jefe de Negocios dependerá directamente de la Subgerencia de Operaciones y S.A.C, además su cargo será transversal esto quiere decir que además de orientar las estrategias comerciales para el negocio de seguros, lo hará para el negocio de crédito y garantía extendida.-

2.4.9.3. Jefe Riesgo (Corredor de Seguros)

El corredor, será uno de los asesores más importantes debido a que este cargo será utilizado por el corredor de seguros de la corredora por consiguiente se encargara del reporte y aplicación de la normativa legal vigente (SVS) Superintendencia de Valores y Seguros, deberá cumplir con:

1. Trabajar en conjunto con la jefatura de negocios a fin de conseguir los productos más adecuados, dentro de los que ofrezca el mercado, para ponerlos a disposición de los clientes.

2. Asesorar a la subgerencia comercial en los procesos de negociación y/o renegociación de acuerdos comerciales con las compañías de seguros.
3. Preocuparse de cumplir con los requisitos establecidos por la SVS, a fin de mantener vigente la inscripción en el registro de corredores de seguros (renovación anual de póliza de garantía y responsabilidad civil, además del envío periódico de la Ficha Estadística Codificada Uniforme, FECU)
4. Asesorar a las personas que deseen asegurarse por su intermedio.
5. Ofrecer al contratante las coberturas más convenientes a sus necesidades e intereses.
6. Informar sobre las condiciones del contrato y sus posibles modificaciones.
7. Asistir durante la vigencia del contrato y al momento de producirse un siniestro.
8. Remitir al asegurado la póliza correspondiente.
9. Verificar la identidad de los asegurados y la existencia y ubicación de los bienes asegurables.
10. Entregar a la compañía la información que posean sobre el riesgo propuesto.
11. Remitir a la compañía las primas y documentos que reciban por las pólizas que intermedien.

El jefe de Riesgo (Corredor) deberá mantener la calidad de administrador de la corredora, además su vinculación será directa de Corredores de Seguros COPELEC LTDA.-

2.4.9.4. Asesor de seguros (Vendedores)

Una vez que recibe la información (planificación de ventas) del Jefe de Negocios, el asesor de seguros es el que se encarga de asesorar a personas jurídicas y naturales respecto a la contratación de seguros de acuerdo a las necesidades requeridas además de prestar especial atención de la retención y fidelización del cliente. Deberá cuidar que el contrato de seguro se mantenga vigente y gestionar su oportuna renovación.

SEGUROS COPELEC. Le proveerá del pago de su sueldo el cual se compondrá de una parte fija (base) y otra variable de acuerdo a las ventas realizadas el resultado se obtendrá de las comisiones por venta realizadas dentro del periodo respectivo.-

Coordinador de Suscripciones y Siniestros

Sus funciones como coordinador de suscripciones (ventas) y siniestros involucrarán apoyar la gestión y coordinación de las Jefaturas (Negocios y Riesgo)

1. Centralizar y procesar la documentación recibida desde sucursales (propuestas, denuncias de siniestros, entre otros)
2. Hacer seguimiento a las indemnizaciones de siniestros, eventualmente conseguir y enviar información complementaria respecto de casos en apelación, para lograr el pago de las indemnizaciones desde las compañías de seguros
3. Ingresar pagos recibidos, informar a clientes del estado de sus denuncias de siniestros
4. Generación de información para pago de primas a las compañías aseguradoras, así mismo generación de documentos de cobro de las comisiones respectivas a las aseguradoras
5. Proponer, constantemente al subgerente de riesgos, mejoras a los procesos y sistemas de gestión
6. Tramitar correspondencia desde y hacia sucursales, clientes, compañías aseguradoras
7. Aprovisionamiento, de todos los formularios utilizados en las distintas etapas de gestión (Propuestas, pólizas, contratos, publicidad, entre otros), además de materiales de oficina.

SEGUROS COPELEC. Le proveerá del pago de su sueldo el cual se compondrá de una parte fija (base) y otra variable de acuerdo a las ventas realizadas el resultado se obtendrá de las comisiones por venta realizadas dentro del periodo respectivo, más beneficios estipulados por ley.-

2.4.10. Gobierno corporativo

SEGUROS COPELEC. Se remitirá al honorable Junta Directiva de empresas COPELEC. Quien tendrá la facultad de establecer las políticas y procedimientos mediante los cuales se asegure el correcto funcionamiento del gobierno corporativo de la Corredora de Seguros COPELEC LTDA, Las facultades de los accionistas son, resolver todo aumento de capital autorizado, nombrar y renombrar el personal de la compañía, recibir los balances generales, estado de pérdida ganancias, informes gerenciales y las actas de las juntas generales.

La distribución a los accionistas de las utilidades deberá realizarse proporción a lo que pagaron por sus acciones. Entre ello solo podrá repartirse el resultado de beneficio neto que obtuvo del balance anual.

Los dividendos se distribuirán según la participación de cada accionista posterior a la designación del 70% de la utilidad neta para reinversión las medidas que vaya a implementarse o modificarse sobre aumento de capital estrategia de reinversión.

SEGUROS COPELEC deberá cumplir anualmente con los estados financieros y la nómina de accionistas y representantes legales y mantener actualizados los referidos nombramientos a la S.V.S. "Superintendencia de Valores y Seguros".

2.5. Costos Administrativos

2.5.1. Gastos de constitución de la sociedad

Inicialmente se deberá cancelar los honorarios del abogado quien estará a cargo de todos los trámites en la Notaria para la redacción y entrega del acta de constitución (Copia de Escritura de Constitución, Inscripción Social en el Registro de Comercio, Conformación de sociedad, Extracto de sociedad, trámites notariales) de La Corredora de SEGUROS COPELEC LTDA.-

2.5.2. Gastos de incorporación en el registro de corredores S.V.S.

Los gastos asociados a la incorporación como corredor de seguros ante la S.V.S., son los siguientes; Curso de acreditación de conocimientos suficientes sobre el comercio de seguros (certificado de estudio, diplomado de Corredor de Seguros

Generales y Vida, según circular 1679 del 10 de septiembre de 2003), Contratación de póliza de garantía para corredores de seguros por un monto de 500 UF, la cual tiene un costo anual de un 3,5% del monto asegurado (equivale a \$34.270 mensuales aproximadamente) , más Derechos de inscripción por 10 UF.

2.5.3. Remuneraciones

SEGUROS COPELEC. Deberá destinar el valor mensual que se detalla en la siguiente tabla al pago de sueldos, gratificación, bonos de responsabilidad y comisión variable en tres niveles de acuerdo a los resultados obtenidos en el periodo, se obtiene del resultado obtenido por la comisión de intermediación (venta, asesoría y cobranza del producto), el cual no podrá ser superior a un 7% de la intermediación obtenida, se aplica el siguiente criterio de distribución; Primer nivel 3,0 % para el vendedor, segundo nivel 2% para el jefe riesgo (corredor), tercer nivel 2% para el jefe de negocios. En forma adicional se deberán descontar los descuentos legales, vale decir (AFP FONASA o ISAPRE, Impuesto Renta, seguro de cesantía).

TABLA N°7: REMUNERACIONES PERSONAL CORREDORA DE SEGUROS COPELEC					
CARGOS	SUELDO BRUTO	GRATIFICACIÓN	BONO RESPONSABILIDAD	COMISIÓN VARIABLE	TOTAL MENSUAL
GERENTE	\$ 0	\$ 0	\$ 350.000	\$ 0	\$ 350.000
SUBGERENTE OPERACIONES	\$ 0	\$ 0	\$ 300.000	\$ 0	\$ 300.000
JEFE RIESGOS (Corredor)	\$ 960.000	\$ 83.125	\$ 0	\$ 283.356	\$ 1.326.481
JEFE NEGOCIOS	\$ 0	\$ 0	\$ 200.000	\$ 248.548	\$ 448.548
ASESOR DE SEGUROS (1)	\$ 210.000	\$ 83.125	\$ 0	\$ 247.936	\$ 541.061
ASESOR DE SEGUROS (2)	\$ 210.000	\$ 83.125	\$ 0	\$ 247.936	\$ 541.061
COORDINADOR DE S&S	\$ 300.000	\$ 83.125	\$ 0	\$ 0	\$ 383.125

TOTAL PERSONAL	\$ 1.680.000	\$ 332.500	\$ 850.000	\$ 1.027.777	\$ 3.890.277
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS					

2.6. Plan Estratégico

La gerencia general implementará un sistema de negocios de reinversión para agregar valor SEGUROS COPELEC, estableciendo controles y procesos de calidad lo que permitirá realizar evaluaciones periódicas de los resultados obtenidos.-

El subgerente deberá reflejar el cumplimiento de las metas propuestas mediante reportes y retroalimentación de nuestros socios comerciales (aseguradoras) como también nuestros clientes.

2.6.1. Visión

Ser la Corredora de seguros líder en la provincia de Ñuble, en calidad de servicio y oferta de productos más adecuados a las necesidades de socios/clientes, empresas y potenciales clientes, a costos razonables para prefieran nuestro servicio.

2.6.2. Misión

Contribuir al bienestar y tranquilidad de las personas y empresas de la provincia de Ñuble, aportando protección a su desarrollo a través de asesoría en la intermediación de variados seguros, tanto Generales como de Vida, según las necesidades de cada uno, agregando un alto valor en el servicio de post venta para que se sientan apoyados y respaldados cuando más lo necesiten (siniestros).-

2.6.3. Principios

Respetar los derechos de los grupos de interés y alentar la cooperación activa entre la empresa y dichos grupos.

Asegurar que la información fluya de manera precisa para asegurar que los resultados de la empresa sean claros y transparentes, protegiendo de los derechos de los accionistas y el trato equitativo de los mismos.

- Ética profesional.

- Calidad en nuestros procesos.
- Respeto por nuestros clientes y equipo humano.
- Honestidad con nuestros clientes
- Valor del tiempo de nuestros clientes
- Ser líderes en todas las actividades que realicemos.
- Contar con el mejor equipo profesional.
- Centrar el trabajo en relaciones sólidas y de confianza.

2.6.4. Identificación de Elementos FODA

A continuación se presentan: los factores internos que la empresa controla, nuestras principales fortalezas y debilidades: los factores externos, oportunidades y amenazas del mercado que el sector ejerce CORREDORA DE SEGUROS COPELEC.

Fortalezas seguros COPELEC

- Personal capacitado de acuerdo a las exigencias establecidas en el D.F.L. 251, Curso de Corredor de Seguros Generales y Vida.
- Cartera de clientes cautivos, Socios y Clientes Eléctricos de Copelec Limitada, actualmente 45.000 usuarios (Socios y Clientes)
- Tarjetahabientes FINCOP, actualmente 39.000 tarjetahabientes activos (Socios y Clientes)
- Respaldo del importante grupo COPELEC, perteneciente a la provincia de Ñuble.
- Aplicaciones de sistemas de información propios que permitan la optimización de tiempo y procesos de organización.
- Buena relación con las compañías de seguros “Socios estratégicos” lo que permite negociar en mejores terminos y condiciones.
- E.S.A.C. (Ejecutivos de Servicio de Atención al Cliente) cuentan con practica en la venta de productos intangibles (Seguros).-
- E.S.A.C. (Ejecutivos de Servicio de Atención al Cliente) capacitados con cursos de ventas intangibles y seguros.

Oportunidades del Sector

- Cultura creciente en la contratación de seguros con cargo a la tarjeta de las grandes tiendas
- Inexistencia de corredoras de seguros “personas jurídicas” pertenecientes a la región.
- Actual interés en la contratación de seguros con cargo a la tarjeta FINCOP
- Crecimiento acelerado en la contratación de seguros en vida y automotriz

Debilidades de Seguros COPELEC

- Contratación de poco personal especializado en la venta de intangibles (venta de seguros) podría afectar los resultados esperados en la proyección de ventas.
- Nuevo en el mercado asegurador “corredora de seguros”
- La empresa no cuenta con un software especializado para la cotización de coberturas.

Amenzas del Sector

- Participación de las grandes tiendas en el mercado de los seguros (falabella, Paris, Ripley)
- Nuevas regulaciones en el mercado de seguros que afecten directamente el negocio.

TABLA N°8 : ANÁLISIS FODA CORREDORA DE SEGUROS COPELEC		
FACTORES INTERNO	FORTALEZAS SEGUROS COPELEC	DEBILIDADES DE SEGUROS COPELEC
	Personal capacitado de acuerdo a las exigencias establecidas en el D.F.L. 251, Curso de Corredor de Seguros Generales y Vida.	Contratación de poco personal especializado en la venta de intangibles (venta de seguros) podría afectar los resultados esperados en la proyección de ventas.
	Cartera de clientes cautivos, Socios de Copelec Limitada, Tarjetahabientes FINCOP, actualmente 39.000 tarjetahabientes activos (socios y	Nuevo en el mercado asegurador “corredora de seguros”

	clientes)	
	Aplicaciones de sistemas de información propios que permitan la optimización de tiempo y procesos de organización.	
	Buena relación con las compañías de seguros “Socios estratégicos” lo que permite negociar en mejores términos.	
	E.S.A.C. (Ejecutivos de Servicio de Atención al Cliente) cuentan con practica en la venta de productos intangibles (Seguros).-	La empresa no cuenta con un software especializado para la cotización de coberturas.
	E.S.A.C. (Ejecutivos de Servicio de Atención al Cliente) capacitados con cursos de ventas intangibles y seguros.	
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES DEL SECTOR	AMENZAS DEL SECTOR
	Cultura creciente en la contratación de seguros con cargo a la tarjeta de las grandes tiendas	Participación de las grandes tiendas en el mercado de los seguros (Falabella, Paris, Ripley)
	Inexistencia de corredoras de seguros “personas jurídicas” pertenecientes a la región.	
	Actual interés en la contratación de seguros con cargo a la tarjeta FINCOP	Nuevas regulaciones en el mercado de seguros que afecten directamente el negocio.
Crecimiento acelerado en la contratación de seguros en vida y automotriz		
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ AUTOR: HÉCTOR CERDA BURGOS		

CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Investigación de Mercados

Target (mercado meta): Las proyecciones en este informe se basan en el deseo de la Corredora de Seguros COPELEC de abarcar el segmento cautivo de COPELEC, el cual actualmente se encuentra desatendido.

Clientes: El cliente de Corredora de Seguros COPELEC serán los clientes cautivos de la Cooperativa de Consumo de Energía Eléctrica Chillán Limitada de la ciudad de Chillán, nos referimos a los Socios y Usuarios Eléctricos de COPELEC, como también los tarjetahabientes de FINCOP, además de atender los requerimientos del grupo de empresas COPELEC y público en general.-

Tabla N°9: ANÁLISIS DE CLIENTES	
Edad Promedio y Género	18 a 68 años, Sexo indistinto
¿Cuánto está dispuesto a pagar?	Menos que el costo por seguro del actual mercado
¿Dónde está ubicado y dónde compran?	Región del Bío Bío, Provincia de Ñuble
¿Cómo compran? (cantidades, formas de pago)	No adquieren servicios por el costo
¿Cada cuánto compras?	No hay datos
¿Qué necesidades tienes? (relacionadas con sus productos o servicios)	Protección de vida, negocios y bienes
¿Cómo cree usted que sus productos y servicios cubrirán esas necesidades?	Por medio de seguros de vida, contra incendio, automotriz, por ejemplo con primas de bajo costo para poder llegar a la mayoría de los clientes
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS	

3.1.1. Consumidores

Entre nuestros consumidores encontramos no sólo a personas naturales como por ejemplo a los titulares de la boleta energía (socios y usuarios), tarjetahabientes (clientes que poseen tarjeta de crédito FINCOP), además de los trabajadores, sino también a sus familias (esposa/esposo e hijos), respecto a las personas jurídicas nos encontramos con contratistas, proveedores, que trabajan para empresas COPELEC, además de las empresas relacionadas al grupo y público en general que manifieste su interés en adquirir nuestro servicio respaldado por nuestro sólido grupo de empresas.-

Tabla N°10: MATRIZ DE CONSUMIDORES E IDENTIFICACIÓN DE ROLES	
¿Quién es la persona que realizara la compra?	Personas Naturales y Jurídicas, mayores de 18 años pudiendo ser (tarjetahabientes, usuarios eléctricos y público en general)
¿Quién es la persona que influye en la compra?	Esposa/conyugue
¿Quién es la persona que decide la compra?	Esposa/conyugue
¿Quién es la persona que usa el producto?	Personas Naturales y Jurídicas, mayores de 18 años, titulares de boleta de energía o tarjetahabientes FINCOP, o un tercero.-
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS	

3.1.2. Informe de la Competencia

Corredores de seguros generales y vida

El corredor con mayor aceptación en la ciudad según el ranking de ventas realizadas durante el año 2012 (Superintendencia de Valores y Seguros) es la Corredora Sociedad Acuña y Quiroga Limitada, actualmente esta sociedad se ha desintegrado durante el periodo obtiene una diferencia porcentual de 13 con respecto a la segunda ubicación dentro del ranking.

Tabla N°11 MONTOS ASEGURADOS POR CORREDOR CHILLAN

Intermediación Primas Año 2012 en Millones de Pesos		
Soc. Acuña y Quiroga LTDA	\$ 1.059.881	30%
Bernardita Gschwind y CIA.	\$ 591.714	17%
Valderrama del Pino Renato	\$ 440.043	12%
Acevedo Jara Elizabeth	\$ 291.033	8%
Quiñones Mora María I.	\$ 185.653	5%
Rodríguez Arriagada Silvia	\$ 152.688	4%
Fuentes Orellana Carlos	\$ 145.023	4%
Jorge Riquelme, Corredores	\$ 139.932	4%
Vargas Bahamondez Edio	\$ 116.501	3%
Wilhelm Perelmen Sonia	\$ 67.492	2%
Henning Contreras Rene	\$ 66.663	2%
Jiménez Carrasco Irma	\$ 65.303	2%
Fuentes de la Sotta José	\$ 65.216	2%
Schaffer Niklitschek María	\$ 40.484	1%
Ruedi Silva María	\$ 30.798	1%
Cerda Olea Juan	\$ 28.343	1%
Arellano Vallejos Lina	\$ 28.173	1%
Inostroza Inostroza Oscar	\$ 23.074	1%
Soc. Productora Seguros Diego Torres	\$ 4.915	0%
Muñoz González Gildo	\$ 3.408	0%
Bustamante Lalanne Sandra	\$ 1.738	0%
Santos Oviedo Víctor	\$ 631	0%
Navarro Molina Marisol	\$ 97	0%
TOTALES	\$ 3.548.803	100%
Fuente: Asociación de Aseguradores de Chile A.G.		

Nota: Las mencionadas anteriormente que pertenecen a la provincia de Ñuble, ninguna posee el respaldo de un gran grupo como lo es COPELEC.-

3.1.3. Información de cada competidor

Se ha realizado un análisis de los corredores de seguros ubicados en los primeros lugares del ranking a través de éstos, se ha podido corroborar que estas corredoras en se especializan en Vehículos e Incendios, estos productos son los más requeridos y abarca el 60% del mercado.

COPELEC, mediante la participación del negocio automotriz genera ventas por más de 1.200 unidades de vehículos vendidos durante el último periodo de 2013, es una de una de las concesionarias más reconocida de la provincia.

3.2. ENCUESTA A CLIENTES COPELEC (conocimiento y necesidades, aceptación y confianza)

Hipótesis Inicial

En los segmentos anteriores se ha detallado las expectativas que SEGUROS COPELEC tiene sobre los deseos de los clientes y consumidores, así como el perfil de éstos. Consideramos que SEGUROS COPELEC deberá tener un acercamiento a las personas naturales y jurídicas que son clientes de las empresas COPELEC, estos pueden ser usuarios eléctricos, tarjetahabientes, personal interno, externo, empresas relacionadas del grupo COPELEC y público en general, ubicados en la Provincia de Ñuble y Florida comuna perteneciente a Concepción donde COPELEC Ltda distribuye energía eléctrica, las edades oscilarán entre los 18 a 68 años, la decisión de adquirir los servicios es finalmente decisión de en el caso de personas naturales serán los contratantes del servicio, los jefes de hogar, los dueños y/o administradores en el caso de personas jurídicas.

Proceso de Investigación

El comportamiento humano puede tener más de una necesidad y motivación, por así decirlo, el motor que impulsa a persona a actuar, ningún comportamiento es casual, sino motivado; es decir, está orientado hacia objetivos, por lo que se procedió a preparar ***la respectiva encuesta de manera tal que se pueda determinar el grado de confianza, aceptación, conocimiento y necesidades dentro del sector de seguros de los clientes COPELEC (usuarios eléctricos, tarjetahabientes FINCOP, personal interno, externo, empresas relacionadas)***

Ocho preguntas fueron debidamente enfocadas, según la pirámide de la ilustración N°4, (Maslow, 1943) donde las necesidades primarias refieren a asuntos elementales para vivir como la alimentación y el sustento fisiológico; la necesidad de crecimiento de las personas deriva en la autorrealización, atravesando el nivel de estima y de relaciones sociales que ellas hayan establecido.

Ilustración N°4: Jerarquía de Necesidades de Maslow



En el segundo nivel están las necesidades de conservación, las cuales permiten conservar los elementos básicos y a la vez sentirnos saludables y seguros. Siendo este el tema a enfocarnos en los siguientes incisos.

Población y muestra

Para el desarrollo de la investigación exploratoria se usó como referencia el total de tarjetahabientes activos que se encuentran habilitados con la tarjeta de crédito FINCOP llegando a 38.000 según lo informado por empresas COPELEC.

Tratamiento Estadístico

De la población total hemos considerado 38.000 tarjetahabientes que representan nuestros clientes potenciales con un margen de error de un 0,015% obtenemos un total de 396 personas (naturales o jurídicas) que deberán ser encuestadas.

Para la determinación de la cantidad de tarjetahabientes mencionados en el párrafo anterior, se recurrió al Subgerente de Operaciones y Servicio de Atención al Cliente de FINCOP, donde se obtuvo la cartera de clientes activos con la tarjeta de crédito

FINCOP, en la cartera se encuentran los diferentes tipos de clientes dispersos en las 21 comunas de la provincia de Ñuble, más la comuna de Florida que pertenece a Concepción, esta última es considerada puesto que COPELEC realiza distribución de energía eléctrica en la comuna y además posee un expo-tienda en Florida.

También, y con el objeto de evaluar el grado de conocimiento e interés de nuestros potenciales clientes, se diseñó una encuesta (Ver anexo N° 1) la cual contenía preguntas respecto a si ha sufrido eventos que le hayan provocado un perjuicio económico, si se encuentra informado para qué sirve un seguro, si ha contratado un seguro, si estaría dispuesto a contratar uno, de estarlo que seguro contrataría con cargo a la tarjeta FINCOP.

Para determinar el tamaño de la muestra tenemos:

N = Tamaño de la población.

se = Error estándar dado por la diferencia entre la media poblacional y la media muestral.

s^2 = % de Confiabilidad

σ^2 = Es la varianza de la población respecto a determinadas variables

Solución:

$N = 38.000$ (Tamaño de la población)

$se = 0,015$ (Error estándar)

$s^2 = 90$ % de Confiabilidad

$$\sigma^2 = (se)^2 = 0,015^2 = 0,000225$$

$$s^2 = p(1 - p) = 0,9(1 - 0,9) = 0,09$$

$$n' = \frac{s^2}{\sigma^2} = \frac{0,09}{0,000225} = 400$$

Luego, para la población conocida

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}} = \frac{400}{1 + \frac{400}{38.000}} = 396$$

N= 396, la cantidad de tarjetahabientes que se debe encuestar.

TABULACIÓN: Los resultados de la encuesta aplicada a 396 tarjetahabientes realizada telefónicamente mediante el centro de llamados COPELEC, mediante el modo aleatorio consistió en vaciar la base de datos al sistema de gestión quien proporción al azar el encuestado, aplicada de esta forma los resultados fueron los siguientes.

Comuna: De los encuestados, el 46% de ellos viven principalmente en la comuna de Chillán, luego le sigue con 8% Bulnes, Coihueco con un 6% y San Ignacio y Yungay con un 5%.

Comuna	%
Chillán	46%
Bulnes	8%
Coihueco	6%
San Ignacio	5%
Yungay	5%
San Nicolás	4%
Chillán Viejo	3%
Coelemu	3%
El Carmen	3%
Pinto	3%
San Carlos	3%
Quillón	2%
Ranquil	2%
Tucapel	2%
Concepción	1%
Florida	1%
Ninhue	1%

Ñuble	1%
San Fabián	1%
Trehuaco	1%
21 Comunas	100%

Año de Nacimiento:

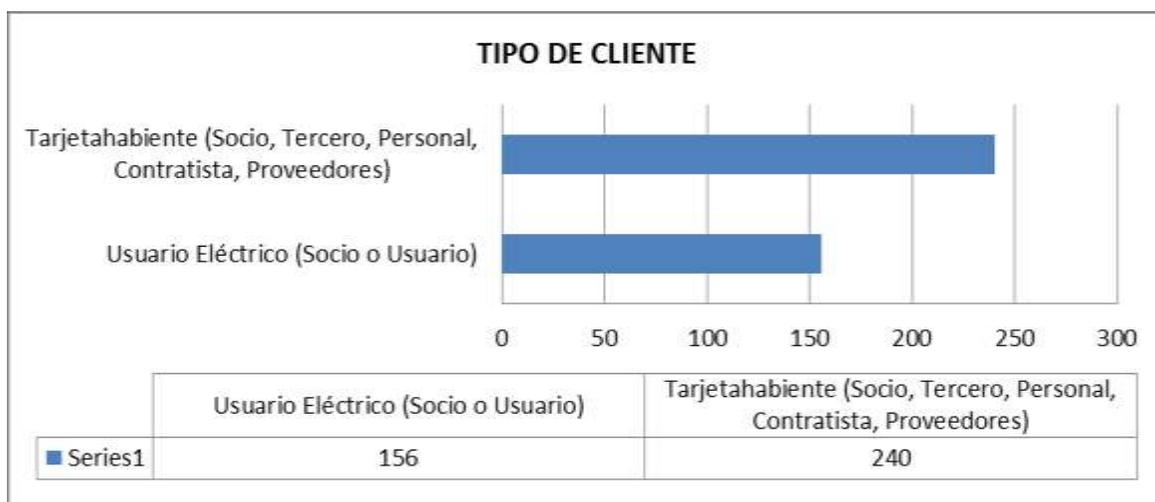
Al consultar por el año de nacimiento se obtuvo que un 28%, se encuentra entre los 17 y a 25 años, y 26 a 30 años, luego en tercer lugar con 9% se encuentran los rango etarios: 31 a 35 y 36 a 40, estos rangos concentran la mayor parte del universo encuestado, equivale a un 37%.

Rango de Edad	%
17 a 25 años	14%
26 a 30 años	14%
31 a 35 años	9%
36 a 40 años	9%
41 a 45 años	8%
46 a 50 años	9%
51 a 55 años	9%
56 a 60 años	7%
61 a 65 años	8%
66 a 70 años	8%
71 a 80 años	7%
81 a más	1%

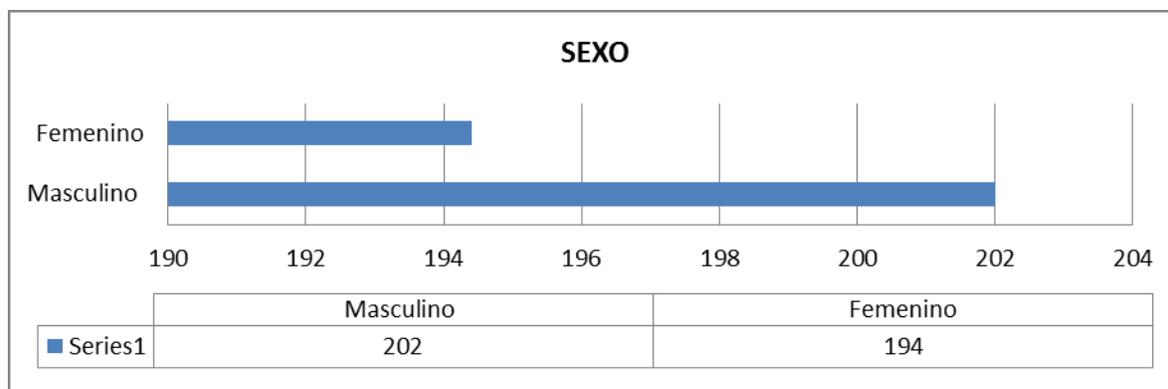
Tipo de Cliente:

Se identifican dos tipos de cliente en COPELEC, los **usuarios eléctricos** que son aquellos clientes que son usuarios del servicio de distribución energía eléctrica, este tipo de cliente se sub-clasifica en Socios y Usuarios, los primeros tienen como requisito suscribir a lo menos 100 cuotas de participación para tener la calidad de

Socio y acceder a los beneficios que otorga la Cooperativa y sus empresas filiales, y los usuarios son aquellos clientes que no aceptan la condición de socio y solo reciben el servicio de energía eléctrica, mientras que los **tarjetahabientes** son los usuarios del sistema financiero que proporciona COPELEC mediante la empresa FINCOP principalmente a los socios de la cooperativa y a todo aquel cliente que desee obtener una tarjeta para acceder a nuestros productos y servicios



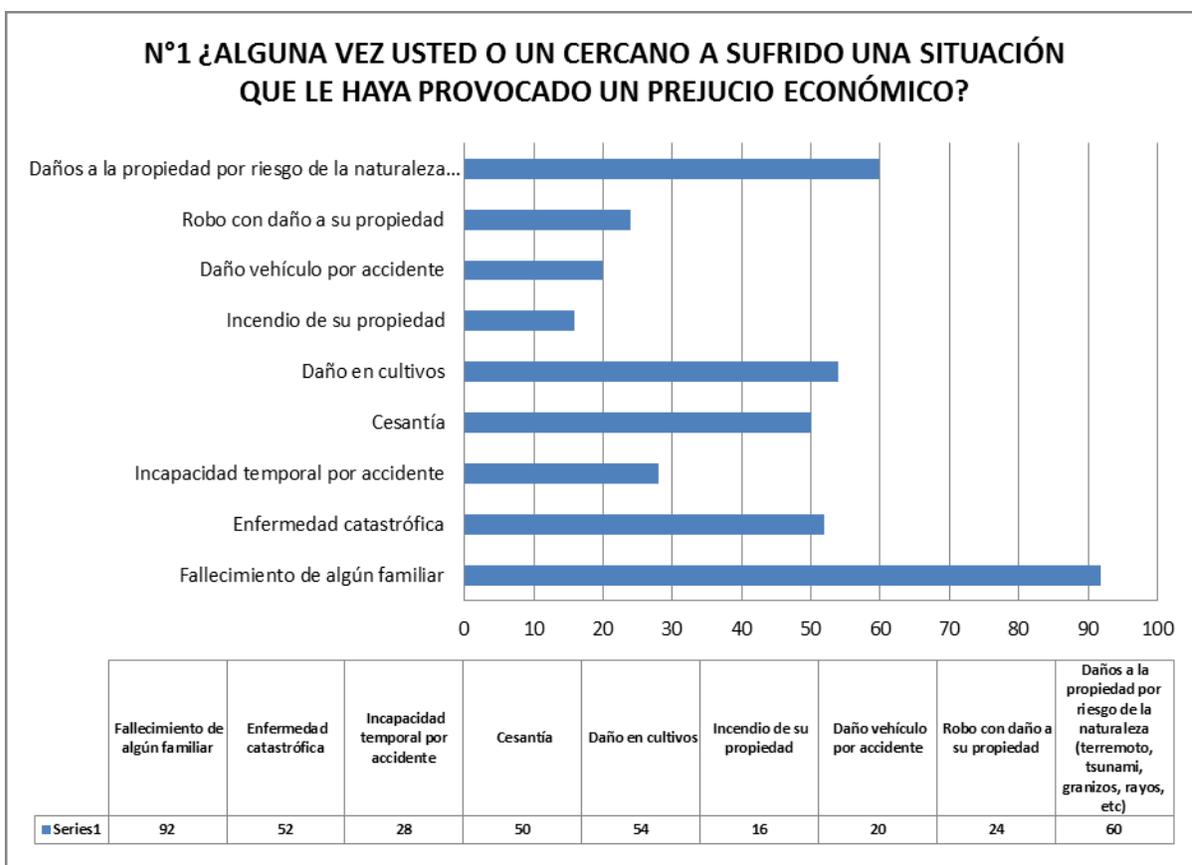
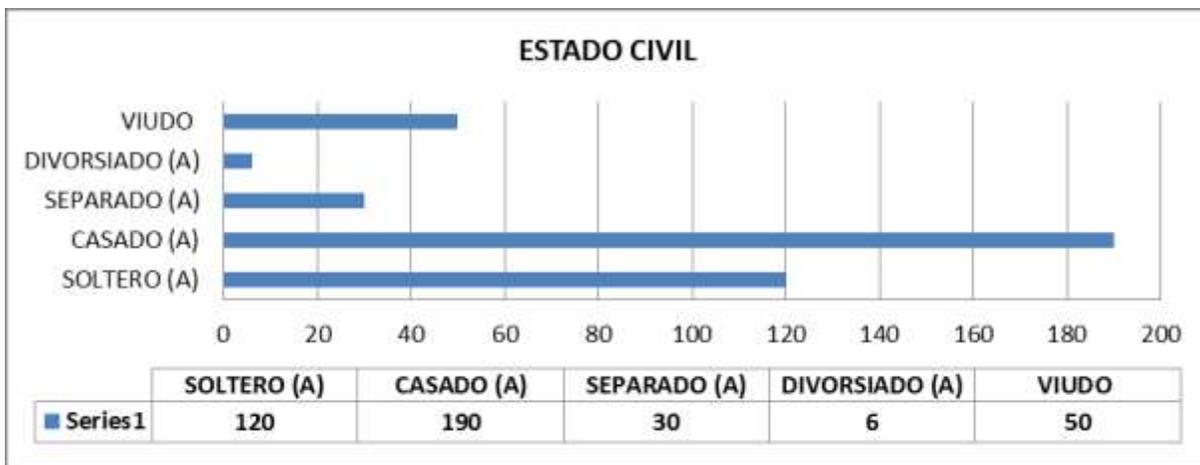
De las encuestados telefonicamente, un 39% es usuario electrico, el otro 61% es tarjetahabiente, esto quiere decir que no tiene relacion directa con la cooperativa electrica.



Respecto al sexo de los encuestados, el 51% es masculino, mientras que el 49% es femenino.

ESTADO CIVIL

De los entrevistados, el 48% es casado (a), mientras que el 30% de ellos es soltero (a) y un 13% es viudo, al momento de realizar la contratación de un seguro (general o vida) es un factor determinante el o la conyugue.



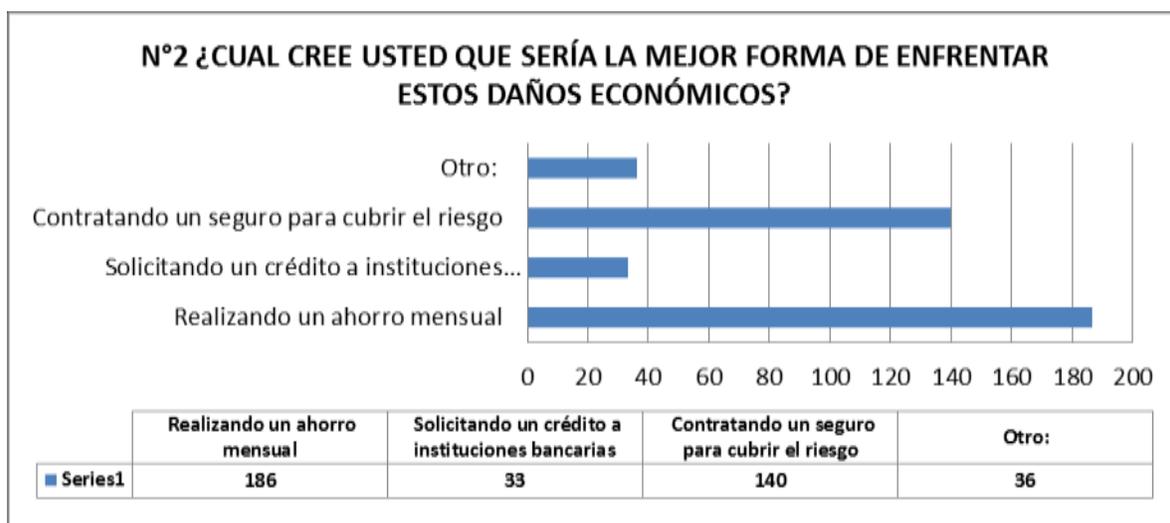
Esta pregunta tiene por propósito saber, si los potenciales clientes han sufrido algún daño económico ante un evento no planificado puesto que el seguro tiene como

característica prevenir daños económico ante un posible riesgo, **una persona que contrata un seguro es aquella que previene situaciones en la cual el no estaría dispuesto a enfrentar por sí solo.**

Respecto a la respuesta, el **100%** de los encuestados ha sufrido una situación que le ha provocado un **daño económico**, todos estos eventos son cubiertos por los seguros, es evidente que todos podemos realizar la contratación de un seguro, para esto existen las corredoras de seguros quienes identificas las necesidades más vulnerables de los clientes para ofrecer el producto más adecuado de acuerdo a su necesidades.-

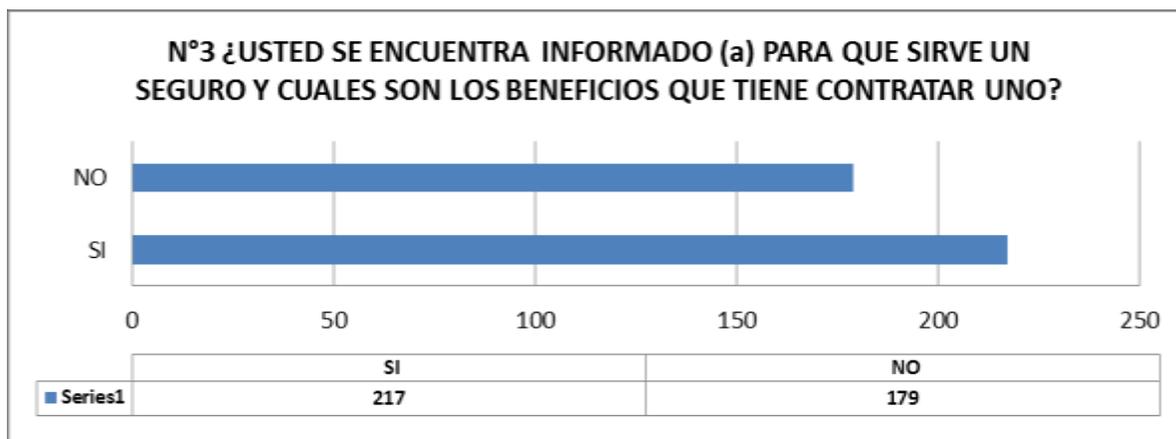
Las diferentes y principales situaciones son reflejados de la siguiente manera, el 23% de los encuestados manifestó que la principal causa que le ha provocado un perjuicio económico ha sido el Fallecimiento de Algún Familiar, mientras que el 15% manifiesta que el Daño en la propiedad por causa de la naturaleza le ha provocado daños económicos, mientras que el tercer motivo con un 14% lo obtuvo mediante un daño a los cultivos.

Esta pregunta tiene el propósito de identificar las necesidades de nuestros clientes, además de orientar la asesoría como principales productos.

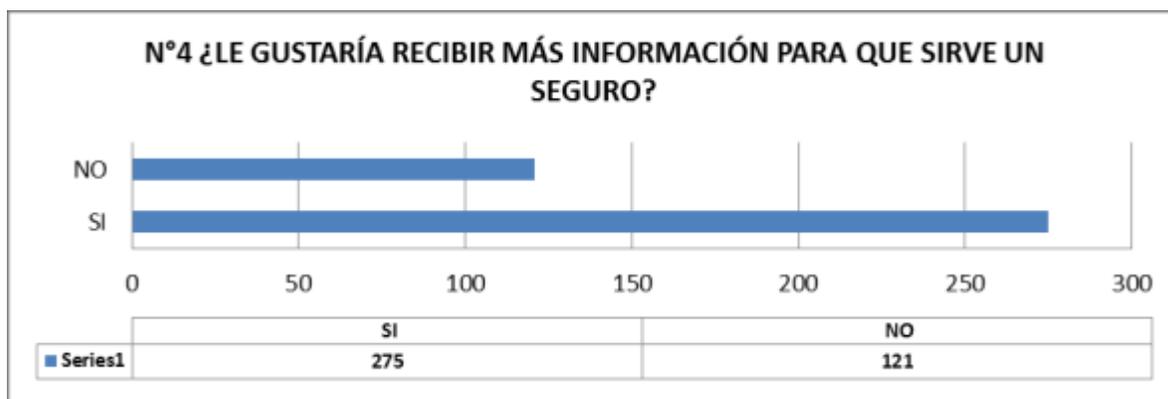


Ante la pregunta del cual sería la mejor forma de enfrentar este tipo de daños, el 47% de ellos manifestó que realizando un ahorro mensual podría enfrentar el daño ocasionado, mientras que **un considerable 35%** y no menor porcentaje **manifiesta**

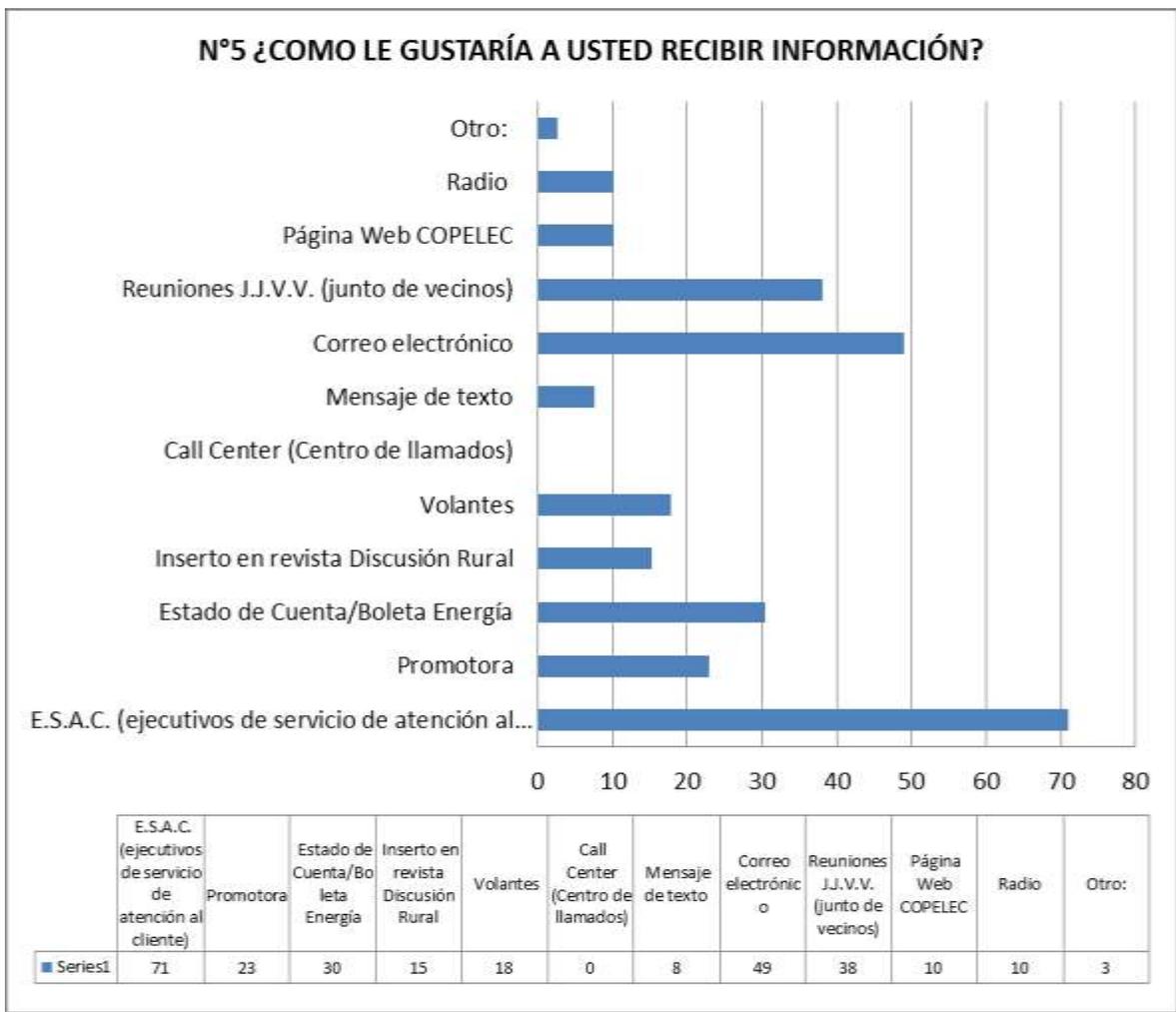
que la opción de contratar un seguro les sería la mejor forma de enfrentar la situación.



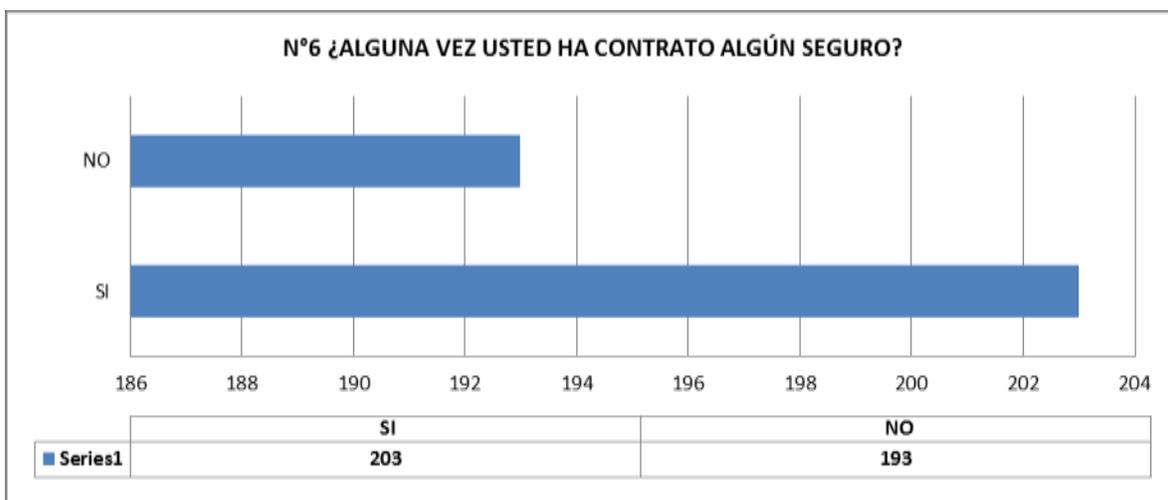
De los encuestados el **55%** de ellos, manifiesta que se encuentra informado para que sirve y cuáles son los beneficios que se otorgan al momento de su contratación, un considerable **45%** manifiesta no conocer para que sirve en un seguro y tampoco los beneficios que tiene contratarlo.



Ante la pregunta, si le gustaría recibir más información para que sirve un seguro el 70% manifiesta su intención de conocer más información, este importe porcentaje de tarjetahabientes que se encuentra interesado en obtener información permitirá contar con mayores posibilidades para que los clientes puedan adquirir algún producto que les sea necesario.



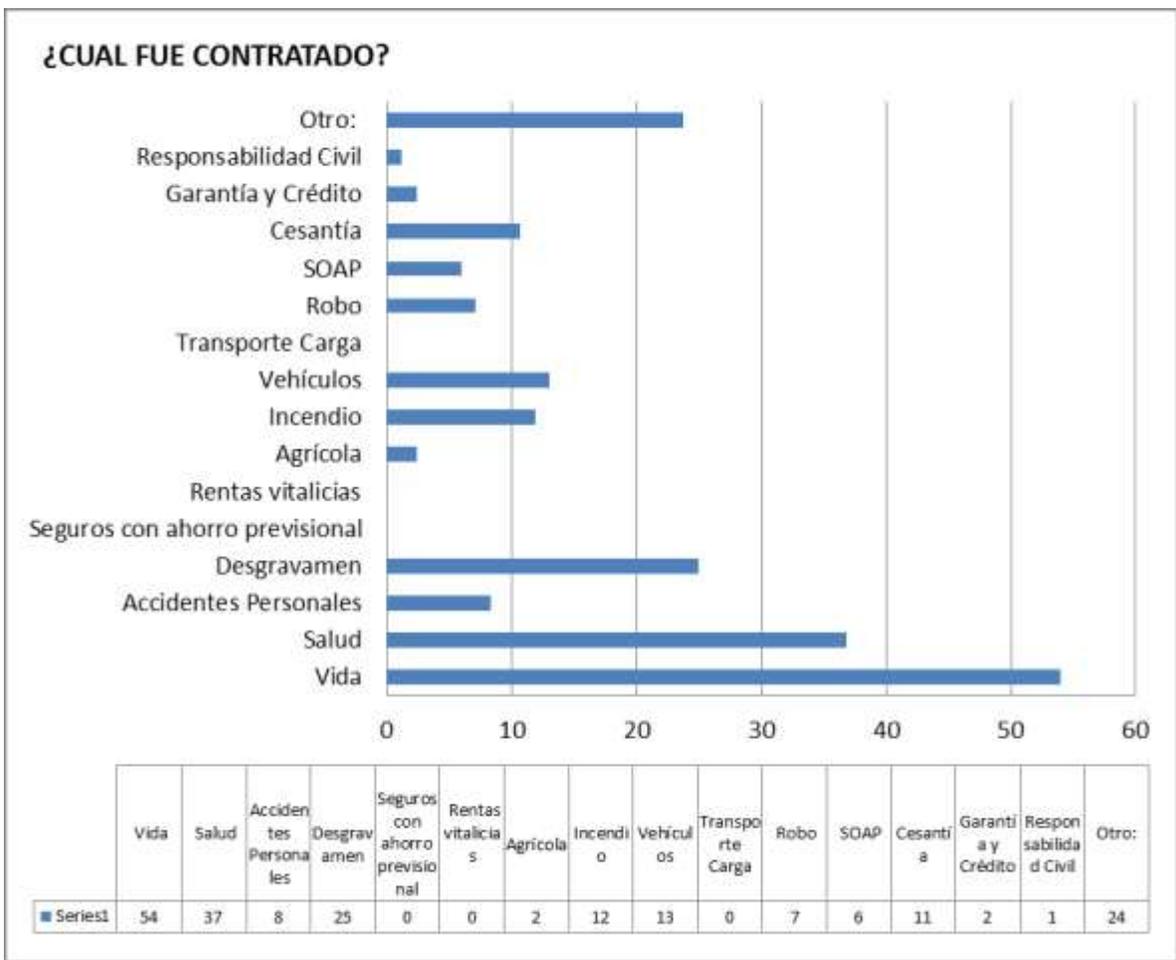
El medio preferido por el 70% que le gustaría ser informado más información de los beneficios y el motivo para que sirven los seguros afirma que un 18% le gustaría ser informado por un E.S.A.C. (ejecutivo de servicio de atención al cliente), mientras que la segunda preferencia con un 12% indica que el medio elegido es el correo electrónico, y tal solo un 10% manifiesta que el medio más adecuado para recibir información sería mediante en reuniones informativas en las J.J.V.V. (juntas de vecinos o centros comunitarios).



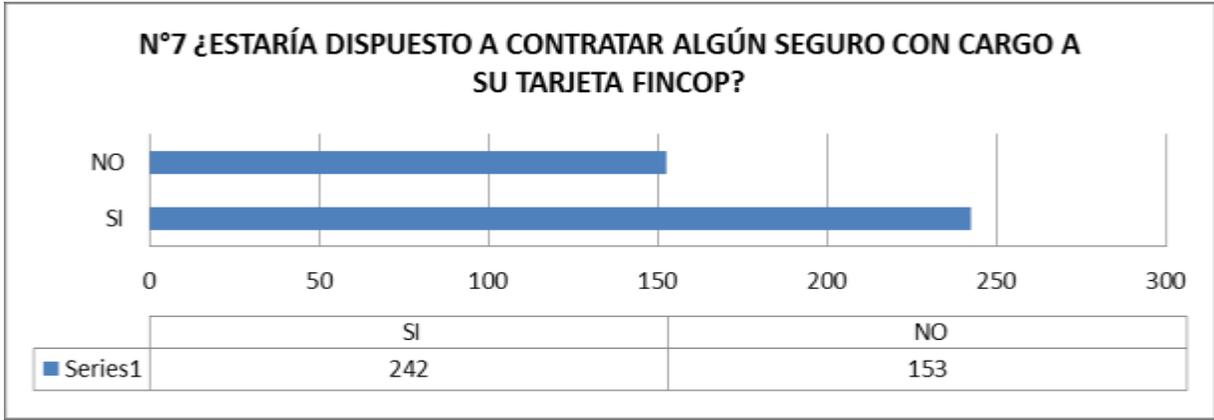
Ante la pregunta si, alguna vez ha contratado un seguro, el 51% manifiesta que ha contratado algún seguro, y el 49% informa que no ha lo contratado.

Esta pregunta nos indica que es de interés de los tarjetahabientes contratar seguros, puesto que un importante 51% manifiesta que en alguna oportunidad realizado la contratación de un seguro.

De los encuestados y considerando solo el 51% de ellos que en alguna oportunidad contrato un seguro, su preferencia fue la siguiente; Vida con un 14%, en segundo lugar con un 9% salud, y en tercer lugar se encuentra con un 6% el seguro desgravamen y otros (sin especificaciones).



De los 396 encuestados, y después de conocer su grado de interés y conocimiento respecto a los seguros, se les consulto, **si estarían dispuestos a contratar un seguro con cargo a su tarjeta FINCOP**, el **61% de los entrevistados manifiesto dice si contrataria un seguro con cargo a la tarjeta**, mientras que un 39% manifestó que no le era de su interés.



De los 242 tarjetahabientes, que corresponde a un 61% de los encuestados, manifestaron su interés en contratar un seguro con cargo a la tarjeta FINCOP, según la siguiente preferencia.

Un 17% siendo el primer lugar de preferencias le gustaría contratar un seguro de **Salud**, la segunda preferencia es **Vida** con un 16% y en tercer lugar se encuentra con un 9% los seguros de **Cesantía**



Respecto a los 153 encuestados que respondieron que NO contratarían un seguro con cargo a la tarjeta, el 20% manifestó que No se encuentra dentro de su preferencia, mientras que un 7% desconfía del producto, y tan solo un 6% manifiesta que el producto o servicio no cumple con sus expectativas.



3.3.Propuesta de mercado

3.3.1. Producto

La diferenciación de SEGUROS COPELEC radica principalmente en que aseguraremos a todos las personas que quieran contratar un seguro atenderemos a todos los sectores en especial a los minusvalorados dado que es el objetivo principal de COPELEC dado su tipo de cliente, esta acción nos tomara un poco de tiempo puesto que debemos dar a conocer nuestro producto, se buscaran buenas coberturas aún bajo costo (prima) ,el cliente podrá cargar en su tarjeta FINCOP u otro medio de pago la prima (costo) del seguro, no se cobraran recargos administrativos para aquellos no estén utilizando su tarjeta de esta forma pensamos competir con las grandes tiendas quienes cobran un valor adicional por este servicio, nuestros asesores de seguro velaran porque el cliente acceda al producto más

conveniente de acuerdo a sus necesidad, nuestro servicio será integral para dar un sentido de beneficio y alto grado de valoración a la tarjeta de crédito.

Las necesidades que satisfacemos son;

- Atender sectores minusvalorado con alta necesidad de asegurarse ya que son generadores de ingresos para sus familias.
- Atender los requerimientos de aseguramiento de las empresas relacionadas a empresas COPELEC.-
- Asesoría integral con un sistema de comunicación continúa con los clientes COPELEC, a fin de informar sobre los beneficios pero también del máximo uso de ellos.

Entre los diferentes servicios constan;

- Proveer de asesoría integra en Seguros
- Asesorar, recomendar y promover seguros varios con compañías sólidas y reconocidas a nivel nacional
- Asesorar, resaltar y promover seguros con las compañías aseguradoras más destacadas y solventes de Chile.

Estos factores son determinantes a la hora de elegir CORREDORA DE SEGUROS COPELEC, con la experiencia y seriedad y ética de empresas COPELEC puesto que contribuimos al desarrollo económico de la Provincia de Ñuble.

3.3.2. Precio

Los precios se darán según el tipo de plan.

- Generales
- Vida

3.3.3. Plaza:

SEGUROS COPELEC por ser una corredora, en principio, asesora a nuestros clientes en oficinas de atención especializadas, como también se realizaran charlas y reuniones centros comunitarios (juntas de vecinos, organizaciones sociales, empresas e instituciones) a nuestros clientes actuales y potenciales.

Como se mencionó anteriormente la puesta en marcha de SEGUROS COPELEC será en la ciudad de Chillán como centro de atención principal además de contar con 9 sucursales distribuidas en la Provincia de Ñuble lo cual pretende dar cobertura a las 21 comunas existentes, los canales de distribución y estrategias a utilizarse básicamente consistirán en mercado masivo e individual, de esta se puede llegar a todos los clientes COPELEC (Usuarios eléctricos y tarjetahabientes), ya que todos son diferentes y por lo tanto requieren un trato personalizado y diferenciado de acuerdo su perfil.

3.3.4. Promoción:

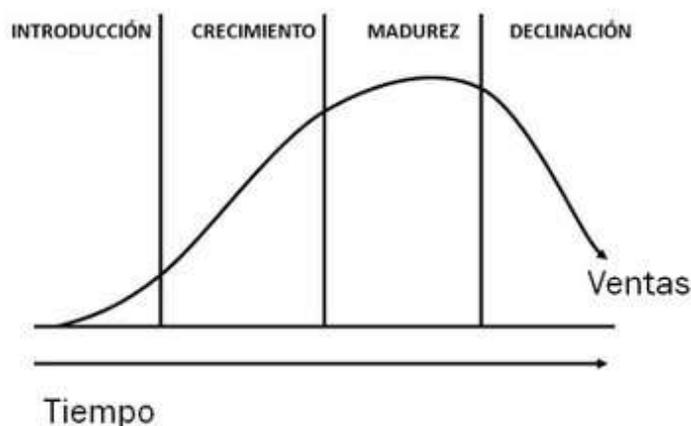
SEGUROS COPELEC se enfocará en el grado de confianza que el cliente tenga hacia COPELEC, es decir, la apreciación positiva que tendrá cada titular a través de nuestras estrategias de marketing. Sin embargo, la atracción de nuevos clientes genera una mejora en la prima para renegociar en las renovaciones que psicológicamente influye el cliente.

3.4. Plan Estratégico de Marketing

Debemos inicialmente recordar donde está SEGUROS COPELEC, y hacia dónde quiere llegar. Somos una empresa nueva, en etapa de introducción y estará en constante evolución. Una vez afianzada la cartera en los categorías vida se incursionara en los seguros generales (Automotriz, Agrícola, Incendio, entro otros)

Ilustración N°5: Ciclo de Vida del Producto

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



A continuación, se presenta una matriz con un resumen de la dirección que debe tomar SEGUROS COPELEC.

TABLA N°12 MATRIZ DE HÁBITOS			
Preguntas	Comportamiento de Adquisición	Comportamiento de Utilización	Comportamiento de Posesión
¿Qué?	Seguros	Generales y Vida	Cobertura individual, familia y trabajadores
¿Cuánto?	Unidad/Cantidad Asegurable	Según eventos	Beneficio para familia
¿Cómo?	Póliza	Archivo	Manejo por familiar responsable
¿Dónde?	Tiendas COPELEC	En la compañía de seguros al cobrar un siniestro o empresas que estén en convenios para la obtención de beneficios.	Tiendas COPELEC
¿Cuándo?	Cualquier Momento	Al surgir daño, pérdida del bien	Renovación Anual
¿Quién?	Usuarios eléctricos, Tarjetahabientes y público en general.	Usuarios eléctricos, Tarjetahabientes y público en general.	Socios y Tarjetahabientes
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS			

3.4.1. Objetivos de Seguros COPELEC

Objetivos de venta (estipulados por la administración de FINCOP)

- Asesorar e intermediar seguros a personas y empresas principalmente a socios y clientes COPELEC.

- Asesorar e intermediar seguros Asesorar e intermediar seguros con FENACOPEL, ASOCIACION DE COOPERATIVAS DEL SUR, y empresas relacionadas a COPELEC.
- Captación de importantes negocios en el primer año de ejercicio (Incorporación del cliente COPELEC a la cartera de clientes de la corredora de seguros COPELEC).
- Obtener un crecimiento de un 30% en el periodo estudiado, para los próximos 4 años un crecimiento de un 30% sobre el resultado obtenido respecto las ventas de productos ofertados en la plataforma.
- Obtener un crecimiento de un 200% en el periodo 1 (2014) para la venta de SOAP (Seguro automotriz obligatorio), para los próximos 4 años restantes se espera un crecimiento de un 20% anual sobre el anterior resultado en la venta de productos ofertados por la plataforma de S.A.C (Servicio de Atención al Cliente).
- Obtener un crecimiento de un 30% en el periodo 1 (2014) para la venta del seguro de desgravamen, para los próximos 4 años restantes se espera un crecimiento de un 20% anual sobre el resultado obtenido respecto a la activación de créditos, este crecimiento guarda relación con la cantidad de tarjetas activadas al momento de la contratación.
- Alcanzar el 15% de comisiones en seguros generales y vida.

3.5. Estrategias de Marketing

3.5.1. Estrategias de segmentación

Realizar actualizaciones de la base de datos COPELEC, revisión de nuevas tendencias, reportes de siniestralidad de los E.S.A.C

3.5.2. Estrategia de producto y marca

Una de las claves de nuestro éxito será prever las necesidades de nuestros clientes y prepararlos para los cambios del mercado.

- Brindar asesoría periódica a través del jefe de negocios
- Fijar acuerdo con aseguradoras, a fin de obtener mejores coberturas

3.5.3. Estrategias de precio

El precio del servicio implica que para SEGUROS COPELEC no sólo la prima sino también el porcentaje ganado por ella.

- Oferta de cotizaciones según las necesidades del cliente.
- Fortaleza en el servicio de post-venta, por medio de nuestras asesorías

3.6. Desarrollo de estrategias

Programa de Acciones de Segmentación

Se ha estimado necesaria la utilización de los actuales canales de comunicación; (propios y externos), de esta forma se podrá captar clientes de acuerdo a la segmentación del mercado al que está dirigido el presente estudio, los canales de comunicación son los siguientes:

Propios: Medios de información propios de empresas COPELEC.

1. Centro de llamados:

Servicios Aliados Limitada, filial de COPELEC cuenta con un equipo de trabajo compuesto por 8 operadoras y 1 supervisor, este medio permitirá llamar telefónicamente a los Socios y Tarjetahabientes para realizar actividades de información, promoción y ventas de seguros.

2. Revista Multitienda:

Comercial COPELEC S.A. (Multitienda) confecciona un catálogo de los productos y servicios que comercializa, esta revista se confecciona en fechas especiales tales como (escolar, día de la mamá, día del padre, fiestas patrias, aniversario y navidad), para seguros aspiramos a utilizar las hojas de mayor relevancia tales como la contratapa y anverso de la revista, la idea es destacar el servicio que brindará SEGUROS COPELEC, servicio que puede cargar a su tarjeta de crédito FINCOP, este material tiene un tiraje de 15.000 por edición, su distribución se realiza mediante la sucursales de COPELEC, y en campañas dirigida a segmentos específicos.

3. Publicidad impresa:

Mediante el departamento de MKT (marketing) se diseña el material publicitario que es requerido para la campaña “SEGUROS COPELEC”, generalmente se confeccionan volantes, dípticos, afiches y otros elementos que permitan promocionar el servicio ofrecido, la cantidad de este material es evaluada según la campaña a realizar, la distribución de estos se realiza; centros de atención al cliente, centro de cajas, estados de cuenta tarjeta de crédito, boleta de energía, otros.-

4. Publicidad Social y Media

La publicidad social y media son los medios electrónicos tales como Facebook, twitter, han sido un revuelo en las personas, actualmente muchas horas nos pasamos sentados interactuando con estas páginas sociales, es una forma fácil, económica y ecológica para promocionar nuestro servicio (Venta y beneficios de seguros), a esto le debemos sumar el sitio web COPELEC que permite mantener informados a nuestros clientes mediante nuestro sitio.

5. Pantalla LED (casa matriz)

Casa matriz de COPELEC, tiene una gran pantalla LED la cual tiene por objetivo publicitar todos y cada uno de los servicios ofrecidos por las empresas filiales, este medio funciona las 24 horas y 7 días de la semana, espacio que será muy bien utilizado para publicitar SEGUROS COPELEC.

Externos: Medios de información externos a COPELEC (propiedad privada)

a) Difusión Radial.

Actualmente el departamento de MKT de empresas COPELEC, tiene convenio con la gran mayoría de las radios perteneciente a la Provincia de Ñuble, para informar las ventajas y beneficio de nuestros servicios se realizara por este medio puesto que la gran mayoría de nuestros clientes escuchan las radios locales.-

b) Prensa escrita.

Actualmente el departamento de MKT de empresas COPELEC, tiene convenio con el diario la discusión en donde se promocionan los productos y servicios, además de los hechos destacados relacionados a COPELEC.

c) Gigantografías

Se encuentran emplazadas en los sectores urbanos y rurales dentro de la provincia, se mostrara los seguros promocionados.-

d) Terminales de buses (rurales)

Los terminales rurales son el punto más neurálgico y estratégico para publicar el nuevo servicio “SEGUROS COPELEC” , aparte de la publicidad dispuesta en muros y ficheros, se agregara la entrega de volantes y publicidad de audio (frases gravadas).

De esta forma podremos captar clientes de acuerdo a la segmentación de mercado que está dirigido en el presente estudio.

3.6.1. Programa de acciones en posicionamiento:

Se dirigía un campaña agresiva y masiva para la atención de todos los clientes (usuarios eléctricos y tarjetahabientes) para ello se ha dispuesto de los medios antes mencionados, se ha diseñado un plan de promoción que contiene la cantidad y frecuencia de volantes/avisos según el número de clientes por tienda/comuna.-

TABLA N°13-A: PLAN DE PROMOCIÓN UNIDADES REQUERIDAS (Días, Mes, Año)				
TIPO	DESCRIPCIÓN	DÍA	MES	AÑO
Canales Información (propios)	Centro de llamados	300	7.200	86.400
	Volantes	100	2.400	28.800
	Pantalla LED (casa matriz)	10	300	3600
	Medios electrónicos (Facebook, twitter, sitio web COPELEC)	1	30	360
Canales Información (externos)	Difusión Radial.	72	1728	20.736
	Prensa escrita (diario la discusión, revista rural).	0	2	24
	Gigantografías emplazadas en los sectores urbanos y rurales	0	4	48
	Terminales de buses (rurales)	0	0	3
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS				

La siguiente tabla tiene por dar a conocer el presupuesto con el que se deberá contar para llevar a cabo el plan de acción (difusión de medios de información), el valor considera el costo anual proyectado que deberá ser invertido.

TABLA N°13-B: PLAN DE PROMOCIÓN PRESUPUESTO \$ / (Día*Mes*Año)					
TIPO	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	DIARIO	MES	AÑO
Canales Información (propios)	Centro de llamados	\$ 68	\$ 20.400	\$ 489.600	\$ 5.875.200
	Volantes	\$ 35	\$ 3.500	\$ 84.000	\$ 1.008.000
	Pantalla LED (casa matriz)	\$ 834	\$ 8.340	\$ 250.200	\$ 3.002.400
	Medios electrónicos (Facebook, twitter, sitio web COPELEC)	Sin costo Copelec			
Canales Información (externos)	Difusión Radial (12 radios en la provincia)	\$ 693	\$ 49.896	\$ 1.197.504	\$ 14.370.048
	Prensa escrita (diario la discusión, revista rural).	\$ 200.000	\$ 0	\$ 400.000	\$ 4.800.000
	Gigantografías emplazadas en los sectores urbanos y rurales	\$ 200.000	\$ 0	\$ 800.000	\$ 9.600.000
	Terminales de buses (rurales)	\$ 1.500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 4.500.000
				\$ 3.221.304	\$ 43.155.648
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS					

3.6.2. Programa de acciones de precio

Para que SEGUROS COPELEC alcance un mejor precio o prima deberá incrementar su cartera de clientes activos. El volumen determina el poder de negociación ante las compañías de seguros por lo que se establecerán vínculos con las diferentes clientes de empresas COPELEC (tarjetahabientes FINCOP y Usuarios eléctricos de COPELEC), además realizaremos alianzas estratégicas con las empresas de provincia y con las cooperativas eléctricas para obtener bases de datos y contactar a los posibles clientes.

Las relaciones públicas también serán otro medio a utilizarse para promocionar los planes de seguros que ofrece SEGUROS COPELEC.

Nuestra estrategia consiste en una discriminación de precios en el valor de la prima de los diferentes seguros por las características de los potenciales clientes. Estas consideraciones serán puestas en práctica en características tales como edad, poder adquisitivo, siniestralidad, etc.

Gracias a los conocimientos del Subgerente de Operaciones y en base a la tendencia observada, el cliente tendrá la potestad de elegir la cobertura y compañía de seguros que más le convenga y que ha sido ofrecida por SEGUROS COPELEC.

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Descripción del servicio

SEGUROS COPELEC promocionará un sistema de coberturas dirigidas principalmente a los usuarios eléctricos de COPELEC, tarjetahabientes de FINCOP y público en general; se basa en un servicio integral y personalizado para nuestros asegurados para que cuenten con excelentes coberturas y precio.

La diferenciación de SEGUROS COPELEC es en primer lugar el acercamiento con cada tipo de cliente de empresas COPELEC (usuarios eléctricos, tarjetahabientes) para conocer directamente las diferentes necesidades de aseguramiento que requiere cada tipo de cliente, ofreceremos el producto requerido más adecuado para satisfacer su necesidad.

4.2. Procedimiento Corredora

En SEGUROS COPELEC, el proceso de una venta, es una tarea fundamental para el Subgerente Operaciones. El será el primer contacto, en la mayoría de las ocasiones, además de ser el encargado de cerrar el negocio por lo que se ha considerado en el proceso de adquisición del servicio.

El Gerente deberá obtener la información del cliente y delegarla a un ejecutivo de ventas para que éste pueda hacer el seguimiento y documentación. Dentro de este proceso habrá un flujo de negociaciones con las compañías de seguros las cuales suministrarán gratuitamente formularios de pólizas y anexos a SEGUROS COPELEC y se suscribirá los debidos contratos comerciales para realizar dicha actividad (contrato de venta y cobranza)

Finalmente, el cliente elegirá la mejor cobertura bajo la recomendación de SEGUROS COPELEC y según su apreciación personal. Esta elección puede tener otra negociación pero para definir los beneficios que gestionara el gerente comercial.

Subgerente de operaciones realiza una investigación de mercado para identificar potenciales clientes y los seguros que podrían ser demandados por los potenciales clientes.

Jefe de riesgo, se encarga de realizar la detección de necesidades y elabora una propuesta con los requerimientos mínimos que deberá contener la póliza, y solicita a las compañías de seguros las respectivas cotizaciones para evaluar en conjunto con el Subgerente Operaciones que propuesta es más conveniente para el cliente como para la corredora.

Compañía de seguros, realiza la cotización (se determinan coberturas, deducibles, tasas, garantías)

Subgerencia de operaciones selecciona la propuesta más beneficiosa para ser comercializada en las tiendas mediante los E.S.A.C. (ejecutivos de servicio de atención al cliente), además prepara el programa comercial en el que especificara el número de unidades mínimas requeridas que deberán ser vendidas y respectiva proyección de ventas.

Jefe Negocios, se encarga de realizar la capacitación al personal y se encargara de ejecutar el programa de ventas, supervisara al personal y generara estímulos a los asesores de seguros más productivos.

Asesores de Seguros/E.S.A.C., se encargaran ofrecer y promocionar los seguros que se encuentren vigentes en el programa ventas, deberán asesorar y realizar la venta de estos.

Una vez aceptado el seguro que desee contrata el Asesor de seguros/E.S.A.C. deberá realizar la venta (forma de pago), formalizada la acción se deberá imprimir la propuesta y el anexo de contratación de productos voluntarios (Anexo 1).-

La compañía de seguros, a los 10 días hábiles deberá enviar la póliza del producto contratado, esta deberá ser enviada al domicilio que registre el cliente o a una dirección postal.

Las partes se reservan el derecho por dar terminado el contrato en cualquier momento mediante aviso por escrito con a lo menos 30 días de antelación, mencionando las causas de la decisión tomada por el contratante que le ponga fin.

El contrato quedará automáticamente cancelando en el evento de que la S.V.S. (Superintendencia de valores y seguros), revoque la autorización de la corredora de Seguros, al intermediario de reaseguros o al liquidador de seguros, así como el certificado de autorización otorgado a la empresa de seguros.

4.2.1. Ubicación del proyecto

Marco Localización

Las oficinas de SEGUROS COPELEC estarán ubicadas en la Octava Región del Bío Bío, Chile, Provincia de Ñuble, específicamente en la ciudad de Chillán, siendo ésta la ciudad de origen de COPELEC, por motivos estratégicos y relaciones comerciales y acercamiento con el mercado que se quiere obtener.

Micro Localización

SEGUROS COPELEC al momento de su creación deberá minimizar costos por lo que inicialmente se ubicara en un edificio de propiedad de COPELEC, esta oficina deberá ser arrendada a COPELEC LTDA, la cual se encuentra ubicada al frente de la casa matriz de empresas COPELEC, obteniendo un lugar céntrico, en el perímetro se ubican Bancos comerciales, cooperativas de ahorro, tiendas comerciales, a una cuadra de la plaza de armas y existe mucho tránsito vehicular por ser esta una de las calles principales de la ciudad.

Además, se encuentra poca distancia de dos oficinas de compañías de seguros, (Magallanes, BCI seguros) con las que se realizarán convenios, entre otras.

Así mismo, el sector otorgará a SEGUROS COPELEC una imagen de solidez y estabilidad que se traducirá en un nivel de confianza inicial, los asesores necesitarán de esta ventaja para realizar el primer contacto.

Fotografías corresponden a la ubicación que tendría la CORREDORA SEGUROS COPELEC S.A. actualmente se encuentra la oficina de Atención de Usuarios

Eléctricos, la que cual será trasladada al edificio principal (casa matriz) en enero de 2014.-

Foto A



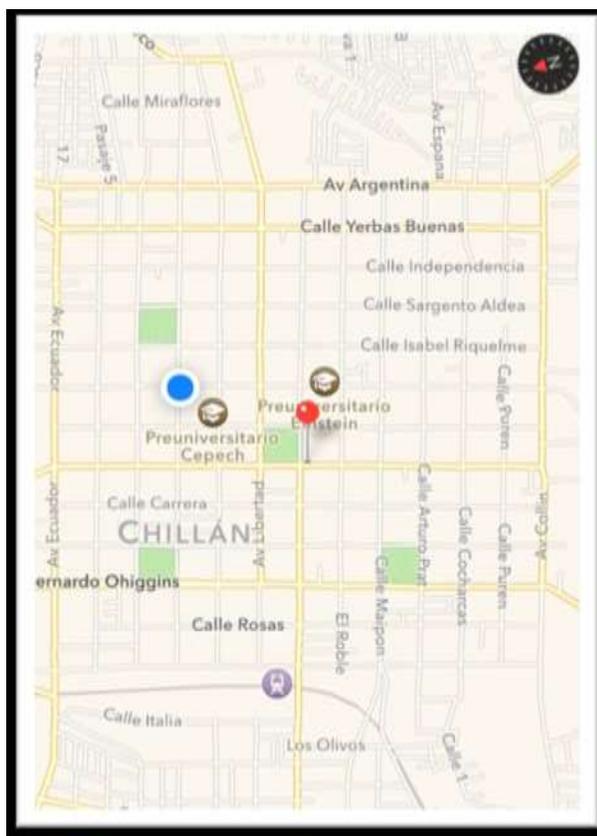
Foto B



Foto A: Frontis: Calle 18 de Septiembre esquina El Roble

Foto B: Frontis: El Roble esquina 18 de Septiembre

Ilustración N°6: Localización de SEGUROS COPELEC



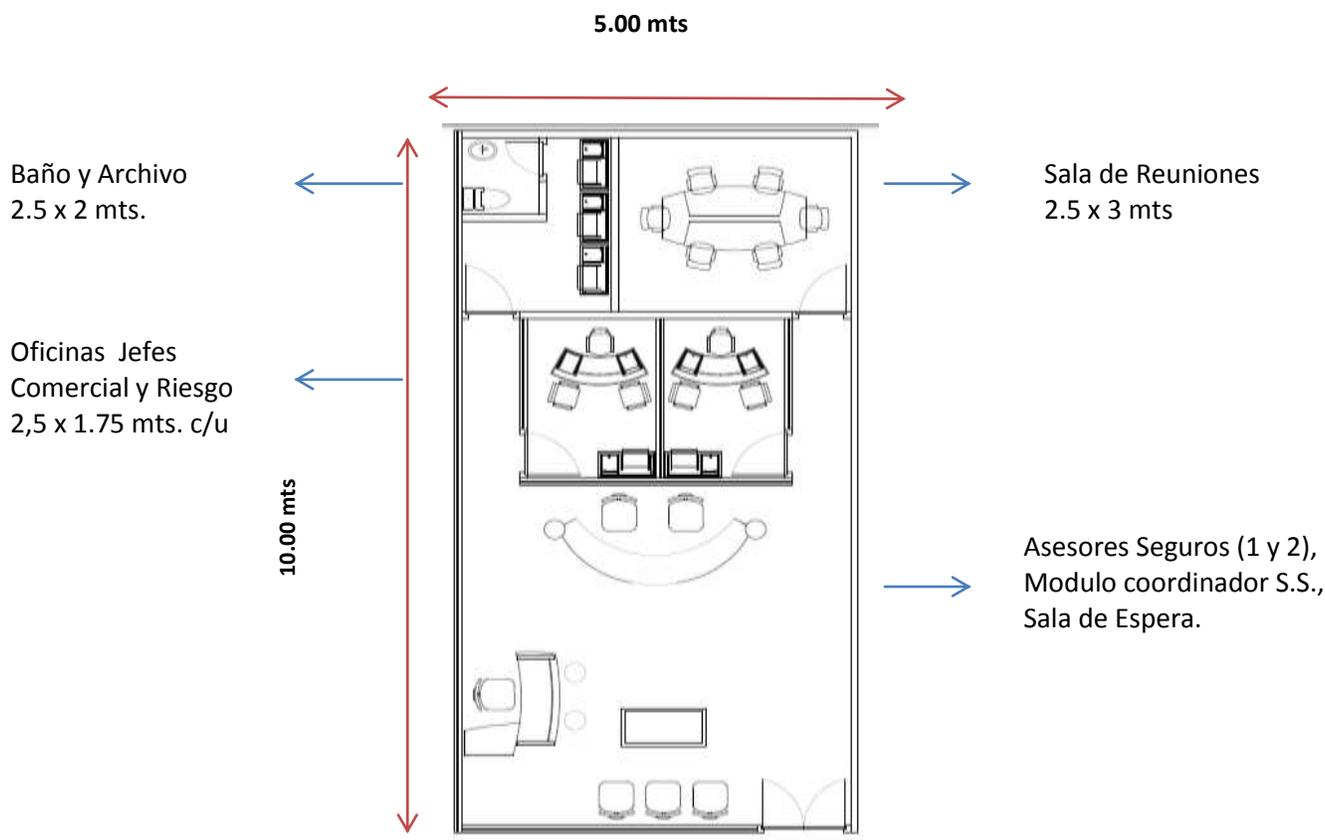
4.2.2. Localización

En el presente estudio se ha realizado un plano de la oficina de SEGUROS COPELEC, con el fin de observar la distribución de la oficina según las necesidades de cada responsable.

Se encuentran las siguientes secciones: Jefe Riesgos, Comercial, Sala de Reuniones, Archivo, Coordinador S.S (Suscripciones y Siniestros), Asesor de seguros 1, Asesor de seguros 2, Área de Espera.

Estas secciones estarán contenidas en un área de 50m². Se adjunta plano de distribución de oficinas.-

Ilustración N° 7: Plano 1 Área Total y Amoblado de Oficina SEGUROS COPELEC



Área Total: 50 m2

ELABORACIÓN Y DISEÑO/ HÉCTOR CERDA BURGOS

4.2.3. Determinación de la capacidad

El capital humano de SEGUROS COPELEC, involucrado directamente con los clientes, comprenderá de un Gerente General, dos Subgerentes (Comercial y Riesgo), un Asesor de Seguros, un Coordinador de Ventas y Siniestros; este personal se encargara de cerrar la negociación (subgerentes) y de hacer el seguimiento a la venta, documentación, y atención al cliente (asesores de seguros). Se ha detallado de mejor manera la cantidad de ventas que deberán realizarse en el capítulo V.-

4.2.4. Diseño de la oficina

En el presupuesto se incluyó la adecuación del local por alquilarse, se ha incluido muebles. Con el fin de mantener la comunicación constante entre los jefe (riesgo y comercial), y asesores de seguros, se ha predispuesto un área sin separadores de ambiente.

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	Cantidad	U/M	P.UNIT	TOTAL
Recepción y Espera	Muebles				
	Sofá 3 cuerpos	1	UNIDAD	\$ 350.000	\$ 350.000
	Mesa lateral revista	2	UNIDAD	\$ 100.000	\$ 200.000
	Mesa centro	1	UNIDAD	\$ 150.000	\$ 150.000
Asesor Seguros (2)	Muebles				
	Estación de trabajo	2	UNIDAD	\$ 350.000	\$ 700.000
	Cajonera, archivo, ruedas	2	UNIDAD	\$ 150.000	\$ 300.000
	Modular puertas abatibles	2	UNIDAD	\$ 250.000	\$ 500.000
	Silla Operativa	2	UNIDAD	\$ 100.000	\$ 200.000
	Sillón Cliente	2	UNIDAD	\$ 80.000	\$ 160.000
	Equipos				

	PC escritorio	2	UNIDAD	\$ 250.000	\$ 500.000
	Impresora Láser	2	UNIDAD	\$ 280.000	\$ 560.000
	Fotocopiadora	1	UNIDAD	\$ 990.000	\$ 990.000
Jefe de Riesgo	Muebles				
	Estación de trabajo	1	UNIDAD	\$ 350.000	\$ 350.000
	Cajonera, archivo, ruedas	1	UNIDAD	\$ 150.000	\$ 150.000
	Modular puertas abatibles	1	UNIDAD	\$ 250.000	\$ 250.000
	Silla Operativa	1	UNIDAD	\$ 100.000	\$ 100.000
	Sillón Cliente	2	UNIDAD	\$ 80.000	\$ 160.000
	Equipos				
	PC escritorio	1	UNIDAD	\$ 250.000	\$ 250.000
	Impresora Láser	1	UNIDAD	\$ 280.000	\$ 280.000
Jefe Comercial y Proyectos	Muebles				
	Estación de trabajo	1	UNIDAD	\$ 350.000	\$ 350.000
	Cajonera, archivo, ruedas	1	UNIDAD	\$ 150.000	\$ 150.000
	Modular puertas abatibles	1	UNIDAD	\$ 250.000	\$ 250.000
	Silla Operativa	1	UNIDAD	\$ 100.000	\$ 100.000
	Sillón Cliente	2	UNIDAD	\$ 80.000	\$ 160.000
	Equipos				
	PC escritorio	1	UNIDAD	\$ 250.000	\$ 250.000
	Impresora Láser	1	UNIDAD	\$ 280.000	\$ 280.000
Sala de reuniones	Muebles				
	Mesa Redonda 6 personas	1	UNIDAD	\$ 450.000	\$ 450.000
	Sillas Directorio	6	UNIDAD	\$ 80.000	\$ 480.000
	Mueble, puertas abatibles	1	UNIDAD	\$ 250.000	\$ 250.000
TOTAL INVERSIÓN MUEBLES Y EQUIPOS					\$ 8.870.000
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS					

Los muebles y acabado final se han cotizado al mejor precio con una buena calidad, es importante mantener a los trabajadores en un buen ambiente de trabajo sin distracciones que pueden generar enseres en mal estado.

4.2.5. Costos de Arriendo, equipamiento y habilitación de oficina

Se estipula un costo de arriendo de \$550.000, dado que no se comprará la oficina ni se realizarán construcciones de ningún tipo. El total del amoblado, equipos computacionales, división de oficinas y mano de obra en general asciende a

\$16.872.611, los trabajos tendrán un año de garantía ante cualquier defecto en el amoblado.

4.2.6. Normas y Estándares

La Superintendencia de Valores y Seguros (S.V.S.) se encarga de regular el sector de los seguros. SEGUROS COPELEC. Deberá por tanto regirse por las leyes que se encargan de normar dicha actividad son; Código de Comercio, de 1985, DFL 251 de 1931 Ley de Seguros, DL 3.057 Modificación a la Ley de Seguros, DL 3.500 DE 1980 Ley de Seguridad Social (AFP), Ley 18.490 de 1986 Ley de Seguro Obligatorio (SOAP), Circular # 835 de la S.V.S de 1989 de 1989 Intermediarios del Mercado (Corredores y Liquidadores).

SEGUROS COPELEC incluirá dentro de sus estándares y de acuerdo a lo estipulado en el Ley de Seguros y sus respectivas modificaciones dispuesto por S.V.S., considerando especialmente lo indicado el Decreto Supremo N° 863 (Reglamento de los auxiliares del comercio de seguros) donde se indican las obligaciones y prohibiciones de las Corredoras de Seguros.

Artículo 10.- Los corredores estarán obligados a:

- 1) Asesorar a las personas que desee asegurarse por su intermedio, ofreciéndole las coberturas más convenientes a sus necesidades e intereses.
- 2) Informar a sus clientes sobre las condiciones del contrato y, en especial, sobre la extensión del seguro pactado y sus adicionales, sobre los riesgos y situaciones excluidas de la cobertura, alcance de las franquicias o deducibles a la misma, cláusula de prorrateo, forma y plazos de pago, efectos de su incumplimiento y, en general, toda la información necesaria para ilustrar mejor su decisión.
- 3) Asistir al asegurado durante toda la vigencia del contrato, especialmente en las modificaciones que eventualmente correspondan y al momento de producirse un siniestro. Reglamento de los auxiliares del comercio de seguros D.S. N°863

- 4) Remitir al asegurado la póliza contratada dentro de los cuatro días siguientes a su recepción de parte de la entidad aseguradora, debiendo verificar al momento de entregársela, que las condiciones del contrato son las mismas propuestas a la compañía.

En caso que la entidad aseguradora rechace o modifique la cobertura del riesgo propuesto, el corredor deberá comunicar por escrito y de inmediato este hecho al proponente.

- 5) Asesorar a la compañía de seguros con que intermedie verificando la identidad de los contratantes y la existencia y ubicación de los bienes asegurables, entregándole toda la información que posea del riesgo y de las condiciones propuestas para el pago de la prima.
- 6) Remitir a la compañía aseguradora las primas y documentos que reciban por las pólizas que intermedien de inmediato o, a más tardar, dentro de los dos días hábiles siguientes a su entrega.

No obstante, si la compañía hubiere otorgado poder especial al corredor, éste podrá remitir las primas y documentos recibidos en el plazo estipulado entre las partes, entendiéndose, en todo caso, pagada la prima y entregados los documentos desde su recepción por el corredor.

- 7) Firmar toda propuesta o cotización que tramiten y verificar que éstas cumplan con las exigencias legales y reglamentarias que les sean aplicables.

Artículo 11.- A los corredores de seguros les queda prohibido:

- 1) Asumir frente a las partes otras obligaciones o responsabilidades distintas a las señaladas en el presente reglamento por los contratos que intermedien.
- 2) Firmar, cancelar, anular o dejar sin efecto o hacer modificar en cualquier forma la vigencia, cobertura, prima o modalidad de pago de las pólizas que intermedien, sin autorización escrita del asegurado.

Nuestro personal deberá cumplir con nuestros niveles de calidad en cuanto a:

- 1) Rapidez del servicio SEGUROS COPELEC logrará dependiendo del ramo contratado, tener una póliza activada a los 10 días de emitido el formulario.
- 2) Disponibilidad del servicio SEGUROS COPELEC dará gran importancia a la atención al cliente, disponibilidad de nuestros ejecutivos para nuestros clientes. El titular podrá comunicarse a través del correo, números de teléfono, números de celular, personalmente (la oficina tiene un rápido acceso).
- 3) Personalización del servicio. Cotizaciones y coberturas que cumplan las expectativas y necesidades del cliente.

4.2.7. Tecnología del Producto

En el sector de corretaje existe el beneficio de reducción de costos gracias a la tecnología, SEGUROS COPELEC podrá contar con un software especializado en la administración (módulo de propuestas, documentos, mini cobranzas, comisiones, siniestros, e informes de gestión en la S.V.S. (Superintendencia de Valores y Seguros), este software permitirá apoyar las áreas de dirección y planificación comercial, administración y control del servicio incluido el de la post-venta. Adicionalmente las compañías de seguros ofrecen servicios de intranet gratuitos para cotizar on-line los requerimientos de los clientes todo esto con el fin de proporcionar un rápido procesamiento de la información, los usuarios de sistema contarán con equipos de oficina como computadores portátiles y de escritorio, además de impresoras láser y fotocopidora.-

4.2.8. Vida útil del Proyecto

SEGUROS COPELEC, analizará su proyección financiera en un plazo de **5 (cinco años)**. Lo cual nos permitirá reinvertir en un periodo de corto plazo y reajustar las políticas internas de acuerdo al crecimiento y posicionamiento de la corredora.

Los contratos con las compañías de seguros son anuales, la negociación en cada uno de ellos permitirán un ajuste de comisiones y demás condiciones al momento de

la renovación. Estos se verán a la vez afectados Semestralmente cuando también se harán revisión de los beneficios y cambios necesarios con el cliente.

4.2.9. Costos de Mantenimiento y Seguros

En el rubro de mantenimiento no se especificarán los valores debido a que en el siguiente inciso se detallarán estos. Bajo el concepto de seguros se estipulará solo los seguros de garantía y responsabilidad civil requeridos para cumplir con la exigencia de la S.V.S. (Superintendencia de valores y seguros), este costo se verá reflejado en los flujos de caja en el ítem gastos de administración y venta.

4.2.9.1. Costos Directos

Se ha considerado como costo directo el pago de los asesores de seguros (Vendedores). Los asesores son quienes “producen la venta”, entre el primer contacto con el cliente, presentación de la compañía, reporte del perfil del cliente y finalmente el siguiente para la post-venta.

Tabla N°15: Costos Directos en M\$ (Mano de Obra Directa)						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Asesor de Seguros 1 y 2	\$ 16.015	\$ 18.389	\$ 20.730	\$ 23.459	\$ 26.599	\$ 105.192
Total Costos Directos	\$ 16.015	\$ 18.389	\$ 20.730	\$ 23.459	\$ 26.599	\$ 105.192
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS						

En la estimación de los **Costos Directos**, de la tabla No 15, se consideró el sueldo base los 2 (dos) asesores de seguros, la base para el cálculo de la comisión (variable según producción individual) se utilizó la proyección de ventas esperadas para el proyecto. Cada periodo (año) se encuentra compuesto por 12 meses, además se considera un aumento en los costos de remuneración de un 10% por cada periodo, esta variación corresponde a la aplicación del aumento del IPC y de otras variables tales como; aumento sueldo mínimo, renegociaciones de renta entre otra.-

Luego, dentro de los **Gastos de Administración y Ventas** se ha incluido los valores de lo que no depende de nuestra producción de seguros, tales como;

Servicios Básicos : Energía, agua, telefonía, internet, Sistema COPELEC, teléfono móviles.-

Suministro : Limpieza Oficina, Higiene y Aseo, Combustible

Otros : Arriendo de oficina y honorarios por presentación de terceros.

Seguros : Garantía y Responsabilidad Civil

Publicidad y MKT : Centro de llamados, envío de publicidad, radio, internet, presa escrita y radial, entre otros.

En la tabla que se incluye a continuación se especifica cada partida de gastos según su tipo, el que asciende a un total de **\$70.575.648.- (primer año del proyecto)**, en los flujos económico/financiero a contar del segundo periodo (año 2) se considera un incremento de un 10% por el efecto del IPC y la consideración de un margen de maniobra antes situaciones imprevistas e inesperadas.-

Tabla n°16: gastos de administración y venta				
Gastos	Tipo	Monto	Meses	Anual
Servicios Básicos	Energía	\$ 60.000	12	\$ 720.000
	Agua	\$ 30.000	12	\$ 360.000
	Telefonía	\$ 45.000	12	\$ 540.000
	Internet	\$ 45.000	12	\$ 540.000
	Sistema COPELEC	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
	Software BIGSA S.A.	\$ 350.000	12	\$ 4.200.000
	Móviles (2)	\$ 45.000	12	\$ 540.000
Suministros	Limpieza	\$ 525.000	12	\$ 6.300.000
	Oficina	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000
	Higiene y Aseo	\$ 50.000	12	\$ 600.000
	Combustible	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
MKT y Publicidad	Canales Propios	\$ 823.800	12	\$ 9.885.600
	Canales Externos	\$ 2.772.504	12	\$ 33.270.048
Otros	Arriendo Oficina	\$ 550.000	12	\$ 6.600.000
	Prima de Seguro	\$ 35.000	12	\$ 420.000
	Honorarios	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
TOTAL		\$ 1.935.000		\$ 70.575.648
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS				

En los **Costos Indirectos** se encuentran clasificados los bonos por asignación responsabilidad del Gerente General, Subgerente Operaciones, Jefe Negocios, y los sueldo fijo mas comisión del Jefe de Riesgo (coordinador) y el sueldo fijo del Coordinador de suscripciones y siniestro., el monto estimado para el primer año del proyecto asciende a \$ **27.315.000**, de igual forma que los costos directos se considera un incremento de un 10% por el efecto del IPC y la consideración de un margen de maniobra antes situaciones imprevistas e inesperadas.-

Los bonos serán asignados dependiendo de la responsabilidad asignada, lo cual se clasifica de siguiente forma:

Asignaciones Mensuales: (primer año del proyecto)

Gerente General Corporativo, asignación fija mensual bruto	: \$350.000.-
Subgerente de Operaciones, asignación fija mensual bruto	: \$ 300.000.-
Jefe de Negocios, asignación mensual fija mensual bruto	: \$ 200.000.-

Sueldos Fijos Mensuales: (primer año del proyecto)

Jefe de Riesgos, sueldo fijo mensual bruto	: \$ 1.200.000.-
Coordinador de Suscripciones y Siniestros, sueldo fijo mensual bruto	: \$ 383.125.-

TABLA N°17 COSTOS INDIRECTOS ANUALES (Mano de obra indirecta)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GERENTE	\$ 4.200.000	\$ 4.620.000	\$ 5.082.000	\$ 5.590.200	\$ 512.435
SUBGERENTE OPERACIONES	\$ 3.600.000	\$ 3.960.000	\$ 4.356.000	\$ 4.791.600	\$ 5.270.760
JEFE RIESGO	\$ 14.400.000	\$ 15.840.000	\$ 17.424.000	\$ 19.166.400	\$ 21.083.040
JEFE NEGOCIO	\$ 2.400.000	\$ 2.640.000	\$ 2.904.000	\$ 3.194.400	\$ 3.513.840
ASISTENTE	\$ 4.597.500	\$ 5.057.250	\$ 5.562.975	\$ 6.119.273	\$ 6.731.200
TOTAL	\$ 29.197.500	\$ 32.117.250	\$ 35.328.975	\$ 38.861.873	\$ 37.111.275
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS					

4.2.9.2. Control de Calidad

Control Servicio

SEGUROS COPELEC, implementará en su proceso una evaluación mensual para recibir de los clientes su perspectiva del servicio provisto por sus Subgerentes Comerciales y Riesgo, y en especial de los Asesores de Seguros.

Control de Procesos

Dentro de las funciones detalladas de la administración consta aplicar controles en cada punto de diagrama de proceso, es imperativo el orden de seguimiento de la documentación ya que no sólo los clientes están pendientes de él sino también las aseguradoras y organismo asegurador. Es imperativo que se realicen reportes para el control interno de actividades.

Control de Reclamos

SEGUROS COPELEC deberá reírse de acuerdo a lo expuesto en “Normas y estándares” recordemos que de este proceso se encargará el Asesor de Seguros y será supervisado por el Gerente Comercial.

Control de Almacenamiento

A pesar del giro del negocio, SEGUROS COPELEC podrá contar con perfiles de cobertura ya establecidos esto nos ayudará al ingreso de coberturas ajustables a las ya solicitadas; la disponibilidad de nuestras cotizaciones dependerá de la información provista por Subgerente Operaciones que no coincidirá con otra compañía y cada una de las características del potencial cliente definirán y afectarán a la cotización realizada.

4.3. Localización y característica de los proveedores.

Los proveedores de SEGUROS COPELEC son las compañías aseguradoras, cada de ellas con su especialidad (vida o generales), todas ubicadas en el territorio nacional e incluso algunas con sede en la ciudad de Chillán y con las cuales se tiene al menos un contacto importante, La cercanía y las relaciones comerciales representan para nuestra organización una ventaja competitiva en lo que se refiere a reducción de costos por movilización y optimización de tiempo al no tener que realizar un contacto desde cero. En la tabla N°18, se ha detallado la información de nuestros principales proveedores, direcciones y cuáles de ellos tienen sucursales.

4.3.1. Producción y periodos de disponibilidad

La disponibilidad de coberturas por parte de las compañías de seguros se ven limitadas en cuanto al factor “grupos de seguros” ya que no todos cuentan con los mismos servicios. Así mismo, la extensión de sus coberturas influirá en el valor de la prima. El tiempo de respuesta es otra de las variables a considerarse a continuación la tabla con la información requerida.

TABLA N°18: CARACTERÍSTICAS PROVEEDORES				
Aseguradora	Productos (personas, empresas)	Responsable	Dirección	Teléfono
Banchilevida Seguros	Vida, Accidentes, Salud, Desgravamen	Rodrigo Escudero	Calle Miraflores 222 Piso 21 Santiago - Santiago, Chile	(56-2) 2757 3850
QBE Seguros	Generales	Felipe Bravo	Cerro El Plomo 5630, of. 403, Las Condes	(56-2) 2449 0150.
BCI Seguros	Automotriz, Hogar, Soap, RCI, Vida, Salud, Desgravamen, Cesantía, Fraude// Incendio y Adicionales, Vehículos y Flotas, Transporte	Carlos Villanueva Huilcaman	Constitución 681 Of. 9 y 10, Galería Central Chillán	(042) 2452176 (042) 2452175
Magallanes Seguros	Garantía, Agrícola, Vida, Hogar, Transporte, Náutico, Moto, Asistencia en viaje, Crédito	María Antonietta Salas	Maipón 483	(042) 200124

MetLife Seguros	Vida y Ahorro, accidentes y Salud, Jubilación, Créditos Hipotecarios,	Oscar Prado Mella	Arauco 405	42)2227066
Consortio Seguros	Vida, Viaje, Auto, SOAP, Hogar, Corporativos, Cobertura Oncológica// Responsabilidad Civil, Incendio	Juan Carlos Latorre	Av. Libertad N° 677	(42) 250214
Mapfre Seguros	Hogar, RCI, Embarcaciones de Recreo// Incendio, Garantías, Crédito		Libertad #744	(42) 2222495 (42) 2210561
RSA Seguros	Vehículos Personales, Hogar, Vida y Accidentes, Asistencias, Vehículos Comerciales, Carga y Transporte, Construcción e Ingeniería, Industriales, Especiales	Waleska Sáez	5 de Abril 423	(42) 245 0450 // (42) 245 0454

<p>BiceVida Seguros</p>	<p>Vida y Salud (Vida Temporal, Full Protección, Vida Temporal, Devolución de Prima, Salud Asegurada, Línea de Crédito, Crédito de Consumo), Colectivos y Masivos (Seguro Colectivo Temporal de Vida, Seguro Desgravamen, Seguro Complementario de Salud, Seguro de Escolaridad, Seguros de Accidentes Personales)// Colectivos (Seguro Colectivo Temporal de Vida, Seguro de Desgravamen, Seguro Complementario de Salud, Seguro de Escolaridad, Seguros de Accidentes Personales), Masivos</p>	<p>Grimaldo Ruiz</p>	<p>Avenida Libertad, 640</p>	<p>(42) 223 7033 - 223 3967 - 221 2914 FAX: (42) 221 2914</p>
<p>Mutual de Seguros</p>	<p>Vida y Protección (Mutual Vida Entera, Mutual Accidentes Personales, Mutual Adulto Vida Entera, Mutual Capital Garantizado, Mutual Protección Flexible, Mutual Mujer Protegida Vitalicio), Ahorro e Inversión (Mutual Inversión Segura, Mutual Ahorro Educación Superior, Mutual Rentas Privadas)</p>	<p>Antonio Pizarro</p>	<p>Colo Colo N° 374</p>	<p>(41) 2222135 (41) 2224572</p>
<p>FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS</p>				

4.4. ESTIMACIÓN DE VENTAS

En la práctica, y según la capacidad previamente indicada por el Subgerente Operaciones se divide en dos áreas de productos; Seguros generales y Vida, actualmente FINCOP en su calidad de agente de ventas, se encuentra vendiendo los siguientes productos.

Vida

Desgravamen

Vida

Vida + Farmacia

Generales

Seguros de cesantía

SOAP

Otros

TABLA N°19: VENTAS REALES DE FINCOP EN SU CALIDAD DE AGENTE DE VENTAS							
	VIDA			TOTAL	GENERALES		TOTAL
	DESGRAVAMEN	VIDA	VIDA + FARMACIA	VIDA	CESANTÍA	SOAP	GENERALES
Enero	\$ 11.524.836			\$ 11.524.836			0
Febrero	\$ 11.387.734			\$ 11.387.734		\$ 311.400	\$ 311.400
Marzo	\$ 11.156.268			\$ 11.156.268		\$ 19.680.200	\$ 19.680.200
Abril	\$ 11.127.338			\$ 11.127.338		\$ 1.064.200	\$ 1.064.200
Mayo	\$ 12.872.334			\$ 12.872.334			\$ 0
Junio	\$ 12.487.741			\$ 12.487.741			\$ 0
Julio	\$ 12.600.164			\$ 12.600.164			\$ 0
Agosto	\$ 12.788.120			\$ 12.788.120			\$ 0
Septiembre	\$ 12.909.092	\$ 768	\$ 27.000	\$ 12.936.861			\$ 0
Octubre	\$ 13.029.996	\$ 4.847	\$ 58.030	\$ 13.092.873	\$ 7.364		\$ 7.364
Noviembre	\$ 13.074.654	\$ 17.862	\$ 46.366	\$ 13.138.882	\$ 14.861		\$ 14.861

Diciembre	\$ 12.268.934	\$ 7.826	\$ 43.799	\$ 12.320.559	\$ 11.113		\$ 11.113
Totales	\$ 147.227.211	\$ 31.304	\$ 175.195	\$ 147.433.710	\$ 33.338	\$ 21.055.800	\$ 21.089.138
% Comisión	85%	20%	20%		20%	12%	
\$ Comisión	\$ 125.143.129	\$ 6.261	\$ 35.039	\$ 125.184.429	\$ 6.668	\$ 2.526.696	\$ 2.533.364
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS							

La tabla contiene las ventas (**\$168.522.848**) realizadas durante el año 2013 de enero a noviembre, el mes diciembre fue proyectado en base a un promedio de los meses anteriores, se encuentra separadas por tipo de producto (vida o generales), se especifica en cada columna el % de comisión por cada producto, dado que cada uno tiene un % de comisión diferenciado de acuerdo el tipo de producto y negociación, finalmente se resumen en dos tipos, los **Seguros de Vida: \$ \$125.184.429**, **Seguros Generales: \$ 2.533.363.**, total de comisiones por concepto de **venta e intermediación \$ 127.717.792.-**

La proyección de venta para los próximos 5 años considerara la incorporación de nuevos productos, y en especial los seguros que son contratados por empresas COPELEC a corredores externos, actualmente COPELEC, contrata seguros generales tales como (incendio, automotriz, responsabilidad civil, ingeniería de equipos, etc) y paga en forma anual cerca de **MM\$ 168**, la comisión para el corredor de seguros es de un 15% sobre el monto asegurado, esto quiere decir **MM\$25 anuales**, al traspasar los seguros contratados por corredores externos se deberá realizar en forma anual dado que los contratos son anuales por consiguiente el traspaso de seguros se realizara en forma paulatina, y por empresa contratante.-

La estimación de ventas se realizada en base a los objetivos propuestos por FINCOP, donde estable los siguientes objetivos de venta, **mencionados en el punto 3.4 Plan de MKT, 3.4.1 Objetivos Seguros COPELEC.-**

Objetivos de venta (estipulados por la administración de FINCOP)

- Asesorar e intermediar seguros a personas y empresas principalmente a socios y clientes COPELEC.

- Asesorar e intermediar seguros Asesorar e intermediar seguros con FENACOPEL, ASOCIACION DE COOPERATIVAS DEL SUR, y empresas relacionadas a COPELEC.
- Captación de importantes negocios en el primer año de ejercicio (Incorporación del cliente COPELEC a la cartera de clientes de la corredora de seguros COPELEC).
- Obtener un crecimiento de un 30% en el periodo estudiado, para los próximos 4 años un crecimiento de un 30% sobre el resultado obtenido respecto las ventas de productos ofertados en la plataforma.
- Obtener un crecimiento de un 200% en el periodo 1 (2014) para la venta de SOAP (Seguro automotriz obligatorio), para los próximos 4 años restantes se espera un crecimiento de un 20% anual sobre el anterior resultado en la venta de productos ofertados por la plataforma de S.A.C (Servicio de Atención al Cliente).
- Obtener un crecimiento de un 30% en el periodo 1 (2014) para la venta del seguro de desgravamen, para los próximos 4 años restantes se espera un crecimiento de un 20% anual sobre el resultado obtenido respecto a la activación de créditos, este crecimiento guarda relación con la cantidad de tarjetas activadas al momento de la contratación.
- Alcanzar el 15% de comisiones en seguros generales y vida.

TABLA N° 20 ESTIMACIÓN DE VENTA PROYECTADA CORREDORA DE SEGUROS COPELEC

AÑO	Producto	\$ Venta Proyectada	Factor Aumento año anterior	% Comisión	\$ Comisión x Producto	Venta Anual	Comisión Anual
1	SOAP	\$ 42.111.600	2	0,15	\$ 6.316.740	\$ 386.573.674	\$ 180.853.062
	Desgravamen	\$ 175.445.762	1,3	0,85	\$ 149.128.898		
	Vida	\$ 93.911	1,3	0,20	\$ 18.782		
	Vida+Farmacia	\$ 525.586	1,3	0,20	\$ 105.117		
	Cesantía	\$ 133.350	1,3	0,33	\$ 44.006		
	Generales COPELEC	\$ 168.263.465	0	0,15	\$ 25.239.520		
2	SOAP	\$ 50.533.920	1,2	0,15	\$ 7.580.088	\$ 430.311.000	\$ 211.992.561
	Desgravamen	\$ 210.534.914	1,2	0,85	\$ 178.954.677		
	Vida	\$ 122.084	1,3	0,20	\$ 24.417		

	Vida+Farmacia	\$ 683.262	1,3	0,20	\$ 136.652		
	Cesantía	\$ 173.355	1,3	0,33	\$ 57.207		
	Generales COPELEC	\$ 168.263.465	0	0,15	\$ 25.239.520		
3	SOAP	\$ 60.640.704	1,2	0,15	\$ 9.096.106	\$ 491.231.550	\$ 250.626.973
	Desgravamen	\$ 252.641.897	1,2	0,85	\$ 214.745.612		
	Vida	\$ 158.709	1,3	0,20	\$ 31.742		
	Vida+Farmacia	\$ 888.241	1,3	0,20	\$ 177.648		
	Cesantía	\$ 225.362	1,3	0,33	\$ 74.369		
	Generales COPELEC	\$ 176.676.638	1,05	0,15	\$ 26.501.496		
4	SOAP	\$ 72.768.845	1,2	0,15	\$ 10.915.327	\$ 563.103.595	\$ 296.805.519
	Desgravamen	\$ 303.170.276	1,2	0,85	\$ 257.694.735		
	Vida	\$ 206.322	1,3	0,20	\$ 41.264		
	Vida+Farmacia	\$ 1.154.713	1,3	0,20	\$ 230.943		
	Cesantía	\$ 292.970	1,3	0,33	\$ 96.680		
	Generales COPELEC	\$ 185.510.470	1,05	0,15	\$ 27.826.571		
5	SOAP	\$ 87.322.614	1,2	0,15	\$ 13.098.392	\$ 648.063.145	\$ 352.029.526
	Desgravamen	\$ 363.804.332	1,2	0,85	\$ 309.233.682		
	Vida	\$ 268.218	1,3	0,20	\$ 53.644		
	Vida+Farmacia	\$ 1.501.127	1,3	0,20	\$ 300.225		
	Cesantía	\$ 380.861	1,3	0,33	\$ 125.684		
	Generales COPELEC	\$ 194.785.994	1,05	0,15	\$ 29.217.899		
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS							

CAPITULO V ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Después de haber planteado el problemas, las oportunidades y nuestras estrategias, en este capítulo se cuantificará el costo en términos monetarias de las propuestas en cada de las cuatro "P". Así como también se realizará la proyección económicamente viable.

Este proyecto es evaluado para una empresa que recién iniciará sus operaciones, para poder determinar la conveniencia de esta inversión se procede a realizar el flujo de caja incremental, en el cual sólo se incluirán aquellas cuentas que genere el proyecto a realizarse.

5.1. Plan de inversión del proyecto

EL monto total de la inversión inicial necesaria es de \$ 16.872.595.- que está distribuido en los siguientes rubros.

Clasificación

Activos Fijos

Los activos fijos para la puesta en marcha del proyecto son muebles y enseres para adecuaciones de la oficina. Esta inversión es la compra de equipos tales como teléfonos, equipos de computación se adquirirán computadores portátiles, computadores de escritorio, impresora multifuncional.

TABLA N°22: ACTIVOS FIJOS SEGUROS COPELEC	
Descripción	Monto
Muebles y Enseres	\$ 5.760.000
Maquinarias y Equipos	\$ 990.000
Equipos de Computación	\$ 2.120.000
TOTAL INVERSIONES	\$ 8.870.000
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS	

Gastos Puesta en Marcha

Los valores considerados en los capítulos previos nos permiten determinar el gasto de la puesta en marcha, este concepto se utiliza cuando apenas se está poniendo en marcha una empresa que es el caso de SEGUROS COPELEC y con todas aquellas “compras” de elementos obligatorios y necesarios para dar inicio a la CORREDORA DE SEGUROS COPELEC, como los indicados en la tabla N°23

TABLA N°22: GASTOS PUESTA EN MARCHA					
Tipo	Descripción	Cantidad	U/M	P. Unitario	Total
Constitución de Sociedad	Redacción de Borrador de Escritura de Constitución y Su escritura.	1	Unidad	\$ 100.000	\$ 100.000
	Otorgamiento de escritura y legalización de su extracto	1	Unidad	\$ 50.000	\$ 50.000
	Publicación de extracto de	1	Unidad	\$ 0	\$ 0

	constitución en el diario oficial				
	Inscripción del extracto de constitución en el registro de comercio y conservador de bienes raíces	1	Unidad	\$ 75.000	\$ 75.000
	Protocolización de extracto inscrito y publicado	1	Unidad	\$ 13.500	\$ 13.500
Municipales	Patente Comercial	1	Unidad	\$ 46.000	\$ 46.000
SVS	Diplomado Corredor de Seguros Generales y Vida	1	Unidad	\$ 700.000	\$ 700.000
	Derechos de inscripción	10	UF	\$ 23.310	\$ 233.095
	Póliza de garantía para corredores de seguros	1	Unidad	\$ 35.000	\$ 35.000
Habilitación de Local	Reparaciones Local	1	\$	\$ 6.750.000	\$ 6.750.000
TOTAL					\$ 8.002.595
CAPITAL DE TRABAJO (ACTIVOS FIJOS+GASTOS PRE-OPERATIVOS)					\$ 16.872.595
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS					

5.2. Fuentes de financiamiento

La inversión total a realizarse será de \$ 16.872.595, de los cuales un 59% pertenece a capital propio y financiando el 41%, es decir \$6.872.595 por medio de un préstamo a una FINCOP (Servicios Financieros COPELEC S.A.) empresa del grupo COPELEC que se dedica a la intermediación financiera, la cual otorgara a un crédito con una tasa efectiva anual de un 12,68%.-

5.2.1. Resumen de financiamiento

TABLA N°23: FINANCIAMIENTO IMPLEMENTACIÓN CORREDORA SEGUROS COPELEC	
MONTO	\$ 16.872.595
Financiamiento	\$ 6.872.595
Capital propio	\$ 10.000.000
Capital	\$ 6.872.595
Tasa de Interés Mensual	1%
Tasa anual	12,68
Plazo	5
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS	

5.2.2. Depreciaciones de activos fijos, amortizaciones y activos diferidos

TABLA N°25: DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS CORREDORA DE SEGUROS COPELEC						
N° Años	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10	Muebles y Enseres	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000
10	Maquinarias y Equipos	\$ 99.000	\$ 99.000	\$ 99.000	\$ 99.000	\$ 99.000
10	Equipos de Computación	\$ 212.000	\$ 212.000	\$ 212.000	\$ 212.000	\$ 212.000
Total Depreciación		\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000
Total Depreciación Acumulada		\$ 887.000	\$ 1.774.000	\$ 2.661.000	\$ 3.548.000	\$ 4.435.000
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS						

TABLA N°25: AMORTIZACIÓN PUESTA EN MARCHA CORREDORA DE SEGUROS COPELEC						
N° Años	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5	Gastos Puesta en Marcha	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519
Total *G.P.M		\$ 1.600.519				
Total *G.P.M Acumulados		\$ 1.600.519	\$ 3.201.038	\$ 4.801.557	\$ 6.402.076	\$ 8.002.595
Total *G.P.M		\$ 8.002.595				
(-) Amortización Acumulada		-\$ 1.600.519	-\$ 3.201.038	-\$ 4.801.557	-\$ 6.402.076	-\$ 8.002.595
Total *G.P.M		\$ 6.402.076	\$ 4.801.557	\$ 3.201.038	\$ 1.600.519	\$ 0

FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS

*G.P.M: Gastos puesta en Marcha

5.2.3. Tabla de amortización del crédito

El tiempo de la deuda será por 5 años con pagos mensuales, generando un interés total de \$207.545.-

TABLA N°26: AMORTIZACIÓN PRESTAMO CORREDORA DE SEGUROS COPELEC				
Año	V.cuota	Interés	Amortización	Saldo Insoluto
0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6.872.595
1	\$ 1.416.028	\$ 68.726	\$ 1.347.302	\$ 5.525.293
2	\$ 1.416.028	\$ 55.253	\$ 1.360.775	\$ 4.164.518
3	\$ 1.416.028	\$ 41.645	\$ 1.374.383	\$ 2.790.135
4	\$ 1.416.028	\$ 27.901	\$ 1.388.127	\$ 1.402.008
5	\$ 1.416.028	\$ 14.020	\$ 1.402.008	\$ 1
	\$ 7.080.140	\$ 207.545		

FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS

5.2.4. Programa de producción y ventas

A continuación se muestran las ventas (brutas) que se proyectan a partir del año 2014, considera el % comisión y el monto que se obtendría por la intermediación, además se informan el indicador de crecimiento esperado para cada año, el indicador fue fijado por FINCOP S.A., se encuentra calculado en base al histórico de ventas realizado en la actualidad y lo esperado a realizar con la incorporación de la corredora al grupo de empresas COPELEC, la estimación fue realizada en un escenario pesimista, donde se considera mantener los actuales productos ofrecidos y la incorporación de los productos contratados por empresas COPELEC, servicio actualmente externalizado, esto permitirá a la Corredora de Seguros COPELEC, iniciar su periodo de marcha blanca en el mercado asegurador.

TABLA N°27: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN Y VENTAS (PROYECTADA)					
AÑO	Producto	Comisión	\$ Venta Proyectada	\$ Comisión x Producto	Factor Aumento año anterior
1	SOAP	0,15	\$ 42.111.600	\$ 6.316.740	2
	Desgravamen	0,85	\$ 175.445.762	\$ 149.128.898	1,3
	Vida	0,20	\$ 93.911	\$ 18.782	1,3
	Vida+Farmacia	0,20	\$ 525.586	\$ 105.117	1,3
	Cesantía	0,33	\$ 133.350	\$ 44.006	1,3
	Generales COPELEC 1	0,15	\$ 96.000.000	\$ 14.400.000	0
			\$ 314.310.209	\$ 170.013.543	
AÑO	Producto	Comisión	\$ Venta Proyectada	\$ Comisión x Producto	Factor Aumento año anterior
2	SOAP	0,15	\$ 50.533.920	\$ 7.580.088	1,2
	Desgravamen	0,85	\$ 210.534.914	\$ 178.954.677	1,2
	Vida	0,20	\$ 122.084	\$ 24.417	1,3
	Vida+Farmacia	0,20	\$ 683.262	\$ 136.652	1,3
	Cesantía	0,33	\$ 173.355	\$ 57.207	1,3
	Generales COPELEC 2	0,15	\$ 72.000.000	\$ 10.800.000	0
			\$ 334.047.535	\$ 197.553.041	
AÑO	Producto	Comisión	\$ Venta Proyectada	\$ Comisión x Producto	Factor Aumento año anterior
3	SOAP	0,15	\$ 60.640.704	\$ 9.096.106	1,2
	Desgravamen	0,85	\$ 252.641.897	\$ 214.745.612	1,2
	Vida	0,20	\$ 158.709	\$ 31.742	1,3
	Vida+Farmacia	0,20	\$ 888.241	\$ 177.648	1,3
	Cesantía	0,33	\$ 225.362	\$ 74.369	1,3
	Generales COPELEC 1+2	0,15	\$ 168.000.000	\$ 25.200.000	1,05
			\$ 482.554.912	\$ 249.325.477	

	Producto	Comisión	\$ Venta Proyectada	\$ Comisión x Producto	Factor Aumento año anterior
AÑO 4	SOAP	0,15	\$ 72.768.845	\$ 10.915.327	1,2
	Desgravamen	0,85	\$ 303.170.276	\$ 257.694.735	1,2
	Vida	0,20	\$ 206.322	\$ 41.264	1,3
	Vida+Farmacia	0,20	\$ 1.154.713	\$ 230.943	1,3
	Cesantía	0,33	\$ 292.970	\$ 96.680	1,3
	Generales COPELEC 1+2	0,15	\$ 176.400.000	\$ 26.460.000	1,05
			\$ 553.993.125	\$ 295.438.948	

	Producto	Comisión	\$ Venta Proyectada	\$ Comisión x Producto	Factor Aumento año anterior
AÑO 5	SOAP	0,15	\$ 87.322.614	\$ 13.098.392	1,2
	Desgravamen	0,85	\$ 363.804.332	\$ 309.233.682	1,2
	Vida	0,20	\$ 268.218	\$ 53.644	1,3
	Vida+Farmacia	0,20	\$ 1.501.127	\$ 300.225	1,3
	Cesantía	0,33	\$ 380.861	\$ 125.684	1,3
	Generales COPELEC 1+2	0,15	\$ 185.220.000	\$ 27.783.000	1,05
			\$ 638.497.152	\$ 350.594.627	

FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS

5.2.5. Flujo de caja económico

5.2.5.1. Evaluación Económica

Con esta evaluación se determinará si el proyecto es o no rentable por sí solo en relación con la inversión necesaria para su implementación. El costo del capital requerido es igual a un 14%. Para la determinación de dicho parámetro se utilizaron los siguientes antecedentes:

TABLA N°28: CÁLCULO KE CORREDORA DE SEGUROS COPELEC

$$K_e = R_f + \beta * (R_m - R_f)$$

Ke	Costo de Capital		
Rf	Tasa Libre de Riesgo	6,8%	Bonos Banco Central Chile (2013)
Rm	Tasa Mercado	12,3%	IPSA (2013)
β	Indica la volatilidad o riesgo sistemático de la rentabilidad de un título en relación a la variación del mercado	1,32	Beta Corredora Falabella
$Ke=6,8+(12,3-6,8)*1,32$			
Ke=14,06			
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS			

Por lo anterior se define para el proyecto, una exigencia mínima del 14%.

Para el cálculo del Ke (rentabilidad del accionista) se ha utilizado información proveniente del banco central y de bolsa de Santiago, para obtener nuestro rf (bonos del banco central) y el rm (tasa de mercado) en la cual se ha empleado el IPSA (indicador Precio Selectivo de Acciones).

Respecto al Beta se ha utilizado el de la Corredora Falabella porque pertenece al sector industrial, y tiene un poco más de volatilidad (riesgo) que la equivalencia del mercado (1,0).

EL flujo de caja de refiere a la acumulación de activos líquidos, representado para SEGUROS COPELEC un importe indicador de liquidez. Podemos observar que la tabla que sigue los flujos acumulados para los cinco años que se han considerado, desde el inicio del 2014 hasta el año 2019.

Descripción de las partidas flujo de caja económico y financiero.-

Ingresos: Corresponde a las ventas brutas proyectadas, especificada en la tabla No 21 “Estimación de venta proyectada”.

Costos Directos: Corresponde a la compra de productos “seguros” de acuerdo a la estimación de ventas proyectada dispuesto en la tabla No 28, más el bruto imponible del sueldo base de los asesores de seguros “vendedores”, se considera solo parte fija, lo variable que depende de la intermediación (venta de seguros).-

Costos Indirectos: Corresponde a los bonos por asignación de responsabilidad del Gerente General, Subgerente Operaciones, Jefe Negocios, y los sueldo fijo del Jefe de Riesgo (coordinador) y del Coordinador de suscripciones y siniestro, anteriormente especificado y detallado en la tabla No 17 llamada del mismo nombre.-

Gastos de administración y ventas: Corresponde a los valores de lo que no depende de nuestra producción de seguros, tales como; Servicios Básicos, Suministro, seguros, publicidad y MKT, otros.-

TABLA N° 29: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

Periodos Partidas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
+ Ingresos		\$ 386.573.674	\$ 430.311.000	\$ 491.231.550	\$ 563.103.595	\$ 648.063.145	\$ 2.519.282.964
- Costos Directos		-\$ 232.912.634	-\$ 236.750.841	-\$ 262.679.320	-\$ 291.170.565	-\$ 294.313.975	-\$ 1.317.827.334
- Costos Indirectos		-\$ 29.197.500	-\$ 32.117.250	-\$ 35.328.975	-\$ 38.861.873	-\$ 37.111.275	-\$ 172.616.872
- Gastos Adm y Ventas		-\$ 70.575.648	-\$ 71.281.404	-\$ 71.994.219	-\$ 72.714.161	-\$ 73.441.302	-\$ 360.006.734
- Depreciación		-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 4.435.000
- Amortización Gtos Pta Marcha		-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 8.002.595

=	U.A.I		\$ 51.400.373	\$ 87.673.986	\$ 118.741.518	\$ 157.869.478	\$ 240.709.074	\$ 656.394.429
-	Impuesto 20%		-\$ 10.280.075	-\$ 17.534.797	-\$ 23.748.304	-\$ 31.573.896	-\$ 48.141.815	-\$ 131.278.886
=	U.D.I		\$ 41.120.298	\$ 70.139.189	\$ 94.993.214	\$ 126.295.583	\$ 192.567.259	\$ 525.115.543
+	Depreciación		\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 4.435.000
+	Amortización Gtos Pta en Marcha		\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 8.002.595
-	Inversión Activos	-\$ 8.870.000						\$ 0
-	Inversión Capital Trabajo	\$ 0						\$ 0
-	Inversión Gtos Pta en Marcha	-\$ 8.002.595						\$ 0
+	Valor de desecho						\$ 4.435.000	\$ 4.435.000
+	Recuperación Capital Trabajo						\$ 16.872.611	\$ 16.872.611
=	Flujo de Caja	-\$ 16.872.595	\$ 43.607.817	\$ 72.626.708	\$ 97.480.733	\$ 128.783.102	\$ 216.362.389	\$ 558.860.749
	Flujo de Caja en UF (al 31-12-13)	-\$ 724	\$ 1.871	\$ 3.116	\$ 4.182	\$ 5.525	\$ 9.282	\$ 23.976
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS								

5.2.5.2. Evaluación Financiera

En esta evaluación se considera financiamiento externo equivalente a un 41% de la inversión necesaria para la implementación del proyecto. Para los valores en uf, se consideró la del 31-12-2013, equivalente a \$ 23.310.

La tasa de descuento equivale a un 12%, determinada de acuerdo a la siguiente fórmula: **Ko= Ke * %financiamiento propio + Kd* %financiamiento externo**

Ko= tasa de descuento

Ke= costo capital propio

Kd= costo de la deuda, luego

Ko= 14%*0,59 + 8%*0,41

Ko= 12% (11,6%)

Periodos Partidas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	
+	Ingresos		\$ 386.573.674	\$ 430.311.000	\$ 491.231.550	\$ 563.103.595	\$ 648.063.145	\$ 2.519.282.964
-	Costos Directos		-\$ 232.912.634	-\$ 236.750.841	-\$ 262.679.320	-\$ 291.170.565	-\$ 294.313.975	-\$ 1.317.827.334
-	Costos Indirectos		-\$ 29.197.500	-\$ 32.117.250	-\$ 35.328.975	-\$ 38.861.873	-\$ 37.111.275	-\$ 172.616.872
-	Gastos Adm y Ventas		-\$ 70.575.648	-\$ 71.281.404	-\$ 71.994.219	-\$ 72.714.161	-\$ 73.441.302	-\$ 360.006.734
-	Intereses		-\$ 68.726	-\$ 55.253	-\$ 41.645	-\$ 27.901	-\$ 14.020	-\$ 207.545

-	Depreciación		-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 887.000	-\$ 4.435.000
-	Amortización Gtos Pta Marcha		-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 1.600.519	-\$ 8.002.595
=	U.A.I		\$ 51.331.647	\$ 87.618.733	\$ 118.699.873	\$ 157.841.577	\$ 240.695.054	\$ 656.186.883
-	Impuesto 20%		-\$ 10.266.329	-\$ 17.523.747	-\$ 23.739.975	-\$ 31.568.315	-\$ 48.139.011	-\$ 131.237.377
=	U.D.I		\$ 41.065.318	\$ 70.094.986	\$ 94.959.898	\$ 126.273.262	\$ 192.556.043	\$ 524.949.507
+	Depreciación		\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 887.000	\$ 4.435.000
+	Amortización Gtos Pta en Marcha		\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 1.600.519	\$ 8.002.595
-	Amortización Préstamo		-\$ 1.347.302	-\$ 1.360.775	-\$ 1.374.383	-\$ 1.388.127	-\$ 1.402.008	-\$ 6.872.595
-	Inversión Activos	-\$ 8.870.000						\$ 0
-	Inversión Capital Trabajo	\$ 0						\$ 0
-	Inversión Gtos Pta en Marcha	-\$ 8.002.595						\$ 0
+	Préstamo	\$ 6.872.595						\$ 0
+	Valor de desecho						\$ 4.435.000	\$ 4.435.000
+	Recuperación Capital Trabajo						\$ 16.872.611	\$ 16.872.611
=	Flujo de Caja	-\$ 10.000.000	\$ 42.205.535	\$ 71.221.730	\$ 96.073.034	\$ 127.372.654	\$ 214.949.165	\$ 551.822.118
	Flujo de Caja en UF (al 31-12-13)	-\$ 429	\$ 1.811	\$ 3.055	\$ 4.122	\$ 5.464	\$ 9.222	\$ 23.674
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS								

5.3. Proyecciones de ingresos (margen de intermediación)

SEGUROS COPELEC genera ingresos por la venta de seguros a los tarjetahabientes FINCOP y personas naturales y jurídicas (empresas relacionadas, cooperativas eléctricas, micro y pequeños empresarios y empresas pertenecientes de la provincia), y todo aquel que desee contratar nuestros productos y servicios.

A continuación se presenta los ingresos por ventas (comisión por la intermediación) de SEGUROS COPELEC para sus actividades en el año 2014 hasta los ingresos pronosticados para cinco años (2018)

TABLA N° 31 INGRESOS PROYECTADOS (INTERMEDIACION POR LA VENTA DE SEGUROS)						
COMISIÓN SEGUROS PRIMER GRUPO : VIDA						
SEGUROS VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Desgravamen	\$ 149.128.898	\$ 178.954.677	\$ 214.745.612	\$ 257.694.735	\$ 309.233.682	\$ 1.109.757.604
Vida	\$ 18.782	\$ 24.417	\$ 31.742	\$ 41.264	\$ 53.644	\$ 169.849
Vida+Farmacia	\$ 105.117	\$ 136.652	\$ 177.648	\$ 230.943	\$ 300.225	\$ 950.586
TOTAL	\$ 149.252.797	\$ 179.115.746	\$ 214.955.002	\$ 257.966.941	\$ 309.587.551	\$ 1.110.878.038
COMISIÓN SEGUROS SEGUNDO GRUPO: GENERALES						

SEGUROS GENERALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
SOAP	\$ 6.316.740	\$ 7.580.088	\$ 9.096.106	\$ 10.915.327	\$ 13.098.392	\$ 47.006.652
Cesantía	\$ 44.006	\$ 57.207	\$ 74.369	\$ 96.680	\$ 125.684	\$ 397.946
Generales COPELEC E.R.	\$ 25.239.520	\$ 25.239.520	\$ 26.501.496	\$ 27.826.571	\$ 29.217.899	\$ 134.025.005
TOTAL	\$ 31.600.265	\$ 32.876.815	\$ 35.671.971	\$ 38.838.577	\$ 42.441.975	\$ 181.429.603

TOTAL	\$ 180.853.062	\$ 211.992.561	\$ 250.626.973	\$ 296.805.519	\$ 352.029.526	\$ 1.292.307.641
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS						

El estudio indica que Corredora Seguros COPELEC al aplicar las estrategias que se proponen en este proyecto, podríamos obtener las ventas en la tabla N° 31 (Estado de Resultado) que incrementan consistentemente de un año a otro y se estima que para finales del año 5 (2018) los ingresos por concepto de venta sean de aproximadamente seiscientos millones de pesos (primas intermediadas). A medida que se incorporen más ramos en las coberturas podremos diversificar más nuestro portafolio y clientes.

5.3.1. Estado de pérdidas y ganancias

TABLA N°32 ESTADO DE RESULTADO CORREDORA DE SEGUROS COPELEC							
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL	
(+) <u>Ventas</u>	386.573.674	430.311.000	491.231.550	563.103.595	648.063.145	2.519.282.964	
(-) <u>Costos Directos</u>	-232.912.634	-236.750.841	-262.679.320	-291.170.565	-294.313.975	-1.317.827.334	
(-) <u>Costos Indirectos</u>	-29.197.500	-32.117.250	-35.328.975	-38.861.873	-37.111.275	-172.616.872	
(=) <u>Margen de contribución</u>	124.463.540	161.442.909	193.223.256	233.071.158	316.637.895	1.028.838.758	
(-) <u>Gastos Adm y Ventas</u>	-70.575.648	-71.281.404	-71.994.219	-72.714.161	-73.441.302	-360.006.734	
(-) <u>Depreciación</u>	-887.000	-887.000	-887.000	-887.000	-887.000	-4.435.000	
(=) <u>Utilidad Operativa</u>	53.000.892	89.274.505	120.342.037	159.469.997	242.309.593	664.397.024	
(-) <u>Intereses</u>	-68.726	-55.253	-41.645	-27.901	-14.020	-207.545	
(-) <u>Gastos de puesta en marcha</u>	-1.600.519	-1.600.519	-1.600.519	-1.600.519	-1.600.519	-8.002.595	
(=) <u>Utilidad Neta</u>	51.331.647	87.618.733	118.699.873	157.841.577	240.695.054	656.186.883	
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS							

El estado de resultado muestra una utilidad neta positiva desde el primer año. Se observa que inmediatamente a contar del segundo año la utilidad aumenta considerablemente un

70,69%, este incremento se da por la tendencia en el aumento de las ventas y por la incorporación de los seguros contratados por COPELEC a corredores externos, además por el posicionamiento de la CORREDORA DE SEGUROS COPELEC LTDA en el mercado asegurador.

5.3.2. Balance general

TABLA N°33: BALANCE GENERAL CORREDORA DE SEGUROS COPELEC					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja	64.087.599	91.952.199	211.931.559	362.529.131	550.215.324
Muebles, Útiles y Maquinarias	8.870.000	8.870.000	8.870.000	8.870.000	8.870.000
Dep. Acumulada Muebles, Útiles y Maquinarias	-887.000	-1.774.000	-2.661.000	-3.548.000	-4.435.000
Inversión Gtos Pta en Marcha	8.002.595	8.002.595	8.002.595	8.002.595	8.002.595
Amortización Gtos Pta en Marcha	-1.600.519	-3.201.038	-4.801.557	-6.402.076	-8.002.595
Impuesto renta por pagar	10.266.329	17.523.747	23.739.975	31.568.315	48.139.011
Total Activos	88.739.004	121.373.503	245.081.571	401.019.965	602.789.335
PASIVO Y PATRIMONIO					
IVA Por Pagar	2.262.085	2.262.085	3.317.356	3.930.910	4.664.774
Cotizaciones previsionales por pagar	503.708	536.612	427.715	481.054	541.945
Impuesto único trabajadores por pagar	0	0	0	0	0
Aporte patronal por pagar	84.371	84.371	71.642	80.577	90.776
Obligaciones bancarias corto plazo	1.416.028	1.416.028	1.416.028	1.416.028	1.416.028
Obligaciones bancarias largo Plazo	5.664.112	4.248.084	2.832.056	1.416.028	0
Total Pasivos	9.930.303	8.547.180	8.064.797	7.324.597	6.713.523
Capital	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Utilidades Acumuladas		68.808.701	102.826.323	158.208.074	349.677.746
Resultado del Ejercicio	68.808.701	34.017.622	124.190.452	225.487.294	236.398.066
Total Patrimonio	78.808.701	112.826.323	237.016.775	393.695.368	596.075.811
Total Pasivos y Patrimonio	88.739.004	121.373.503	245.081.571	401.019.965	602.789.335
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS					

5.4. Evaluación del proyecto

Principales criterios de evaluación

Para realizar el respectivo análisis de factibilidad de un proyecto existen varias herramientas que pueden dar a conocer que tan rentable es y bajo qué circunstancias se daría dicha rentabilidad. Uno de los indicadores que son los más utilizados con frecuencia es el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

TABLA N°34 INDICADORES FINANCIEROS CORREDORA DE SEGUROS COPELEC	
VAN	\$ 355.759.482.-
VAN en UF (al 21-12-13)	15.262,4
TIR	418,4%
PRI	1,0
IR	36,6
IR en UF (al 23-12-10)	36,6
tasa de descuento	12,0%
Impuesto	19%
FUENTE: ANALISIS DEL ESTUDIO 2013/ HÉCTOR CERDA BURGOS	

- VAN : El proyecto genera un aumento de riqueza, que asciende a \$ 355.759.482.-
- VAN en UF : En Unidad de Fomento, la riqueza asciende a 15.262,4.-
- TIR : Con una tasa de descuento igual a 418,4% el VAN del proyecto se vuelve a 0 (cero)
- PIR : El periodo de recuperación de la inversión es a un año
- IR : Por cada peso invertido se genera un flujo de \$36,6
- IR en UF : Por cada UF invertida se genera un flujo de UF 36,6 actualizada al 31/12/13
- Tasa de dscto : El rendimiento mínimo exigido al proyecto es de un 12%
- Impuesto : Tasa del impuesto a la renta (primera categoría) 19%

Para esto se realizó el flujo de caja se calcularon los ingresos, egresos y utilidad del proyecto. Los ingresos (venta) se obtuvieron en base a la proyección de ventas estimadas y a la incorporación de los seguros contratos por COPELEC en forma externa y los nuevos negocios que se realizan a raíz de tener la calidad de corredora de seguros.

CONCLUSIONES

La investigación realizada consistió en analizar la situación actual del área de seguros de la empresa Servicios Financieros COPELEC S.A. (filial de COPELEC). Los resultados indican que en su calidad de agente de ventas, la empresa no puede intermediar pólizas de seguros con más de una compañía aseguradora por grupo (Generales o Vida), dada la limitación que al respecto impone la ley a través del **Decreto con Fuerza de Ley N° 251 de 1931 (título III, De los Auxiliares del Comercio de Seguros, Artículo 57)**. Otro antecedente confirmado en la presente investigación es que empresas COPELEC se ha destacado en la provincia por su innovación, aplicando estrategias de diversificación, a fin de entregar siempre mejores beneficios a sus socios y clientes. COPELEC cuenta con un mercado cautivo, el cual se encuentra desatendido. A través de una encuesta aplicada, se evidenció que los clientes de COPELEC sí contratarían un seguro con cargo a su tarjeta de crédito FINCOP. Según lo anterior y frente a la necesidad de contar con una mayor cantidad de productos en condiciones más convenientes para el mercado objetivo, es requisito indispensable conformar una “corredora de seguros”.

Empresas COPELEC ya posee una infraestructura adecuada para la realización del proyecto, además tiene el personal idóneo (con capacitación en la venta de intangibles, así como diplomado corredor de seguros generales y vida, autorizado por la Superintendencia de Valores y Seguros), para dar marcha a esta nueva unidad estratégica de negocios.

Un factor clave para el éxito en la implementación de este proyecto es la incorporación de los seguros propios (seguros en donde el asegurado es empresas COPELEC), que actualmente son contratados a través de corredores externos. Sólo la intermediación de estos seguros a través de la nueva U.E.N. (Unidad estrategia de Negocio), permitirían ingresos por MM\$25 anuales. La creación de esta nueva empresa permitirá al Holding COPELEC optimizar los recursos existentes, aprovechando la ventaja competitiva que le otorga contar con una gran cartera de clientes fidelizados a los cuales ofrecer una amplia gama de productos existentes en el mercado de los seguros, además permitirá a la alta Dirección, consolidar y proyectar una estrategia de diversificación y desarrollo de producto,

junto con la adición de valor al Holding, fortaleciendo la imagen corporativa frente al mercado objetivo.

Junto a lo anterior, se consideran ingresos por la administración de la cartera actual en su calidad de agente de ventas, con los seguros de desgravamen, SOAP, Vida y Generales. Respecto a la factibilidad de crear una Corredora de Seguros bajo la dependencia de Comercial COPELEC S.A. y COPELEC LTDA, se realizaron los estudios técnicos, y financiero – económico, arrojando los siguientes resultados.

De acuerdo al análisis económico y financiero, indicadores como el VAN, TIR, PRI e IR fueron positivos. La tasa de descuento exigida al proyecto fue de un 12%. La inversión se recupera en un plazo aproximado de un año, el índice de la rentabilidad demuestra que por cada peso invertido se obtiene un flujo de \$ 36,6. El VAN es mayor a la inversión inicial lo que indica que el proyecto es recomendable y será aceptado. La tasa interna de retorno también supera la tasa de financiamiento, alcanzando un 418,4%, lo que indica que la inversión, prácticamente, no tiene riesgo.

En conclusión, el panorama que entrega el flujo de caja a 5 años es óptimo, ya que se proyectan ingresos, en promedio, altos y además se recupera la inversión en el primer año.

Se concluye que el proyecto resulta bastante atractivo y genera retornos considerables, haciendo totalmente recomendable la creación y puesta en marcha de una corredora de seguros para el grupo de empresas COPELEC.

BIBLOGRAFÍA

Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington. 2006. Dirección Estratégica. Editorial Prentice Hall. 2da edición. México.

Reinaldo Sapag Chain Nassir Sapag Chain. 1989. Preparación y Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw-Hill, 2da Edición.-

Cobra, M. y Zwarg, F. 1987. Marketing de Servicios, Editorial Mc Graw-Hill País; México

Fernández P. y Bajac H. 2004. La Gestión del Marketing de Servicios. Editorial: Gránica. Argentina.

Gilmore B.; James H. y Pine II Joseph. 2000. Marketing 1 X 1 Cada cliente es un Mercado. Grupo Editorial Norma, Colombia.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. 2001. Marketing. México, Editorial Pearson Educación.-

Idalberto Chiavenato. 2007. Administración de Recursos Humanos. Editorial: Mc Graw Hill / Interamericana de México. México

Charles Hill L. Año: 2007. Administración estratégica. Editorial; Mc Graw Hill. Edición: 8. Colombia.

Uribe Marin, Ricardo. Año; 2011. Costos Para La Toma De Decisiones. Editorial: Mc Graw Hill.

Manuel Llorca Jaña. Año; 2010. La Historia del Seguro en Chile 1810-2010. Fundación Mafre.

LINKOGRAFÍA

Superintendencia de Valores y Seguros S.V.S. Disponible en <http://www.svs.gob.cl/sitio/mercados/seguros.php>, [consultada el 23/09/2013]

Superintendencia de Valores y Seguros Educa. Disponible en <http://www.svs.cl/educa/600/w3-propertyvalue-1162.html> [consultada el 23/09/2013]

Empresas Copelec, Servicios Financiero COPELEC S.A. Disponible en <http://www.copelec.cl/> o <http://www.copelec.cl/fincop> [consultada el 24/09/2013]

Servicios de Impuestos Internos. Disponible en http://www.sii.cl/portales/investors/formas_invertir/constituyendo_sociedad.htm [consultada el 24/09/2013]

Asociación Aseguradores de Chile A.G. Disponible en <http://portal.aach.cl/Estudios.aspx?M=10> [consultada el 01/11/2013]

Fundación Mapfre Disponible en http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/ciencias-del-seguro/diccionario-mapfre-seguros/ [consultado el 10/11/2013]

Banco Central de Chile en <http://si3.bcentral.cl/Siete/secure/cuadros/home.aspx> [consultado el 1/01/2014]

ANEXO N°1 ENCUESTA SEGUROS GENERALES & VIDA PROYECTO CORREDORA DE SEGUROS

*Obligatorio

COMUNA *

INGRESAR COMUNA

Esta pregunta es obligatoria.

TIPO DE CLIENTE

Ingresar tipo de cliente

- Usuario Eléctrico (Socio o Usuario)
- Tarjetahabiente (Socio, Tercero, Personal, Contratista, Proveedores)

AÑO DE NACIMIENTO *

Ingresar solo el año de nacimiento

SEXO

- Masculino Femenino

ESTADO CIVIL

- SOLTERO (A) CASADO (A) SEPARADO (A) DIVORSIADO (A)
- VIUDO (A)

N°1 ¿ALGUNA VEZ USTED O UN CERCANO HA SUFRIDO UNA SITUACIÓN QUE LE HAYA PROVOCADO UN PERJUICIO ECONÓMICO?

- Fallecimiento de algún familiar
- Enfermedad catastrófica
- Incapacidad temporal por accidente
- Cesantía
- Daño en cultivos
- Incendio de su propiedad
- Daño vehículo por accidente

- Robo con daño a su propiedad
- Daños a la propiedad por riesgo de la naturaleza (terremoto, tsunamis, granizos, rayos, etc)

Nº2 ¿CUAL CREE USTED QUE SERÍA LA MEJOR FORMA DE ENFRENTAR ESTOS DAÑOS ECONÓMICOS? *

- Realizando un ahorro mensual
- Solicitando un crédito a instituciones bancarias
- Contratando un seguro para cubrir el riesgo
- Otro:

Nº3 ¿USTED SE ENCUENTRA INFORMADO (a) PARA QUE SIRVE UN SEGURO Y CUALES SON LOS BENEFICIOS QUE TIENE CONTRATAR UNO? *

- SI
- NO

Nº4 ¿LE GUSTARÍA RECIBIR MÁS INFORMACIÓN PARA QUE SIRVE UN SEGURO? *

Si la respuesta es NO debe pasar a la pregunta Nº6

- SI
- NO

Nº5 ¿COMO LE GUSTARÍA A USTED RECIBIR INFORMACIÓN?

Puede seleccionar más de una opción

- E.S.A.C. (ejecutivos de servicio de atención al cliente)
- Promotora
- Estado de Cuenta/Boleta Energía
- Inserto en revista Discusión Rural
- Volantes
- Call Center (Centro de llamados)
- Mensaje de texto
- Correo electrónico
- Reuniones J.J.V.V. (junto de vecinos)
- Página Web COPELEC
- Radio

Otro:

Si desea el envío de información indicar; correo (s) electrónico y teléfono (s) vigente (s)

Correo(s) Electrónico (s) Correo(s) Electrónico (s)

Teléfono (s) Teléfono (s)

N° 6 ¿ALGUNA VEZ USTED HA CONTRATO ALGÚN SEGURO? *

si la respuesta es NO pasar la pregunta N° 7

SI NO

¿CUAL? Puede ser más de una opción

Respuesta SI, indicar que seguro contrataría con cargo a su tarjeta FINCOP

- | | | | |
|--|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Vida | <input type="checkbox"/> Salud | <input type="checkbox"/> Desgravamen | <input type="checkbox"/> Rentas vitalicias |
| <input type="checkbox"/> Agrícola | <input type="checkbox"/> Incendio | <input type="checkbox"/> Vehículo | <input type="checkbox"/> Transporte de carga |
| <input type="checkbox"/> Robo | <input type="checkbox"/> SOAP | <input type="checkbox"/> Cesantía | <input type="checkbox"/> Garantía y Crédito |
| <input type="checkbox"/> Responsabilidad Civil | | <input type="checkbox"/> Seguros con ahorro previsional | |
| <input type="checkbox"/> Accidentes Personales | <input type="checkbox"/> Otro: <input type="text"/> | | |

N° 7 ¿ESTARÍA DISPUESTO A CONTRATAR ALGÚN SEGURO CON CARGO A SU TARJETA FINCOP-COPELEC? *

Respuesta SI indicar el cual seguro le gustaría contratar// Respuesta NO pasar a la pregunta N°8

SI NO

N°8 ¿PORQUE MOTIVO USTED, NO CONTRATARÍA UN SEGURO?

- No se encuentra dentro de su presupuesto
- No le encuentra utilidad
- Desconfianza en el producto
- No cumple las expectativas esperadas
- Todas las anteriores
- Otro:

¿Qué Seguro?

Respuesta SI, indicar que seguro contrataría con cargo a su tarjeta FINCOP

- | | | | |
|--|-----------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> Vida | <input type="checkbox"/> Salud | <input type="checkbox"/> Desgravamen | <input type="checkbox"/> Rentas vitalicias |
| <input type="checkbox"/> Agrícola | <input type="checkbox"/> Incendio | <input type="checkbox"/> Vehículo | <input type="checkbox"/> Transporte de carga |
| <input type="checkbox"/> Robo | <input type="checkbox"/> SOAP | <input type="checkbox"/> Cesantía | <input type="checkbox"/> Garantía y Crédito |
| <input type="checkbox"/> Responsabilidad Civil | | <input type="checkbox"/> Seguros con ahorro previsional | |
| <input type="checkbox"/> Accidentes Personales | | <input type="checkbox"/> Otro: <input type="text"/> | |