UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE INGENIERIA, INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN

CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EMISIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS DE VEHÍCULOS BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 PARA C.A. BROKER INSURANCE.

PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO INDUSTRIAL

AUTOR: CRISTÓBAL SANTIAGO ARÉVALO TAMAYO

DIRECTOR: ING. ÁNGEL GIOVANNY QUINDE ALVEAR Mgs

CUENCA - ECUADOR

2024

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE INGENIERIA, INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN

CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EMISIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS DE VEHÍCULOS BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 PARA C.A. BROKER INSURANCE.

PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO INDUSTRIAL

AUTOR: CRISTÓBAL SANTIAGO ARÉVALO TAMAYO
DIRECTOR: ING. ÁNGEL GIOVANNY QUINDE ALVEAR Mgs

CUENCA - ECUADOR

2024

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

Universidad Católica de Cuenca

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Cristóbal Santiago Arévalo Tamayo portador de la cédula de ciudadanía Nº **0106737679**. Declaro ser el autor de la obra: "**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EMISIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS DE VEHÍCULOS BASADO EN LA NORMA ISO 9001: 2015 PARA C.A BROKER INSURANCE**", sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cuenca, 14 de marzo de 2024

F: .....

Cristóbal Santiago Arévalo Tamayo
0106737679

Universidad Católica de Cuenca

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Tutor del presente trabajo de investigación:

CERTIFICO:

Que el informe de investigación denominado **"Manual de procedimientos para la Emisión de Pólizas de Seguros de Vehículos basado en la Norma de la ISO 9001:2015 para C.A. BROKER INSURANCE."**, presentado por el estudiante **Cristóbal Santiago Arévalo Tamayo**, del Décimo Ciclo de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica de Cuenca, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinado designado. Acepto asesorar al estudiante, en calidad de Tutor, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación y evaluación.

Cuenca, noviembre de 2023.

Ing. Giovanny Quinde Alvear, Mgs.

DEDICATORIA

A Dios, quien me ha dado fuerza, sabiduría y salud en este viaje académico. Agradezco sus bendiciones y su guía constante a lo largo de este proceso y poder continuar con mis metas que me depara este camino llamado vida.

A mí mismo, por nunca perder la fe en mis sueños planteados en mi vida, por perseverar a pesar de los desafíos que me ha dado la vida. Que este logro sea un recordatorio de mi capacidad para alcanzar grandes metas.

A mi Madre querida, quien ha sido mi mayor apoyo y sobre todo una motivación de vida. Su amor incondicional y su constante aliento han sido pilares sobre los que he construido este logro y el ser humano que soy hoy en día.

A mi amada Hija Amelia, luz de mi vida, mi mayor inspiración, mi motor para mantenerme de pie cada día. Tu existencia ha sido motivación constante para alcanzar mis metas y superar cualquier obstáculo. Que este logro sea un testimonio de mi amor incondicional hacia usted y un recordatorio de que todo es posible en esta vida, con dedicación, perseverancia y amor. Le amo con toda mi vida y las fuerzas del universo, más de lo que las palabras pudieran expresar.

A mis amados hermanos, Ariel, María Eduarda, Sol Rafaela y José Xavier, quienes han sido mis compañeros de vida, sobre todo mi hermano Ariel quien ha estado presente en cada instante de mi vida como mi compañero de aventuras, mi confidente y sobre todo mi mejor amigo. Su presencia en mi vida es un regalo invaluable de cada uno y les dedico este logro con todo mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mi tutor, Ing. Geovanny Quinde, por su invaluable orientación y apoyo a lo largo de este proyecto de investigación.

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos mis profesores que han contribuido a mi formación académica y personal a lo largo del camino. A través de su dedicación, pasión y compromiso con la enseñanza, ustedes han sido faros de sabiduría en mi viaje educativo. Sinceramente su paciencia al responder mis preguntas, su disposición para brindar orientación adicional y su esfuerzo constante por estimular mi curiosidad intelectual. Sus enseñanzas han ido más allá del aula, influyendo en mi manera de pensar, de actuar y de enfrentar los desafíos.

RESUMEN

El mercado asegurador está gradualmente arraigándose en la cultura ecuatoriana. Aunque es cierto que los seguros inmobiliarios y de vida experimentan el mayor crecimiento, ante la necesidad de protección vehicular demanda una atención especial. Ante estasituación, la empresa C.A Broker Insurance se propone aumentar su competitividad, buscando elevar la satisfacción de sus clientes mediante la implementación de un Manual de Procedimientos alineado con las directrices de la norma ISO 9001:2015.

La metodología empleada en este estudio fue deductiva, partiendo de lo general y lógico respaldado por leyes y principios, hasta llegar a conclusiones concretas. El enfoque de investigación adoptado para la elaboración del Manual de Procedimiento fue exploratorio, comenzando con un diagnóstico que incluyó el análisis FODA como Nota primaria y la revisión de procesos, así como la legislación pertinente a la norma ISO 9001:2015 como Notas secundarias.

Los resultados de este estudio indican que la implementación de un Manual de Procedimientos en C.A Broker Insurance permitirá la eliminación de procesos superfluos, garantizando la plena conformidad con los plazos establecidos. Además, se logrará una mejor coordinación entre los departamentos Comercial, Operaciones y Siniestros, al mantenerlos informados sobre la documentación necesaria para aprobar y emitir seguros, evitando demoras. Este enfoque, alineado con los principios de la norma ISO 9001:2015, busca mejorar cada proceso con el objetivo último de incrementar la satisfacción del cliente.

*Palabras clave***:** Seguros; Procedimiento, ISO 9001, Satisfacción, Clientes

ABSTRACT

The insurance market is gradually becoming entrenched in Ecuadorian culture. While it is true that real estate and life insurance are experiencing the most significant growth, there is a particular need for attention to vehicle protection. In response to this situation, company C.A Broker Insurance aims to increase its competitiveness to enhance customer satisfaction by implementing a Procedures Manual according to the ISO 9001:2015 guidelines.

The methodology was deductive, from general to logical, supported by laws and principles, leading to concrete conclusions. The research approach for developing the Procedures Manual was exploratory, starting with a diagnosis that included SWOT analysis as the primary Note, the review of processes, and the relevant legislation related to ISO 9001:2015 as secondary Notes.

This study's results indicate the implementation of a Procedures Manual in C.A. Broker Insurance will eliminate superfluous processes, ensuring full compliance with established deadlines. Furthermore, better coordination will be achieved among the Commercial, Operations, and Claims departments by informing the clients about the necessary documentation to approve and issue insurance, thereby avoiding delays. This approach, aligned with the principles of ISO 9001:2015, aims to improve each process to increase customer satisfaction.

Keywords: Insurance; Procedure, ISO 9001, Satisfaction, Customers

Universidad Católica de Cuenca

INDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA DE AUDITORÍA Y RESPONSABILIDAD III
CERTIFICACIÓN IV
DEDICATORIA V
AGRADECIMIENTO VI
RESUMEN VII
ABSTRACT VIII
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 2
MARCO TEORÍCO 2
1.2 Gestión de calidad de las empresas aseguradoras 6
1.3 Cadena de Valor 8
1.4 Manual de procedimientos 12
1.5 Normas ISO 9001: 2015 14
CAPÍTULO II 19
ANTECEDENTES DE LA EMPRESA 19
2.1 Aspectos generales 19
2.2 Productos y servicios 21
2.3 Cadena de valor 23
2.4 FODA 25
2.5 Organigrama 29
CAPITULO III 32
METODOLOGÍA 32
3.1 Justificación. 32
3.2 Procedimiento 33
3.3 Alcance 35
3.4 Método de trabajo 35
CAPÍTULO IV 37
MANUEAL DE PROCEDIMIENTOS 37
4.1 Desarrollo 37
4.2 Alcance 37
4.3 Actividades del Manual 38
4.4 Procedimiento 38
CAPITULO V 45
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 45

Conclusiones 45
Recomendaciones. 46
Bibliografía 47

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. 39
Tabla 2. 39
Tabla 3. 41
Tabla 4. 42
Tabla 7. 43

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis del mercado asegurador en Latinoamérica 5
Figura 2. Cadena de Valor según Michael Porter 10
Figura 3.Gestión de sistema de calidad ISO 9001: 2015 15
Figura 4. Modelo sistema de gestión de calidad 17
Figura 5. Manual de Procesos 24
Figura 6. : Análisis FODA 26
Figura 7. Organigrama empresarial. 29
Figura 8. Identificación de los procesos de apoyo 37
Figura 9. Flujograma del Subproceso de Marketing y Publicidad 40
Figura 10. Proceso de emisión de seguros 41
Figura 11. Emisión de póliza 43

INTRODUCCIÓN

Ante el creciente imperativo de individuos, empresas y diversas entidades por salvaguardar sus vehículos, el mercado asegurador se erige como una opción vital para proporcionar protección en situaciones adversas. El sector asegurador, específicamente en el ámbito vehicular, experimenta un incremento concomitante al aumento del parque automotor acompañado lamentablemente por un alza significativa en índices de siniestros, robos y accidentes de tránsito.

Este trabajo se divide en cinco capítulos, en el primer capítulo se aborda los fundamentos teóricos respecto al mercado de servicios de seguro vehicular con estadísticas mundiales y nacionales,así también se detalla acerca de cómo llevan a cabo la gestión de calidad estas empresas, como han implementado la cadena de valor a sus procesos, conceptos teóricos acerca del Manual de procedimientos y lo que indican las normas ISO 9001:2015.

En el capítulo II se aborda los antecedentes de la empresa C.A Broker Insurance, respecto asus características generales, sus productos y servicios, como ha implementado la cadena devalor, del mismo modo se lleva a cabo un diagnóstico FODA, y se detalla un organigrama que pueda regir en la empresa.

En el capítulo III se da a conocer la metodología que guiaría el trabajo, la justificación del Manual de Procedimientos, al alcance del mismo y el método de trabajo.

En capítulo IV se elabora el Manual de Procedimientos en el cual se detalla su alcance, las responsabilidades de cada departamento, las actividades que lleva a cabo el Manual, así como también los procedimientos de referencia.

Finalmente, en el capítulo V, se presentan las conclusiones y de ellas las recomendaciones de esta investigación.

CAPÍTULO I
MARCO TEORÍCO

1.1 Análisis del mercado de servicios de seguros (vehículos) a nivel mundial y nacional

Con el transcurso del tiempo, el sector asegurador ha adquirido una significativa relevancia, especialmente al centrarse en satisfacer las necesidades de los ciudadanos. Su importancia radica en su sensibilidad hacia el entorno, ya sea de manera directa y personal. Por consiguiente, la calidad de este sector se encuentra estrechamente vinculada con la prestación de servicios al cliente, las soluciones ofrecidas, el tiempo de respuesta necesario y, sobre todo, la capacidad de actuar de manera rápida y correcta.

Ante este panorama, surge la imperiosa necesidad de desarrollar indicadores para la evaluación de la calidad en el sector asegurador, esta variable no solo impacta directamente en la satisfacción del cliente, sino que también influye en los entornos en los que opera. Además,la competencia con el paso de los años se intensifica cada vez más, especialmente con la incursión demultinacionales, según señalan Aguilar y Muñoz (2019).

Antes de abordar el análisis del mercado de seguros, resulta crucial proporcionar una breve reseña histórica sobre el origen de este sector. Según la informaciónre copilada por Henríquez (2015), las compañías aseguradoras más influyentes emergieron enel siglo XX en naciones europeas, las cuales buscaron expandir su presencia hacia Latinoamérica. A mediados del siglo XIX, algunas aseguradoras ya operaban en países de América del Sur y el Caribe, marcando así un precedente para el desarrollo de este mercado.En el contexto ecuatoriano, específicamente en 1876, se estableció la Compañía Ecuatorianacontra Incendios.

En relación con el mercado de seguros para vehículos, su origen se remonta a mediados del siglo XIX, surgiendo principalmente debido a las

dificultades en la construcción de vías férreas para el transporte masivo de personas. Específicamente, el seguro vehicular tuvo sus primeras manifestaciones en los años 1885 y 1889. Estos años marcaron el comienzo de la construcción de un sistema de transporte más accesible y cómodo. En 1896, se vendió el primer vehículo, pero lamentablemente, el propietario perdióla vida en un accidente ese mismo año.

El fallecimiento del propietario del vehículo, incentivó el aparecimiento del primer seguro vehicular en Australia y Nueva Zelanda en 1928. Esta iniciativa se desarrolló con el propósito de abordarlos problemas inherentes a los accidentes automovilísticos y proporcionar soluciones eficientes en caso de siniestros. (Henríquez, 2015).

Considerando estos antecedentes, resulta imperativo precisar la definición del concepto de seguro. A lo largo del tiempo, se ha abordado este concepto desde perspectivasjurídicas, económicas y sociales, sin embargo, no se ha logrado una especificación más detallada. A pesar de esta amplitud conceptual, se propone conceptualizarlo en el marco del principio de solidaridad. En este contexto, el mercado asegurador se erige como un recurso que proporciona al afectado un respaldo frente a sucesos fortuitos. Al mismo tiempo, representa una actividad económica-financiera, donde el cliente contrata un servicio con el fin de salvaguardar los bienes involucrados. (Armijo, 2014).

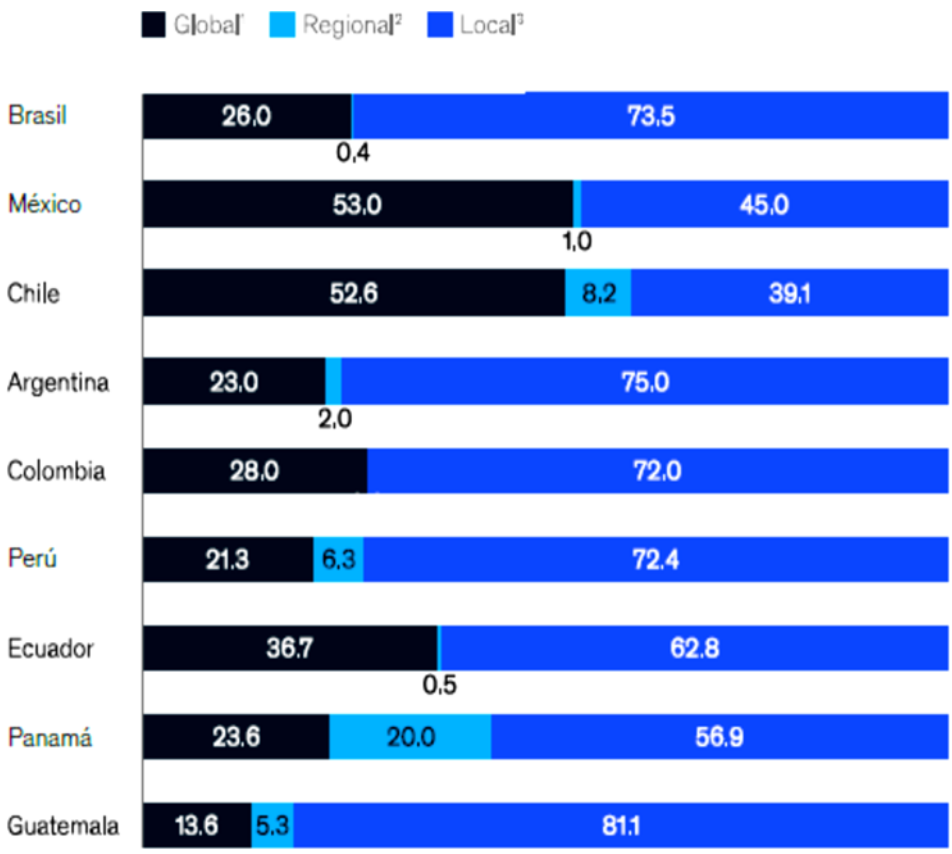
Se han establecido diversas clasificaciones para los seguros, las cuales se rigen por eltipo de riesgo al que se expone el objeto asegurado. Entre ellas, se destacan las siguientes categorías: seguros personales (como los seguros de vida, seguros de accidentes personales,seguros de dependencia y seguros de salud), seguros de daños patrimoniales (que abarcan situaciones como incendios, responsabilidad civil, automóviles, robo, crédito, transporte e ingeniería) y seguros de prestación de servicios (que incluyen aspectos como la defensa jurídica, la asistencia en viajes y el seguro de decesos).

A nivel global, el mercado asegurador desempeña un papel significativo en el crecimiento económico y financiero de los países. Además de fomentar el ahorro y el financiamiento, contribuye al aumento del empleo y la productividad. La venta de pólizas, en este contexto, se presenta como una herramienta para hacer frente a los riesgos derivadosde diversos siniestros, con el objetivo primordial de proteger los vehículos y evitar que los riesgos se traduzcan en pérdidas económicas para los propietarios (Segarra y Murillo, 2021).Según estos autores, se resume que el mercado de seguros no solo propicia el desarrollo económico, sino que también destaca la importancia de comprender exhaustivamente la realidad para evaluar la fortaleza de este mercado.

Según el análisis del autor, en Latinoamérica se está experimentando una rápida expansión del mercado asegurador. Este fenómeno se atribuye a la emergencia de una clasemedia en crecimiento y, especialmente, al aumento de la conciencia sobre la protección financiera en la población. Estas condiciones han convertido a la región en un terreno propicio para el florecimiento de empresas en el sector asegurador, respaldadas por el incremento de ingresos e inversiones.

Figura 1.

Análisis del mercado asegurador en Latinoamérica



Nota: Craddock et al. (2023)

Sobre el análisis del mercado asegurador de Latinoamérica según se observa en la figura 1, las aseguradoras locales tienden a alcanzar una rentabilidad superior en comparación con las internacionales. Esto se debe a que estas últimas evalúan la rentabilidad financiera de sus operaciones en América Latina en la moneda de su sede central, lo que las expone a fluctuaciones en el tipo de cambio. En contraste, las aseguradoras globales ostentan una presencia sólida en el mercado de seguros "no vida",profesionales actúan como intermediarios entre el cliente y la aseguradora, ofreciendo un servicio personalizado que simplifica los procedimientos paraaquellos que contratan servicios específicos.

Según los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros hasta el año 2018, el volumen de primas en el mercado de seguros en Ecuador alcanzó los 1,689 millones de USD, abarcando tanto seguros de vida como seguros no vida. Esta cifra representa una tasa de crecimiento anual del 11,6%. En el ámbito del seguro vehicular en el periodo 2015-2018, se registraron 25 empresas en Ecuador, no obstante, es relevante señalar que esta cantidad constituye aproximadamente un tercio del total de seguros.

Es importante destacar que, según las estadísticas, la ciudad de Quito no cuenta conuna cobertura total para el distrito metropolitano, estos datos reflejan un crecimiento sustancial en el mercado asegurador. Además, es fundamental agregar que los ingresos generados también se orientan hacia otros sectores, como compras, acciones, bonos y títulos,lo que contribuye a una importante circulación de dinero en la economía.

1.2 Gestión de calidad de las empresas aseguradoras

Según Martínez y Espinoza (2014), el concepto de calidad se refiere a un proceso constante de mejora que abarca todas las áreas de la empresa, con el objetivo final de lograrla plena satisfacción de las necesidades del cliente. En este proceso, el cliente desempeña un papel activo al participar en el desarrollo de productos o servicios. Por lo tanto, se busca la mejora continua a través del diseño de estrategias y planes de acción, con el propósito de ofrecer un nivel de excelencia destacado. En el contexto del mercado de seguros para vehículos, la calidad se centra en proporcionar protección al patrimonio, ya sea a nivel individual o empresarial. Este objetivo se logra mediante el respaldo del talento humano, cuyo enfoque principal es generar confianza y satisfacción en los clientes. Este compromisoobliga a la empresa a abordar los desafíos, transformándolos en soluciones efectivas.

También, Bastidas (2017), menciona que la gestión de calidad se presenta como unafilosofía cuyo propósito es proporcionar productos con un

alto nivel de calidad que satisfagana los clientes y los mantengan motivados. Esto se logra mediante la implementación de procesos de mejora continua, en los cuales todos los colaboradores participan activamente. En resumen, los modelos de gestión de calidad buscan lograr la satisfacción tanto de los clientes internos como externos a través de la constante innovación y la participación de todoslos miembros que buscan brindar un servicio de calidad.

La importancia de la gestión de calidad en las empresas, según Aguilar y Muñoz (2019), radica en su papel como factor clave para asegurar el éxito a largo plazo, especialmente en entornos cambiantes. En este contexto, el sector debe recurrir al uso de indicadores que faciliten la evaluación de la calidad de su gestión. Dos aspectos cruciales sonexaminados: en primer lugar, el grado de satisfacción del cliente, vinculado con la fidelización y la agilidad en la gestión de procesos, especialmente aquellos relacionados conel cliente. Por otro lado, se considera la caída de la cartera como un indicador para medir hasta qué punto se ha logrado fidelizar al cliente. Además, la velocidad en la gestión de pólizas y la transmisión de siniestros proporcionan información sobre la agilidad en los procesos. Estos indicadores primarios se complementan con indicadores secundarios para ofrecer una evaluación integral de la gestión de calidad en las empresas.

Para Bastidas (2017), lograr la calidad en el servicio implica que la empresa se ajustea las expectativas del cliente. En este sentido, la calidad debe centrarse en la perfección, ofreciendo a los clientes la máxima eficiencia y eficacia para cada requerimiento. El funcionamiento y la rentabilidad de la empresa dependerán en gran medida de este enfoque,y para alcanzarlo, la empresa debe cumplir con puntos vitales que le permitirán diferenciarsede sus competidores.

En consonancia con Actuaria (2022), la gestión de calidad en empresas aseguradoras, que involucra la norma ISO 9001-2015, abarca diversas dimensiones. La confiabilidad, por ejemplo, implica una escucha activa a los clientes para identificar problemas y proponer estrategias de calidad. Es

crucial destacar que el talento humano es la dimensión más importante en este proceso, por lo que se requiere capacitar y entrenar al personal para aumentar la satisfacción hacia el servicio o producto.

En el ámbito de las empresas aseguradoras, existen diversas normativas y estándares internacionales para el control de riesgos. En Ecuador, estas se rigen por la Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros, específicamente en lo que respecta a la capacidad de solvencia, siguiendo las normativas establecidas.

a) Solvencia: Toda entidad de seguros debe mantener un nivel mínimo de solvencia,determinado según un adecuado nivel de capital que permita proteger a las empresas de seguros contra los efectos derivados de la desviación y severidad de los riesgos, especialmente los relacionados con las operaciones de reaseguros (Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros, Artículo 1, Capítulo VII).

b) Reservas técnicas: Consiste en la identificación y la metodología de cálculo de distintos tipos de reservas. Estas reservas deben reflejarse en el pasivo del balance general, ysu propósito es atender las contingencias y obligaciones que surgen de los contratos de seguros, así como las desviaciones en los resultados y la siniestralidad esperada (Codificaciónde Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros, Artículo 1, Capítulo V).

1.3 Cadena de Valor

Porter (2007), dice que las empresas operan a través de un conjunto de actividades que abarcan el diseño, la producción, la entrega y el respaldo de sus productos o servicios, las cuales pueden representarse mediante una cadena de valor. Dentro de esta cadena, se distinguen las actividades primarias y las de apoyo. Las actividades primarias están directamente involucradas en la transformación física de la materia prima y se desglosan dela siguiente manera:

- Logística Interna: Incluye actividades como el almacenamiento, manejo de materiales, control de inventario y gestión de devoluciones.

- Operaciones: Comprende instalaciones, procesos de fundición, impresión, entreotros.
- Logística Externa: Refiere a las actividades relacionadas con el almacenamiento y distribución para los compradores.
- Mercadotecnia y Ventas: Se refiere a los medios utilizados por los compradores paraadquirir productos y servicios, como la fuerza de ventas, publicidad, promoción y distribución.
- Proceso de atención: Incluye todas las actividades relacionadas con la prestación del servicio o el mantenimiento del valor del producto. En contraste, las actividades de apoyo no participan directamente en la transformación y venta, pero son esenciales como soporte en la empresa.
- Abastecimiento: Facilita la adquisición de insumos, materia prima, maquinaria,equipo de laboratorio y todas las tecnologías necesarias para garantizar un proceso decompra satisfactorio.
- Desarrollo Tecnológico: La tecnología juega un papel crucial al mejorar procesos, productos y procedimientos.
- Administración de Recursos Humanos: Se centra en aspectos como la contratación, entrenamiento y capacitación del personal de la empresa.
- Infraestructura de la Empresa: Engloba todos los factores relacionados con la planificación, finanzas, contabilidad, aspectos legales, sistemas de información, entreotros.

En la figura se puede apreciar de manera esquemática la cadena de valor genérica propuesta por Michael Porter.

Figura 2.

Cadena de Valor según Michael Porter

Nota: Porter (2007)

A partir de las actividades específicas de la empresa, el análisis de su valor se logra através de la cadena de valor. Esta herramienta descompone la empresa en actividades relevantes y estratégicas, proporcionando una comprensión profunda de los costos, así comode las Notas de diferenciaciones existentes y potenciales. Porter (2007) introdujo el conceptode análisis de la cadena de valor en su obra "Ventaja Competitiva", profundizando en los "sistemas empresariales" y sus dimensiones, como producción, mercado, talento humano e investigación. Para comprenderla, fue necesario analizar el desempeño de cada función y relacionarlas con las de la competencia, permitiendo distinguir entre los diferentes tipos de actividades y sus interrelaciones.

En estas dimensiones, Porter (2007) destaca que la cadena de valor es una herramientagerencial que identifica las Notas de ventajas competitivas mediante el análisis y la identificación de actividades que pueden aportar una ventaja potencial. La capacidad de la empresa para desarrollar fortalezas a lo largo de la cadena de valor y superar a sus competidores es crucial. Se identifican dos tipos de actividades: las directas, comprometidasen la creación

de valor para el comprador, y las indirectas, que permiten el funcionamiento continuo de las actividades directas. El aseguramiento de calidad, por su parte, posibilita el desempeño de todas las actividades de la empresa.

Cardona y Orozco (2004) resaltan que, en el mercado de seguros, a diferencia de los productos tangibles, se centra en las expectativas de los clientes al confiar la garantía ante un suceso. En este contexto, adquiere relevancia la relación con los talleres de reparación automotriz en el caso de seguros para vehículos. En el enfoque de las 4P (Producto, Precio, Plaza y Promoción), no es suficiente para lograr una mayor competitividad, ya que tanto el cliente como el proveedor están presentes en la cadena de servicio al adquirir un seguro. Por lo tanto, el intermediario de seguros y la red tecnológica son dimensiones esenciales para alcanzar la satisfacción de los clientes.

Con estos antecedentes, la empresa C.A. Broker Insurance ha adoptado la estrategia de servicio y fidelización como su ventaja competitiva, conforme a la perspectiva de Porter (1987). Esta estrategia engloba un conjunto de estrategias tangibles e intangibles, ya que, al adquirir el servicio, el cliente busca no solo la prestación misma, sino también seguridad y satisfacción en relación con sus expectativas. Para lograr esto, se parte de una idea publicitaria que permite a los clientes reconocer el tipo de servicio ofrecido. Se destaca la importancia de no generar expectativas que no puedan cumplirse, pero al mismo tiempo se resaltan todas las características relevantes. Esta aproximación busca establecer la fidelización de clientes en el corto y mediano plazo.

Como parte de esta estrategia, se implementará una política de fidelización dirigida tanto a clientes nuevos como a clientes antiguos, sustentada en la excelencia del servicio. Para respaldar este enfoque, se establecerán una serie de protocolos de servicio en la empresa,asegurando una experiencia consistente y satisfactoria para todos los clientes.

1.4 Manual de procedimientos

El manual de procedimientos representa una herramienta administrativa esencial querespalda las operaciones diarias en diversas áreas o servicios de una empresa. Este documentoabarca las acciones y operaciones que orientan las funciones empresariales, proporcionando un seguimiento ordenado de las actividades en un plazo determinado. Además, detalla procedimientos que siguen una secuencia cronológica y sistemática para cada labor, facilitando la ejecución de tareas dentro de un ámbito específico de aplicación, como señalaCastillo (2012).

Por otro lado, según la conceptualización de Duhal (2017), el manual de procedimientos se percibe como un documento administrativo que contiene información orgánica y sistémica. Este documento resulta de la observación crítica y la posterior sistematización de los procesos, brindando una guía para la realización de tareas, actividadesy funciones por parte del talento humano.

La finalidad primordial del manual de procedimientos radica en proporcionar a los trabajadores de la empresa un conocimiento claro y preciso sobre sus responsabilidades y obligaciones. Asimismo, permite a los diversos departamentos seleccionar adecuadamente eltalento humano en función de los perfiles necesarios para cada puesto. En este sentido, el manual de procedimientos se erige como el punto de partida para iniciar un proceso de cambio y organización en la empresa, como indican (Benítez et al., 2021).

Los autores Benítez et al. (2021) proporcionan una detallada estructura que debe seguir el manual de procedimientos, la cual se desglosa de la siguiente manera:

1. Identificación:
    - Incluye elementos como el logotipo de la organización, nombre y denominación a nivel general o específico.
    - En caso de responder a una unidad determinada, se debe especificar la fecha y lugar de elaboración, numeración de

páginas, y la actualización deinformación.

- Se incluye la autorización correspondiente.

2. Clave del formulario:
    - Requiere la escritura de las siglas de la organización, seguidas de las de launidad administrativa.
    - Permite la elaboración o utilización de la forma, especificando el númerodel formulario.
    - Se finaliza con el año en primer término, escribiendo las siglas de la organización y colocando los números con puntos o guiones para facilitarla lectura.
3. Prólogo, introducción o ambos:
    - La presentación del manual se presenta a través del prólogo, detallando laintroducción del manual con respecto a su propósito, estructura, ámbito de aplicación y la necesidad de mantenerlo vigente.
4. Índice:
    - Ofrece una relación de los capítulos o apartados que constituyen el cuerpodel documento.
5. Contenido:

    Lista los procedimientos que conforman el manual, proporcionando la siguienteinformación para cada uno:

    - Objetivo.
    - Áreas de aplicación y alcance de cada procedimiento.
    - Responsables.
    - Políticas o normas de operación.
    - Conceptos, incluyendo términos técnicos, formatos utilizados en cadaprocedimiento o referencias.
    - Diagramas de flujo que presentan gráficamente las operaciones.
    - Materiales o formas con la finalidad de especificar las áreas o unidadesadministrativas involucradas en cada operación.

1.5 Normas ISO 9001: 2015

De acuerdo a lo que indica el estudio de Albanez (2018), la versión actualizada de la norma ISO 9001:2015 mantiene el enfoque de procesos establecido desde el año 2000. No obstante, incorpora elementos adicionales para fortalecer el cumplimiento en los sistemas degestión. Estos elementos abarcan aspectos como la planificación estratégica, la gestión del riesgo y el seguimiento efectivo de las acciones destinadas a la contención y detección de oportunidades. A continuación, se detallan estos aspectos de la nueva norma.

Figura 3.

Gestión de sistema de calidad ISO 9001: 2015

Nota: Albañez (2018)

La figura 2, presenta la estructura del modelo de gestión de calidad, fundamentado enlos procesos de la norma ISO 9001:2015. Estos elementos constituyen una base esencial parala sostenibilidad de las organizaciones, proporcionando información de entrada y salida del sistema de gestión de calidad. En este contexto, se abordan no solo los requisitos del cliente,sino también la comprensión de la organización y su contexto, así como sus necesidades y expectativas. Además, destaca la centralidad del liderazgo en el sistema de gestión.

Los objetivos delineados por la norma ISO 9001:2015, según Cruz y colaboradores (2018), se sustentan en los principios fundamentales de gestión de calidad. Estos principios son:

- Enfoque al cliente: El logro del éxito por parte de la empresa u organizaciónposibilitará la satisfacción de las necesidades del cliente. De este modo, se tornará factible superar las expectativas, dando lugar a la generación de valor.
- Liderazgo: El liderazgo, en cada uno de sus niveles, favorece el logro de los objetivosestablecidos.
- Compromiso de las personas: es importante contar con un talento humano competentey a la vez proporcionales empoderamiento para alcanzar un mayor compromiso y motivación.
- Enfoque a procesos: es importante gestionar las actividades en torno a los procesos, de manera que sea posible asegurar su interacción a la vez disponer de todos los recursos para su operación.
- Mejora: este permite mantener los niveles de desempeño y poder reaccionar a los cambios tanto a nivel interno y externo y de esta manera poder identificar las oportunidades.
- Toma de decisiones basada en la evidencia: mediante la objetividad y confiabilidad de la toma de decisiones será posible analizar datos e información confiable y precisadel sistema.
- Gestión de las relaciones: a través de la satisfacción de necesidades y expectativas no solo de clientes y proveedores sino de las partes interesadas a través de la gestión derelaciones tanto a nivel interno y externo de la empresa.

Tomando en cuenta lo que indica la norma ISO 9001: 2015 la gestión de calidad en las empresas se presenta de la siguiente manera:

Figura 4.

Modelo sistema de gestión de calidad

Nota: Elaboración propia

Según el esquema propuesto por la norma ISO 9001:2015, la empresa puede definir su sistema de gestión de calidad, siendo imperativo especificar el tipo de productos y actividades. De manera complementaria, Cruz et al. (2018) señalan que las normas del sistema de gestión ISO ofrecen directrices y recomendaciones para implementar estrategias que permita a la empresa ser competitiva. Estas normas abarcan varios aspectos de la gestiónde calidad, proporcionando orientación adecuada y diversas herramientas que aseguran la conformidad de los productos y servicios con los requisitos de los clientes, al mismo tiempoque promueven una mejora continua en la calidad.

La estructura que tiene un procedimiento según Norma ISO 9001:2015 mencionada por Domínguez (2019) es la siguiente:

La norma ISO 9001:2015 establece una estructura común para los procedimientos dentro deun sistema de gestión de calidad. La estructura típica de un procedimiento según la ISO 9001:2015 incluye las siguientes secciones:

a. Título: Nombre del procedimiento que refleje claramente su contenido.
b. Objetivo: Descripción concisa del propósito o meta del procedimiento.
c. Ámbito: Indicación de las áreas, departamentos o procesos a los que se aplica elprocedimiento.
d. Responsabilidades: Enumeración de roles y responsabilidades de las personasinvolucradas en la ejecución del procedimiento.
e. Definiciones: Aclaraciones o definiciones de términos clave utilizados en elprocedimiento.
f. Referencias: Citas a documentos, normas o reglamentos relacionados con elprocedimiento.
g. Descripción del Procedimiento: Pasos detallados y secuenciales que deben seguirsepara llevar a cabo el procedimiento.
h. Registros Asociados: Mención de los registros o documentación necesaria pararespaldar la ejecución del procedimiento.
i. Indicadores de Desempeño: Posibles métricas o indicadores que se utilizarán paraevaluar la eficacia y eficiencia del procedimiento.
j. Revisiones y Actualizaciones: Información sobre cómo y cuándo se revisa y actualizael procedimiento para asegurar su vigencia.
k. Anexos: Cualquier documento adicional, formularios o apéndices necesarios para laaplicación del procedimiento.

Esta estructura proporciona coherencia y claridad en la documentación del sistema de gestiónde calidad, asegurando que los procedimientos sean comprensibles, aplicables y estén alineados con los principios de la norma ISO 9001:2015.

CAPÍTULO II
ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

2.1 Aspectos generales

En Ecuador, el sector de seguros desempeña un papel fundamental en la economía al impulsarel desarrollo económico. Según Jouvin (2018), el sector asegurador se configura como un inversor institucional, siendo capaz de captar ahorros a través de acuerdos contractuales. Estos recursos se canalizan hacia diversos mercados financieros, permitiendo la participación en las necesidades de financiamiento de distintos sectores de la economía. De este modo, lasempresas de seguros tienen la capacidad de intervenir en diversos mercados económicos delpaís.

Específicamente en el ámbito de las aseguradoras de vehículos, la operación se lleva a cabomediante contratos en los cuales el asegurador se compromete a pagar una cantidad definidaen caso de que ocurra un siniestro en el bien asegurado. Esta acción se presenta como una contraprestación al pago recibido. En esencia, esta actividad transforma los riesgos asociadosa los vehículos en pagos periódicos presupuestables. En otras palabras, busca compensar cualquier perjuicio económico derivado de eventos como colisiones, robos o accidentes relacionados con la circulación de vehículos. Sus coberturas son:

- Choques o volcaduras.
- Incendio, rayo o explosión.
- Robo total - Daños a terceras personas o propiedad ajena (responsabilidad civil).

En esta sección, se describen los aspectos generales de la empresa C.A. Broker Insurance, que opera en el sector de seguros de vehículos. Según la información proporcionada por la empresa, ostenta la mayor participación en el mercado de seguros en Ecuador. Su distintiva característica radica en brindar una oferta integral que abarca diversos servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Misión: En C.A. Broker Insurance, nos proponemos ser el socio de confianza para nuestros clientes en la gestión de riesgos y la protección patrimonial. Mediante nuestro compromiso con la excelencia, la innovación y la ética, buscamos ser reconocidos como líderes destacadosen la industria de seguros.

Visión: En C.A. Broker Insurance, aspiramos a ir más allá de los límites convencionales de la industria de seguros en Ecuador. Nos proponemos liderar con pasión y compromiso, con el objetivo de forjar un futuro en el cual cada persona, familia y empresa se sienta seguro y protegido frente a cualquier eventualidad.

Valores empresariales

1- **Integridad**: Actuamos con honestidad y transparencia en todas nuestras interacciones, manteniendo los más altos estándares éticos en cada decisión y acción.
2- **Orientación al Cliente**: Centramos nuestras acciones en las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Nos esforzamos por comprender sus desafíos y ofrecer soluciones de seguros personalizadas que aporten un valor real.
3- **Excelencia en el Servicio**: Nos esforzamos por alcanzar la excelencia en la prestación de servicios, comprometiéndonos a superar las expectativas de nuestros clientes mediante la eficiencia, la atención personalizada y una respuesta ágil.
4- **Trabajo en Equipo**: Valoramos la colaboración y el respeto mutuo. Trabajamos de manera conjunta para alcanzar objetivos compartidos, compartiendo conocimientos y experiencias en beneficio tanto de nuestros clientes como de la empresa.
5- **Objetivos Empresariales:**

1- Aumentar en un 10% la cartera de clientes en el año 2024
2- Reducir la cancelación de pólizas y que esta no exceda del 25%.
3- Establecer nuevas alianzas estratégicas con empresas

complementarias o afines conla cobertura de seguros.

El mercado de seguros vehiculares se encuentra dentro del sector de servicios destinado a consumidores,incluyendo tanto a individuos como a empresas. Un bróker de seguros actúa como el vínculoentre los asegurados (clientes) y las compañías aseguradoras. Su principal responsabilidad radica en asesorar a los clientes para que puedan encontrar las pólizas de seguros más idóneas, considerando sus necesidades particulares y su presupuesto disponible.

Licencia y Regulación:

C.A. Broker Insurance con la debida autorización y regulación otorgada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SuperCias) desde el 31 de octubre de 2022 y se mantieneen vigencia hasta la fecha actual.

2.2 Productos y servicios

C.A. Broker Insurance en la actualidad ofrece tres tipos de seguros:

- Asistencia médica (seguros de salud) para empresas y personas
- Transporte
- Vehículos

Asesoramiento Profesional: numerales

C.A. Broker Insurance proporciona asesoramiento profesional a sus clientes, analizando sus necesidades de seguros y recomendando las pólizas más adecuadas. Este servicio puede comprender la evaluación de riesgos vehiculares y la determinación de las cantidades de cobertura necesarias.

Acceso a Múltiples Compañías:

C.A. Broker Insurance a diferencia de las agencias de seguros que representan a una única compañía, el bróker tiene acceso a múltiples aseguradoras. Esto le permite comparar diferentes opciones y ofrecer a los

clientes una variedad de pólizas para elegir.

Negociación de Tarifas y Términos:

C.A. Broker Insurance tiene la capacidad de negociar tarifas y términos en nombre de sus clientes. Esto puede incluir la obtención de descuentos, ajustes en las primas y la gestión de reclamacionesen beneficio del asegurado.

Gestión de Reclamaciones:

C.A. Broker Insurance ayuda a sus clientes en el proceso de presentación y seguimiento de reclamaciones. Actúan como intermediarios entre el asegurado y la compañía de seguros para garantizar unaresolución eficiente.

Evaluación Periódica de Pólizas:

C.A. Broker Insurance revisa regularmente las pólizas de sus clientes para asegurarse que sigan siendo adecuadas a medida que cambian las circunstancias y necesidades del asegurado. Pueden ajustar las coberturas según sea necesario.

Educación al Cliente:

C.A. Broker Insurance proporciona información y educación a los clientes sobre diferentes tipos de seguros, términos, condiciones, y cualquier cambio en la legislación que pueda afectar sus pólizas.

Honorarios y Comisiones:

C.A. Broker Insurance obtiene ingresos a través de comisiones pagadas por las compañías de seguros por la venta de pólizas. También pueden cobrar honorarios directos a los clientes, dependiendo de los servicios prestados.

Tecnología y Plataformas Online:

C.A. Broker Insurance utiliza tecnología y plataformas en línea para facilitar la comunicación con los clientes, proporcionar cotizaciones rápidas y simplificar la administración de pólizas.

Confidencialidad y Ética:

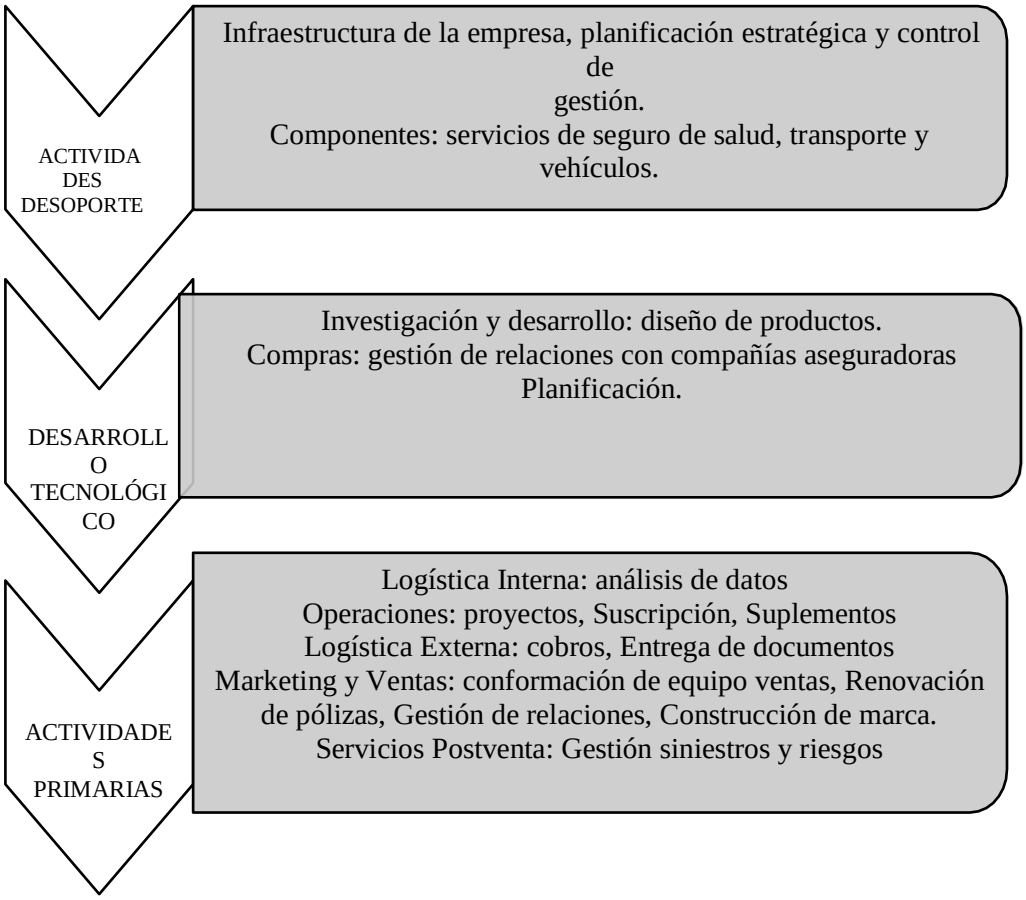
Los brókeres deben seguir altos estándares éticos y respetar la confidencialidad de la información de sus clientes. La confianza es fundamental en esta relación de servicio.

2.3 Cadena de valor

La empresa C.A. Broker Insurance cuenta con los procesos estratégicos cuya finalidad es definir las estrategias y alineación de sus objetivos, es así que cada uno de ellos serán totalmente dependiente de su entorno interno. En cuanto al funcionamiento de los procesos productivos estos se encuentran entrelazados con los procesos de venta, emisión, facturacióny cobranza reciben el nombre de postventa dentro del cual está el servicio al cliente, mientras que los procesos de apoyo son el soporte de la gestión del negocio.

Figura 5.

Manual de Procesos



Nota: Elaboración propia

g

Siguiendo esta cadena de valor, C.A. Broker Insurance adopta como propuesta de valor la entrega de un servicio caracterizado por su agilidad, proximidad y cumplimiento de lo ofrecido en la contratación de seguros vehiculares. Esto se respalda con un alto nivel de profesionalismo y calidad en el servicio proporcionado por sus colaboradores, a través de una comunicación rápida, efectiva y precisa, lo que asegura una pronta solución para la resolución de reclamos derivados de siniestros.

De acuerdo a esto, la fortaleza distintiva de la empresa radica en la ejecución de una estrategia de diferenciación, enfocada en la calidad del servicio, con especial énfasis en reducir significativamente el tiempo necesario para la resolución de reclamos, que se estima en un plazo de 8 a 10 días laborables. Además, se implementarán estrategias de distribución que incluyen la creación de un canal de marketing o canal de distribución. Este término refiere a un conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un servicio o producto a disposición del consumidor (Porter,2007).

2.4 FODA

A continuación, se exponen los resultados del análisis FODA, una herramienta de planificación estratégica que, según Ponce (2007), respalda a las organizaciones en la identificación de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Este análisis se divide en dos partes: el interno, enfocado en las fortalezas y debilidades de la organización, y el externo, centrado en las oportunidades y amenazas que enfrenta la entidad. Una vez identificados estos aspectos, es posible desarrollar estrategias para capitalizar las oportunidades y superar debilidades y amenazas. A continuación, se presenta el diagnósticodel FODA aplicado a C.A. Broker Insurance. (Ver figura 6):

g

Figura 6.

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Cuenta con personal de experiencia y conocimiento profundo del mercado asegurador. Cuenta con una cartera de clientes consolidada por más de tres años. Cuenta con agenciaminetos con las mejores aseguradoras del mercado ecuatoriano.	El continuo crecimiento del mercado de seguros le da las oportunidades a C.A. BROKER INSURANCE de poder expandir su cartera de clientes. Desarrollar y ofrecer nuevos productos de seguros innovadores para satisfacer las cambiantes necesidades del mercado. Oportunidades de expansión no solo de la ciudad de Cuenca sino a nivel del Azuay.	Falta de un manual de proceso para las emisiones de pólizas. Dependencia excesiva de la tecnologia puede resultar en vulnerabilidades ante los fallos del sistema o ciberataques. En un mercado competitivo, la falta de diferenciación de Bróker dificulta de que el cliente tenga claro cómo se maneja cada Bróker ofertando sus servicios.	Fluctuaciones en los mercados financieros pueden afectar la estabilidad y rentabilidad de las inversiones y productos de seguros. La entrada de nuevos competidores disruptivos como insurtechs, que utilizan tecnologías innovadoras y enfoques agiles que puede amenazar en la participación del mercado.

Nota: Elaboración propia

C.A. Broker Insurance presenta diversas fortalezas, entre las cuales se destaca su personal experimentado y con un profundo conocimiento del mercado asegurador, así como una cartera de clientes consolidada durante más de tres años y agenciamientos con algunas de lasmejores aseguradoras del mercado ecuatoriano. Las oportunidades se vislumbran en el continuo crecimiento del mercado de seguros, permitiendo a la empresa acrecentar su cartera y desarrollar nuevos productos innovadores para satisfacer las cambiantes necesidades del mercado, con posibilidades de expansión no solo en Cuenca, sino a nivel del Azuay. Sin embargo, enfrenta debilidades como

la dependencia hacia la tecnología, lo que puedegenerar vulnerabilidades ante fallos del sistema o ciberataques, así como la falta de diferenciación en un mercado competitivo. Además, la ausencia de un manual de procesos para las emisiones de pólizas constituye otra debilidad. En cuanto a las amenazas, la empresapodría enfrentar fluctuaciones en los mercados financieros, la entrada de competidores disruptivos, como insurtechs, y la posibilidad de reducción de gastos por parte de empresas e individuos en tiempos de recesión económica, impactando negativamente en la venta de productos de seguros.

Considerando los resultados del análisis FODA de C.A. Broker Insurance, se pueden proponer estrategias para capitalizar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, abordar lasdebilidades y mitigar las amenazas:

Fortalezas: Fortalecer continuamente el desarrollo ycapacitación del personal para mantener un alto nivel de experiencia y conocimiento en el mercado asegurador.

Estrategia de Fidelización: Consolidar aún más la cartera de clientes mediante programas defidelización y atención personalizada, aprovechando la experiencia y la relación establecidadurante más de tres años.

Estrategia de Alianzas Estratégicas: Maximizar la colaboración con las mejores aseguradoras del mercado ecuatoriano, explorando acuerdos que potencien la oferta de productos y servicios.

Oportunidades: Estrategia de Expansión Geográfica: Aprovechar el crecimiento del mercadode seguros para expandir la presencia no solo en Cuenca sino también a nivel del Azuay, explorando nuevas áreas y segmentos.

Estrategia de Innovación de Productos: Desarrollar y lanzar al mercado nuevos productos de seguros innovadores que se anticipen y satisfagan las cambiantes necesidades del mercado.

Debilidades: Estrategia de Diversificación Tecnológica: Reducir la dependencia excesiva de la tecnología mediante la implementación de

medidas que fortalezcan la ciberseguridad y reduzcan la vulnerabilidad ante fallos del sistema.

Estrategia de Diferenciación: Desarrollar una estrategia clara de diferenciación en un mercado competitivo, destacando los aspectos únicos y el valor agregado que ofrece C.A. Broker Insurance.

Estrategia de Documentación de Procesos: Implementar un manual de procesos para las emisiones de pólizas que estandarice y optimice las operaciones internas.

Amenazas: Estrategia de Diversificación de Inversiones: ante las fluctuaciones en los mercados financieros, diversificar las inversiones para mitigar riesgos y asegurar la estabilidad financiera.

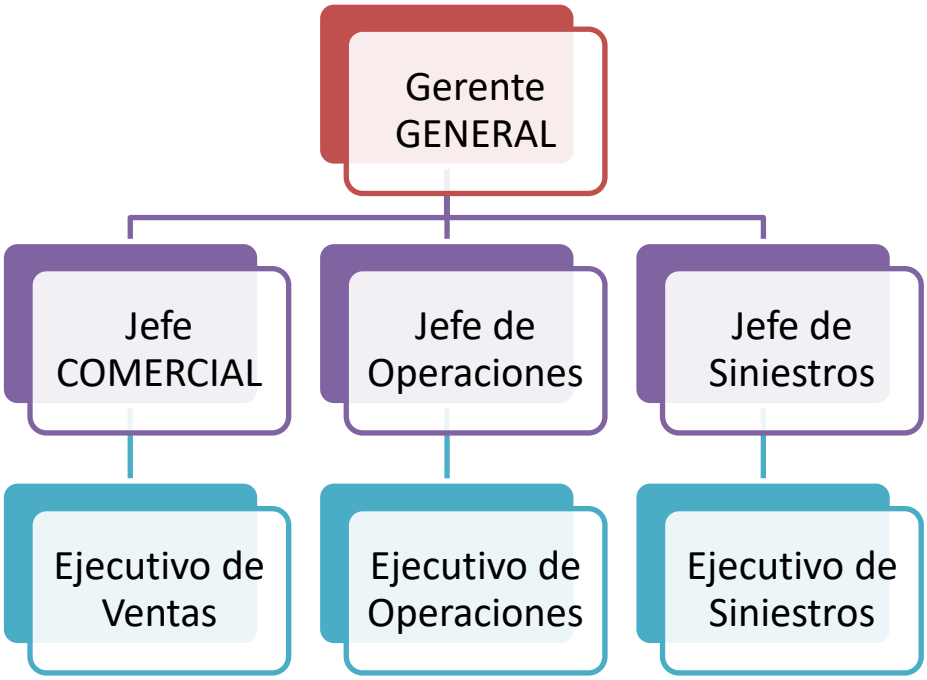
Estrategia de Adaptación Tecnológica: anticiparse a la entrada de competidores disruptivos, como insurtechs, mediante la adopción de tecnologías innovadoras y enfoques ágiles en los procesos internos (Craddock et al., 2023)

Estrategia de Valor Agregado en Recesión: en tiempos de recesión económica, enfocarse enofrecer productos y servicios que proporcionen un valor agregado a clientes potenciales, buscando mantener la demanda a pesar de posibles reducciones de gastos.

2.5 Organigrama

Figura 7.

Organigrama empresarial



Nota: Elaboración propia

Funciones principales:

Gerente General: es el encargado de planificar, coordinar, evaluar, medir y reestructurar losdiferentes procesos, actividades y tareas del resto de departamentos que conforman el área de operaciones, de esta manera se busca obtener procesos ágiles y eficientes que permitan incrementar la oferta de valor y servicio a los clientes.

Jefe Comercial: es la persona responsable del diseño, análisis, levantamiento, construcciónу análisis de indicadores y mejora continua de los procesos enfocados en proveer a todas las áreas y sobre todo mantener estándares altos para el servicio al cliente tanto a nivelexterno como interno de esta manera se alcanzará los objetivos de la empresa.

Jefe de Operaciones: se encarga de la administración, gestión y coordinación de las acciones encaminadas a establecer la innovación, administración de los recursos tecnológicos que buscan la consecución de los objetivos estratégicos.

Jefe de siniestros: coordina el correcto funcionamiento de las actividades dentro del área deoperaciones en Cuenca, de esta manera velará el cumplimiento de las políticas y procedimientos previamente establecidos en la empresa.

Departamento de ventas: su finalidad es ofrecer los planes de seguros de acuerdo a las necesidades de cada cliente, a más de ello establecerá relaciones positivas de manera que garantice el crecimiento de la empresa.

Departamento de Operaciones: se encarga de la planificación, dirección y sobre todo del cumplimiento de los objetivos planteados en el área de ventas, por tanto, llevará un control riguroso de los procesos a más de ello será capaz de tener una alta capacidad en la resolución de problemas.

Ejecutivo de Siniestros: es la persona encargada de derivar los casos de acuerdo al tipo de siniestro, así mismo establecerá los procedimientos de acuerdo a la necesidad, posteriormenterealizará un seguimiento, para brindar

un servicio según las necesidades del cliente, resolverálas dudas y consultas, procederá con el ingreso de siniestros a sistema, del mismo brindará un apoyo operativo al resto de ejecutivo.

Corredor de Seguros: es la persona que actúa como mediadora de seguros, en el cual, el futuro cliente se beneficia de sus conocimientos, servicio y deposita su confianza que el mismo le brinde una asesoría profesional e imparcial.

De acuerdo a la estructura organizacional de se puede apreciar que la estructura organizacional de C.A. Broker Insurance es funcional pues cada área mantiene ciertas funciones asignadas según su naturaleza, pese a ello el negocio se caracteriza por ciertas funciones integradas que responden a un flujo de proceso continuo que se desarrolla de acuerdo a un análisis y revisión de los tiempos, mismos que son monitoreados constantemente su cumplimiento se efectuará con exactitud.

CAPITULO III
METODOLOGÍA

3.1 Justificación.

Este trabajo se basa en un diseño de manual de procedimientos mediante y la normativa ISO9001: 2015, se partirá con un diagnóstico para identificar el estado actual de la empresa, la investigación se dividirá en dos momentos: estudio descriptivo, de acuerdo con Albán (2020) este tipo de investigación permite describir ciertas características de los grupos homogéneos de fenómenos, a partir de ciertos criterios sistemáticos que permiten establecer el comportamiento de lo estudiado, de esta manera proporciona información comparable conotras Notas.

El Manual de Procedimientos, permitirá que la empresa C.A. Broker Insurance desarrolle adecuadamente sus actividades partiendo por establecer responsabilidades para los trabajadores de cada área, de esta manera se generará información útil, estableciendo medidas de control, y sobre todo respondiendo a los objetivos empresariales, y por tanto sea una herramienta de apoyo que permita a la empresa cambiar y lograr mejores resultados en cuanto a calidad y eficiencia.

Esta investigación contribuye a mejorar los procesos a la empresa C.A. Broker Insurance, a la vez la misma mejore sus procesos y alcance las normas de calidad que propone la norma ISO 9001:2015, por tanto, incluir un Manual de Procedimientos requiere proporcionar al departamento de ventas la información respecto del procedimiento a cumplir en el aseguramiento de los vehículos y por tanto puedan ejecutar las diferentes acciones de acuerdoal tipo de siniestralidad.

Este trabajo tiene como finalidad presentar de forma precisa el desarrollo de las actividades que son el apoyo del área comercial, administrativa y financiera relacionadas con los clientes, respecto a la vinculación de pólizas de seguro, gestión de facturas electrónicas,

documentación de clientes. Pues al llevar a cabo el diagnóstico empresarial se identificó falencias en los procesos lo que estaba ocasionando retrasos y falta de uniformidad en su ejecución.

Tomando en cuenta esta realidad, la pertinencia del Manual de Procedimientos es fundamental para que la empresa alcance el correcto funcionamiento incluyendo y de esta manera se cumpla sus metas y objetivos, por tanto, un conocimiento oportunoy la información sobre cómo implementar los diferentes procesos debe ser una prioridad para

C.A. Broker Insurance, desde los principios de la eficiencia, eficacia y economía.

La propuesta de un manual de procedimientos plantea ser una construcción teórica en tornoa la relación entre la calidad del servicio vs la gestión de procesos a partir de esa relación se analizará y practicará oportunamente cada proceso, para lo cual se ha tomado en cuenta lo siguiente: el conocimiento y estudio de la empresa, luego el estudio metodológico que abarca el detalle de cada procedimiento incluyendo todos los procesos realizados en la empresa considerandola necesidad de las acciones correctivas en caso de ser necesarias así mismo aprovechar las ventajas que surgieran en áreas de gran interés.

La elaboración de este manual beneficia directamente a la empresa y a sus clientes, en lo querespecta a la metodología responde a un diseño útil y práctico de implementar de manera que facilitará la administración de procesos eficientes respecto a la protección de los vehículos, adicionalmente, se tendrá como base la Ley General de Seguros lo quepermite de que se pueda replicar en otros brókeres.

3.2 Procedimiento

El diseño del manual de procedimientos para la empresa responderá a las siguientes etapas:

Planear: se definirá los planes, la visión de la empresa sobre todo a

dónde quiere llegar a mediano y largo plazo. Cuando se ha identificado el objetivo se procederá a levantar un diagnóstico para conocer la situación actual de la empresa, posteriormente se presenta una teoría para una posible solución, y con ella se establece un plan de trabajo.

Hacer: se procederá a aplicar un plan y a observar los procesos a partir de la planificación sistemática de las actividades, para lo cual se ejecutará las tareas pertenecientes al plan, se reitera la importancia de la competencia y entrenamiento del personal que labora en la empresa.

Verificar: se discutirán las estrategias propuestas para posteriormente compararla con lo queya se ha planificado.

Actuar: tras analizar las estrategias que guiarán el Manual de Procesos, así mismo se aplicarán correctivos en caso de ser necesarios, y principalmente se buscará la mejora continua para cada proceso.

A la vez es importante acotar que el Manual de Procedimientos responderá a una filosofía demejora continua, el cual abarcan las técnicas y métodos para alcanzar una gestión competitiva y todos ellos serán documentados detallando la responsabilidad de cada trabajador, es necesario recalcar que C.A Bróker Insurance busca alcanzar la norma de calidad ISO, en la misma seencuentran los procesos de planificación, control de los procesos, además de todas las especificaciones técnicas.

Para el manual de procedimientos, se presentarán a detalle los procesos tales como: pólizas de seguro de vehículo, nómina de clientes, convenios establecidos, organización técnica y administrativo. Luego se procederá con el diseño del Manual partiendo por detallar todos losprocesos relacionados con las pólizas desde la solicitud (inspección y emisión), procesos involucrados en las pólizas de cumplimiento (emisión, estudio y creación de pólizas).

Del mismo modo se lleva a cabo una breve descripción del área administrativa de la empresa, los pasos para el proceso para el financiamiento

de pólizas de vehículos.

3.3 Alcance

El método que guio la investigación fue deductivo, según Hernández et al. (1997) refiere a un proceso en el cual se recurre a un razonamiento que va desde lo más general y lógico, apoyado de leyes y principios hasta llegar a un hecho concreto, el cual permitió extraer conclusiones a partir de una serie de principios que permitieron responder a la solución a la cual se quiere llegar. El paradigma que guio esta investigación fue interpretativo de acuerdocon Martínez, (2013) el mismo parte de las disciplinas del ámbito social a partir del estudio de problemáticas que no se pueden comprender solamente con lo cuantitativo, y se refuerza con el análisis hermenéutico.

El tipo de Investigación utilizado para la elaboración del Manual de Procedimientos, tiene un alcance exploratorio, con los resultados se llegará a un punto de convergencia a partir de los datos suministrados, para lo cual se considera las Notas primarias y secundarias, tales como observación, herramientas diagnósticas como el FODA, análisis de los procesos, el análisis de la legislación correspondiente a la norma ISO 9001:2015.

Se recurrió al siguiente método de investigación:

Investigación Histórica: tiene la finalidad de reconstruir la realidad basándose en la objetividad, a partir de evidencias documentales de acuerdo a la situación de la empresa, paralo cual se tomará en cuenta a Notas secundarias y primarias, con esta información se analizará la información a nivel interno y externo, así mismo se tomará en cuenta el comportamiento año tras año.

3.4 Método de trabajo

Inicialmente se llevó a cabo el análisis situacional de la empresa a nivel interno y externo, ello con la finalidad de conocer los factores importantes como las fortalezas, oportunidades,debilidades y amenazas de la organización; siendo este análisis esencial para definir las acciones a tomar y establecer los objetivos a alcanzar en el Manual de Procedimientos.

Por lo anterior, se considera el análisis FODA, reconocido como una herramienta de planificación estratégica que ayuda a las organizaciones a identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. De acuerdo con Quigley (1996) el análisis FODA se divide en dos partes: el análisis interno, que se centra en las fortalezas y debilidades de la organización, y el análisis externo, que se centra en las oportunidades y amenazas que enfrenta la organización, una vez identificadas estas partes se pueden desarrollar estrategiaspara dar cumplimientos a los objetivos propuestos.

Finalmente, se plantean los objetivos del Manual de Procedimientos, se analizaron los objetivos de la investigación y coherentes con el público objetivo mediante campañas duranteun año calendario. Por ende, se realiza el planteamiento de los indicadores para evaluar la efectividad de los procesos comunicativos de la empresa. Es importante establecer indicadores medibles de gestión y de impacto para cada objetivo de comunicación y hacer ajustes si es necesario (Aljure, 2015).

CAPÍTULO IV

MANUEAL DE PROCEDIMIENTOS

4.1 Desarrollo

La importancia del Manual de Procedimientos en C.A. Broker Insurance permite detallar cada actividad de la empresa con las áreas o unidades responsables cuya finalidad es incrementar la satisfacción del cliente. Por lo cual en este manual se describen los procesosde la empresa en mención de forma clara y dinámica que facilita la comprensión, aporta al control interno, pero principalmente mejora el proceso en la adquisición del seguro.

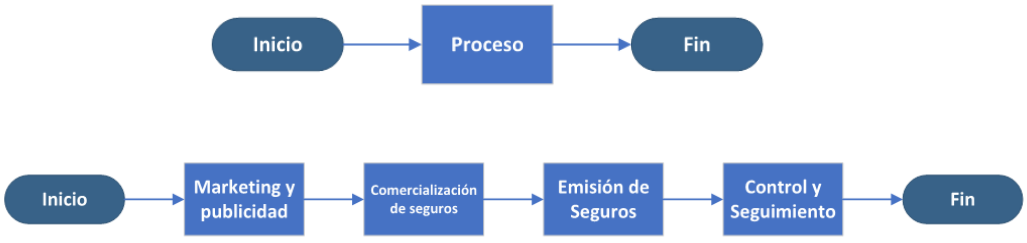
4.2 Alcance

El objetivo del aseguramiento de los vehículos busca determinar y clasificar la emisión de pólizas según el tipo de vehículos, así mismo aporta a determinar y gestionar la contratación mediante la adquisición de nuevas pólizas de seguros, mantener la información actualizada y posteriormente ser capaces de analizar índices de siniestralidad.

A continuación, se presenta un gráfico de procesos clave de C.A Broker Insurance.

Figura 8.

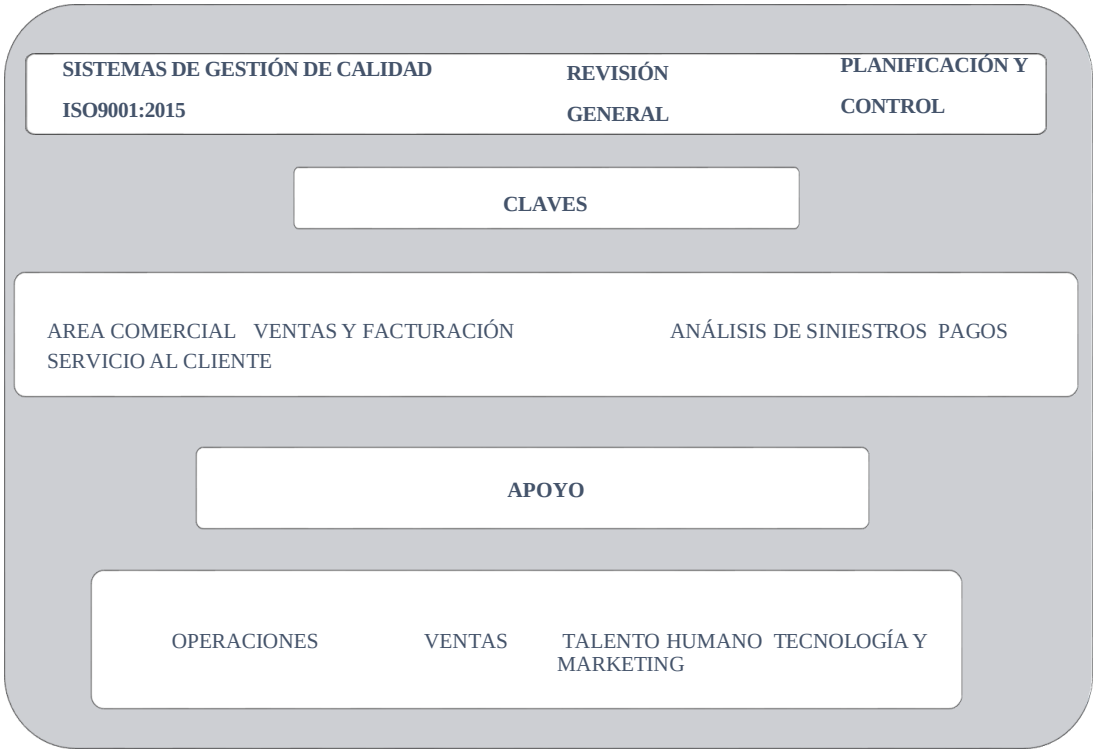
Identificación de los procesos de apoyo



Nota. Elaboración propia.

4.3 Actividades del Manual

A continuación, se presenta las partes que contendrá el Manual de Procedimientos:



Nota. Elaboración propia

4.4 Procedimiento

El proceso da inicio con la recepción de datos de los vehículos que requieren cobertura, posterior a ella analizar cada uno de ellos y las diferentes pólizas que contratarán su aseguramiento. Luego se procederá a identificar los procesos clave y de apoyo acompañadode los subprocesos partiendo del análisis de la situación actual de la empresa de la siguientemanera:

Tabla 1.

Procesos clave.

PROCESOS CLAVE	
PROCESO	**SUBPROCESO**
Departamento de Marketing	Marketing y Publicidad
Departamento de Ventas y Facturación	Emisión y renovación de pólizas
Departamento de Cobranzas	Gestión de cobro de pólizas
Departamento de Siniestros	Análisis de siniestralidad

Nota. Elaboración propia

A continuación, se detalla los procesos de apoyo que tomará en C. A Broker Insurance

Tabla 2.

Procesos de apoyo

PROCESOS DE APOYO	
PROCESO	**SUBPROCESO**
Proveedores	Aseguradoras
Financiero	Contabilidad
Talento Humano y Administración	Selección del personal de ventas
Marketing	Software, equipos audiovisuales

Nota. Elaboración propia

4.4.1 Marketing y Publicidad

Este procedimiento se diseña con el objetivo de que la empresa C.A Broker Insurance se posicione a conocer a nivel local y de esta manera ser competitiva en el mercado de seguros de vehículos, para lo cual es necesario diseñar estrategias de publicidad.

Las estrategias se diseñarán de acuerdo al presupuesto destinado por

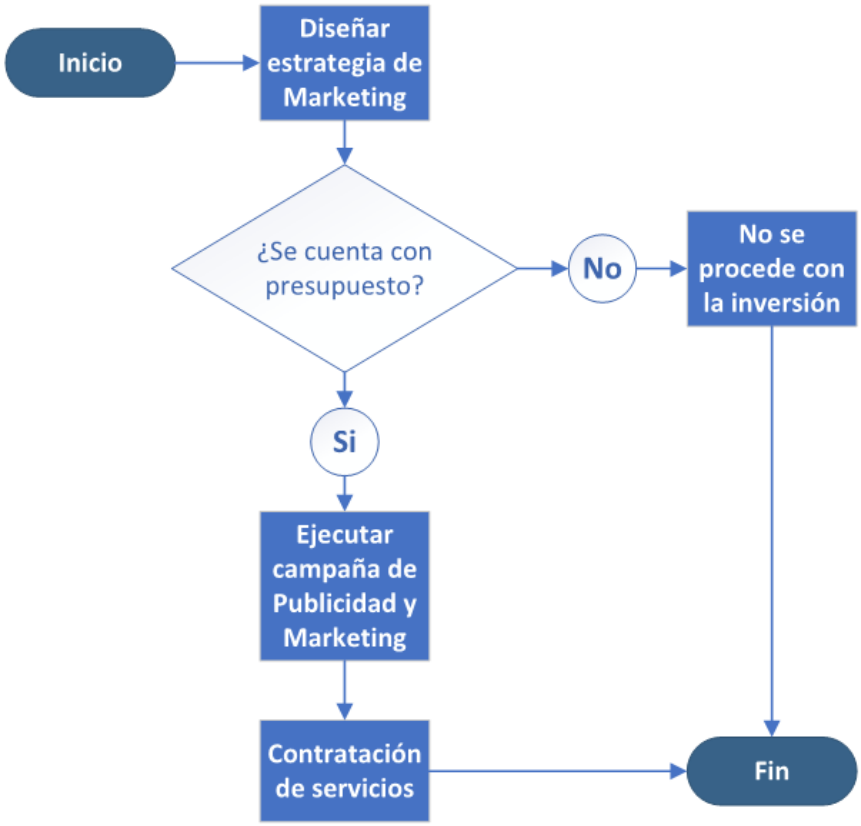
la gerencia se recurrirá a promociones a nivel offline como: publicidad en la prensa escrita, publicidad en radios, a nivel online se creará una página web en lo cual se detalle los servicios que ofrece C.A Broker Insurance, se creará una fan page con la finalidad de posicionar la marca.

Recursos

- Talento Humano, Gerencia
- Equipos y Suministros

Figura 9.

Subproceso de Marketing y Publicidad



Nota: Elaboración propia.

La determinación de los procesos se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 3.

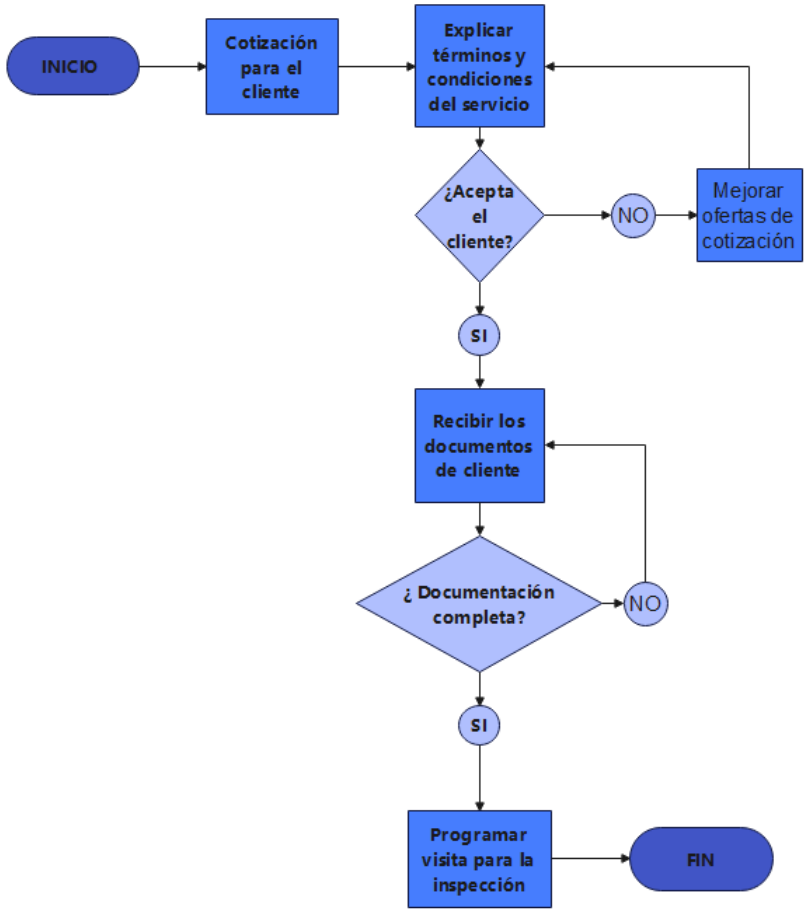
Procesos a analizarse

PROCESOS A ANALIZARSE	
PROCESO	**SUBPROCESO**
Área Comercial	Asesoría para la comercialización
Facturación y ventas	Emisión y Renovación de pólizas

Es importante detallar los procesos en la emisión de pólizas situación actual.

Figura 10.

Subproceso de comercialización de seguros.



Nota: Elaboración propia.

Tabla 4.

Proceso emisión de seguros

Actividades	**Responsable**
El corredor explica las necesidades	Corredor de Seguros
Detalla las actividades de los seguros	Corredor de Seguros
Da a conocer los términos, condiciones del servicio	Corredor de Seguros
Se programa la visita al cliente	Agente Vendedor
Se envía a información al departamento de ventas	Agente Vendedor
La aseguradora envía la póliza al corredor	Supervisor
El corredor envía la póliza al cliente	Corredor de Seguros

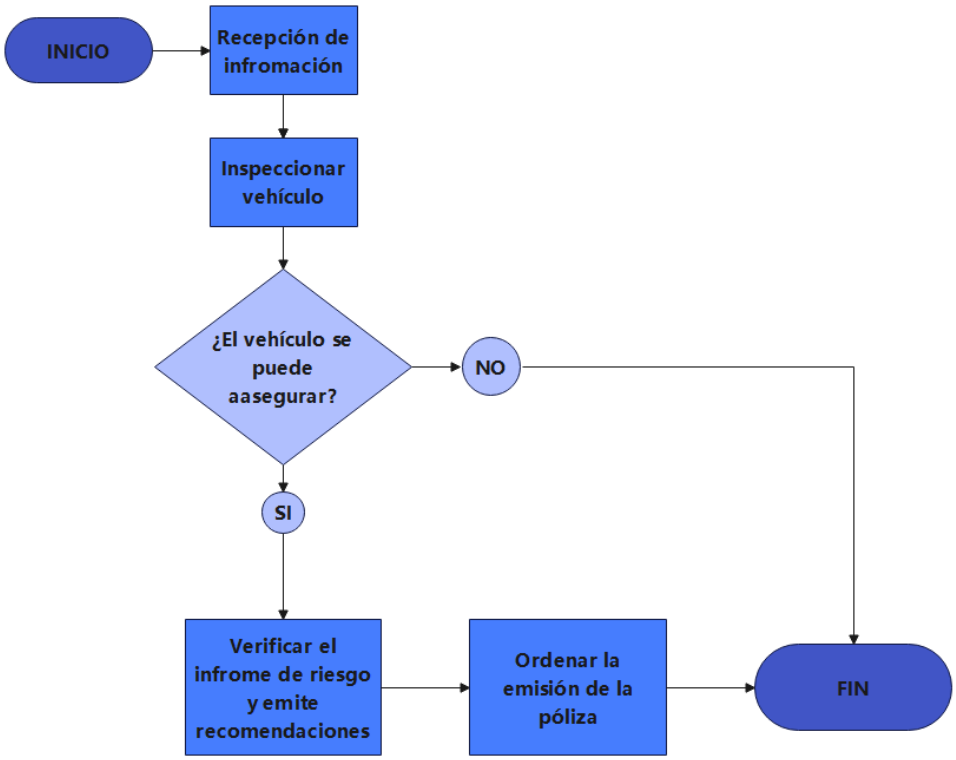
Nota: Elaboración propia

4.4.2 Proceso de emisión de póliza

En la emisión de una pólizas de seguros inicia con la verificación de la visita a los clientes con el fin de realizar el análisis de riesgo, luego se procede a identificar los bienes y evaluar la siniestralidad, con esta información se emiten recomendaciones al cliente, luego definen los plazos la cobertura de seguros según los acuerdos, tomando en cuenta las siguientes dimensiones: detalles de visitas programadas, detalle de bienes con sus respectivos avalúos y documentación de soporte, se procede a detallar las pólizas emitidas.

Figura 11.

Subproceso de emisión de póliza.



Nota: Elaboración propia

4.4.3 Renovación de póliza

En el proceso de renovación de póliza: consiste en brindar un seguimiento a los clientes queya poseen pólizas y las cuales se encuentran próximas a vencer, el corredor realizará un proceso de análisis de los contratos ya existentes, además se procederá a renegociar contratos próximos a vencer esto con el fin de mantener el interés del cliente.

4.4.4 Análisis del riesgo

En una empresa aseguradora de vehículos es indispensable llevar a cabo una correcta evaluación de riesgos, para lo cual en este manual se ha considerado elaborar una matriz de riesgo a nivel operativo y estratégico, la cual presenta las siguientes características: flexibilidad, facilita un diagnóstico objetivo de los factores de riesgo, permite comparar áreasy actividades.

Tabla 5.

Matriz de riesgo

Procesos clave	Factores de Riesgo	Índices	Nivel de Riesgo	Consecuencia
Seguimiento al cliente para cerrar la venta	Precios más bajos ofertados por otras aseguradoras	Eficiencia y eficacia	Medio	Se presenta al cliente los beneficios de C.A. Broker Insurance

Nota: Elaboración propia

A continuación, se detallan los indicadores que permitirán evaluar el impacto del Manual de Procedimiento.

Este tablero de control es una herramienta gerencial cuyo objetivo principal es presentar de manera clara y concisa el estado actual de uno o varios elementos de medición., tales como indicadores, planes, estrategias e iniciativas, dentro del ámbito de gestion de C.A. BROKER INSURANCE. (Orozco)

Tabla 5.

Indicadores de Proceso

	Objetivo	**Fórmula**	**Seguimiento**	**Meta**	**Frecuencia de medición**	**Responsable**
Ventas	Comercializar los servicios de la empresa para alcanzar las necesidades de los clientes	Total de personas interesadas/ total de personas asesoradas *100	Evaluación mensual sobre elnivel de captación de los futuros clientes	75%	Mensual	Corredor
Visitas programas	Reducir los tiempos destinadas a las visitas	Tiempo empleado/ Tiempo programado	Coordinar los tiempos y recursos necesarios para laprogramación de visitas	<1 hora	Semanal	Gerencia
Nivel de satisfacción	Incrementar el nivel de satisfacción en emisión de pólizas	Nivel de satisfacción real/ Nivel de satisfacción deseado x 100	Evaluación y determinaciónde procedimientos óptimos para incrementar el nivel desatisfacción.	90%	Mensual	Gerencia
Renovación de póliza	Mantener un nivel alto de clientes interesados	Total, de clientes renovados /Total de clientes en espera a renovar su seguro *100	Evaluación y determinación de renovaciones para mantener la fidelización	>75%	Anual	Gerencia
Nivel de atención al cliente	Tiempo de atención al cliente	Tiempo programado/ Tiempo empleado	Evaluar los parámetros de la relación entre la empresa y el cliente	>75%	Mensual	Gerencia

Nivel de ventas	Incrementar el nivel de ingresos	Ventas esperadas/ (Ventas reales $/Ventas planificadas en $ *100)	Gerencia establecerá estrategias para la obtenciónde ingresos previamente presupuestados	90%	Semestral	Gerencia
Fidelización de clientes	Mantener la fidelización de clientes	Ingresos – Gastos/ Gastos	Establecer acuerdos y beneficios para fidelizar Clientes	90%	Anual	Gerencia

Nota: Elaboración propia

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El Manual de Procedimientos diseñado para la empresa C.A Broker Insurance desempeñará un papel crucial al eliminar procesos superfluos, permitiendo así el cumplimiento eficaz de los plazos establecidos. En simultáneo, proporcionará una comunicación clara entre los departamentos Comercial, Operaciones y Siniestros, asegurándose de que estén debidamente informados sobre la documentación necesaria para la aprobación y emisión de pólizas. Este enfoque evitará posibles demoras, optimizando cada fase del proceso de conformidad con las directrices de la norma ISO 9001:2015, con el resultado esperado de mejorar la satisfacción del cliente.

Se ha contemplado la elaboración de un Manual de Procedimientos que aborde dimensiones críticas, tales como el número de riesgos vehicular a asegurar o modificar. Este manual sefundamenta en la generación de información detallada, ordenada e integral acerca de todas las políticas, funciones y procedimientos relacionados con las operaciones y actividades de la empresa, las cuales han sido levantadas y redactadas en este proyecto de titulación.

El diseño específico del manual, focalizado en el departamento de emisión de C.A Broker Insurance, plantea la estandarización de procesos. Este enfoque no solo garantiza la coherencia en la ejecución de tareas, sino que también facilita que las operaciones estén alineadas con los objetivos empresariales predefinidos.

Este proyecto de investigación está orientado hacia la mejora de la calidad en los servicios que C.A Broker Insurance ofrece a sus clientes basados en procedimientos claros y eficientes. La meta subyacente es la optimización de recursos, con la perspectiva deaumentar la rentabilidad a mediano y largo plazo.

Recomendaciones.

El diseño del Manual de Procedimientos no solo estableció las bases fundamentales,sino que también sentó los cimientos para la futura ejecución de cada subproceso. Este enfoque se complementó con una evaluación periódica, adaptada a las cambiantes necesidades de la empresa.

Se sugiere la implementación de programas de capacitación para el personal de ventascon el objetivo de mejorar sus habilidades y lograr eficiencia en los procesos. Asimismo, escrucial coordinar con el departamento de Operaciones la contratación del personal, considerando su experiencia y evaluando el riesgo de siniestralidad en el proceso de emisiónde pólizas. Este enfoque integral contribuirá a fortalecer la capacidad del equipo y a optimizarla gestión de riesgos asociados al proceso de aseguramiento.

Es esencial definir y fortalecer las funciones, políticas y procedimientos de acuerdo con las operaciones específicas de la empresa. Esta medida busca lograr la estandarización yregulación de tareas, adaptándolas a las necesidades particulares de la organización. Al hacerlo, se establece un marco coherente que contribuye a mejorar la eficiencia y la consistencia en la ejecución de actividades, alineándolas de manera más precisa con los objetivos y requisitos particulares de la empresa.

Se sugiere la implementación de indicadores de gestión para cada proceso, ya que esto facilitará el monitoreo continuo del desempeño de las actividades. En caso de ser necesario, se podrán tomar medidas correctivas de manera oportuna. Además, se hace imprescindible instaurar un sistema de gestión por procesos que cumpla con los estándares de calidad establecidos por la norma ISO 9001:2015. Este enfoque sistemático no solo garantiza la conformidad con las normativas, sino que también contribuye significativamentea mejorar la satisfacción del cliente.

Bibliografía

Actuaria. (2022). *La gestión de riesgos en las empresas del mercado asegurador.* Obtenidode https://actuaria.com.ec/es/la-gestion-de-riesgos-en-las-empresas-del-mercado- asegurador/

Aguilar, A., & Muñoz , C. (2019). *Indicadores de calidad en el sector asegurador.* Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: https://intercostos.org/documentos/congreso-07/Trabajo156.pdf

Albanez, A. (2018). *ISO 9001:2015 base para la sostenibilidad.* Obtenido de RevistaVenezolana de Gerencia; 22(80):1-14: https://www.redalyc.org/journal/290/29055967003/29055967003.pdf

Aljure, A. (2015). *Plan Estratégico de Comunicación.* Cataluña: UOC.

Armijo, P. (2014). *Estudio de la emisión de pólizas de vehículos livianos en el.* Obtenido deRepositorio Universidad SEK: file:///F:/TESIS%202015%20JESS%20KEY/Tesis%20seguro%20de%20v

Bastidas, J. (2017). *Modelo de gestión de calidad en las empresas de seguros.* Obtenido deRepositorio UniAndes : https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8313/1/TUBADM028-2017.pdf

Benítez, L., Valenzuela, C., & Bonin , E. (2021). *Manual de procedimientos para laemisión de pólizas y suplementos de MAPFRE ATLAS ATLAS Compañía de Seguros.* Obtenido de Revista Acvenispro: https://acvenisproh.com/revistas/index.php/prohominum/article/view/248/638

Cardona, R., & Orozco, J. (2004). *Estudio sobre la competitividad del sector asegurador ysus implicaciones estratégicas.* Obtenido de Repositorio UNAB: https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2019/2004_Tesis_Car dona_Acevedo_Reinaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castillo, C. (2012). *Diseño e implementación de un sistema contable.* Obtenido deRepositorio Universidad Central del Ecuador : http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/753

Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros. (2020).
Libro III: Sistema de Seguros Privados. Res.586-2020-S-30-06-2020.

Craddock, C., Marchi , J., & Morales, J. (2023). *Reporte Global de Seguros.* Obtenido de https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/insurance/global%20insurance%20report%202023%20capturing%2

0g rowth%20in%20latin%20america/global-insurance-report-2023-capturing-growth- in-latin-america-spanish.pdf

Cruz , F., López , A., & Ruiz , C. (2018). *Sistema de gestión ISO 9001-2015.* Obtenido deRevista Ingeniería, Investigación y Desarrollo; 17(1):1-20: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6096091

Eras , A., & Redrobán , A. (2019). *Evolución del mercado de seguros en Ecuador.* Obtenido de Revista Israel : https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/366/321

Henriquez, C. (2015). *Análisis del mercado de seguros para vehículos a nivel nacional* . Obtenido de Universidad Católica Santiago de Guayaquil : http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4880/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES- 192.pdf

Hernández , R., Fernández , C., & Baptista , P. (1997). *Metodología de la Investigación.* Obtenido de Mc Graw Hill: https://josetavarez.net/Compendio-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf

ISO 9001: 2015. (s.f.). Obtenido de

https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:esJouvin, C. (2018).

Impacto de las compañías de seguros en Ecuador, evolución en influencia en la economía del pais . Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral : https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10393/4/Impacto%20de%20 las%20Compa%C3%B1ias%20Seguros%20en%20Ecuador.pdf

Martinez , J., & Espinoza , M. (2014). *Atributos relevantes de calidad en el servicio y suinfluencia hacia la lealtad de la marca.* Obtenido de Revista Contaduría y Administración, 59 (3): 285-306: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422014000300011

Martínez, V. (2013). *Paradigmas de Investigación* . Obtenido de Manual multimedia parael desarrollo de trabajos de investigación: https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf

Martoglio, B. (2015). *Análisis de la norma ISO 9001-2008.* Obtenido de RepositorioUniversidad de VillaMaria : http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=1163

Mordor Intelligence . (2023). Obtenido de Análisis del tamaño y participación del mercadode seguros de automóviles, tendencias y pronóstico de crecimiento :

https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/global-motor-insurance- market

Ortiz, R. (2023). *Plan de Mejora de calidad mediante la gestión por procesos y la normativa ISO 9001-2015.* Obtenido de Repositorio Universidad Politécnica Salesiana : https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25282/1/UPS-GT004479.pdf

Ponce, H. (2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas.* Obtenido de Revista de Enseñanza eInvestigación en Psicología, 12 (1): 1-20 : https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf

Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva.* Argentina: REI.

Porter, M. (2007). *La ventaja competitiva.* Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf

Quigley, J. (1996). *Visión: cómo la desarrollan los líderes, la comparte y la sustentan.*
Colombia: Mc Graw Hill.

Revista América Economía. (2022). Obtenido de Ecuador: Aseguradoras de vehículos excluyen modelos y marcas de sus servicios por pérdida técnica de US$ 10 millonesen robo hasta julio: https://www.americaeconomia.com/negocios-e- industrias/ecuador-aseguradoras-de-vehiculos-excluyen-modelos-y-marcas-de-sus-servicio#:~:text=Al%20cierre%20de%202022%20la,%2C8%25%20del%20mercado%20total

Romero , G., & Romero , J. (2006). *Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo.* Obtenido de Revista de Ciencias Sociales,12 (3):1-15: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000300011

Sánchez, J., Seminario , A., & Oruna , A. (2021). *Responsabilidad social y la gestión decalidad: Empresa Peruana de Seguros.* Obtenido de Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11 (21): 1-20: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117

Segarra , J., & Murillo , D. (2021). *Desarrollo y gestión de riesgos del Sector Aseguradoren el EcuadoR.* Obtenido de Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6 (12): 273-303: https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967012/html/

Superintendencia de Compañías . (2018). Obtenido de

https://www.google.com/search?q=https%3A%2F%2Freporteria.supercias.gob.ec% 2Fportal%2Fcgi-bin%2Fcognos.cgi%23&sca_esv=588873340&sxsrf=AM9HkKl91TdRjRuW5BmeM-bBhTXyKRoZrA%3A1701992323751&source=hp&ei=g1dyZbuvLLKiur8P24WdwAI&iflsig=AO6bgOgAAAAAZXJlk2Nq8myL8Yn

Veloz, N. (2014). *ISO, Diseño de un modelo de gestión basado en la norma.*

Obtenido deRepositorio Universidad Andina:

https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4152/1/T1479-MBA-Veloz-

Universidad Católica de Cuenca

AUTORIZACION DE PUBLICACION EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Yo, **Cristóbal Santiago Arévalo Tamayo** portador de la cédula de ciudadanía N.º **0106737679**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **"MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA EMISIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS DE VEHÍCULOS BASADO EN LA NORMA ISO 9001: 2015 PARA C.A BROKER INSURANCE"** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, Así mismo; autorizo a la Universidad para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 14 de marzo de 2024

F: .....

Cristóbal Santiago Arévalo Tamayo
0106737679