



**INSTITUTO DE NEGOCIOS
“HUMANE”**

**“ PROPUESTA DE ELABORACION DE UN
PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA
BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA
PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023.”**

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE
TECNÓLOGO SUPERIOR EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

HERNÁN EDUARDO DÁVILA RAMOS

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO “PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023”		
AUTOR/ES: Hernán Eduardo Dávila Ramos	TUTOR: Econ. Andrés Alprecht Quiroz, MBA	
INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios “HUMANE”	FACULTAD: Administración	
CARRERA: Administracion de empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN: junio de 2022	Nº DE PÁG:	
ÁREA TEMÁTICA: Seguros médicos de gastos mayores, marketing,		
PALABRAS CLAVES Prima, Agencia, Deducible, cobertura, contrato.		
RESUMEN: La idea de crear un plan de marketing nace de la pérdida de clientes corporativos desde el año 2020 y a la falta de integración de la información que tienen las compañías de seguro al momento de generar nuevos contratos lo cual impide a las compañías de seguro realizar un análisis efectivo sobre los clientes potenciales que desean adquirir los servicios.		
Nº DE REGISTRO: A-EC-06-02	Nº DE CLASIFICACIÓN: A-EC-06-02	
DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI X	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail: hernandavila@es,humane.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA	
	Teléfono: (04) 288 2710	
	Mail: cpazmino@humane.edu.ec	

AGRADECIMIENTO

El trabajo realizado y la culminación de mis estudios son fueron realizados gracias a la motivación obtenida por parte de mi familia por lo tanto el título y el trabajo los dedico a ellos y en especial a mi hija Luciana la cual se convirtió en mi fuerza para superar cualquier adversidad que encuentre en la vida.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo y todo mi esfuerzo a través de los años a mi esposa, mis padres, hermanos e hija ya que gracias al apoyo incondicional de cada uno de ellos he alcanzado un objetivo más en mi vida profesional.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Santiago de Guayaquil, junio de 2022

Yo, **Hernán Eduardo Dávila Ramos** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios "HUMANE", según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Hernán Eduardo Dávila Ramos

C.I: 0916966567

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Santiago de Guayaquil, junio de 2022

Certifico que el trabajo titulado “PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A PARTIR DEL AÑO 2023 ha sido elaborado por **HERNÁN EDUARDO DÁVILA RAMOS** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

Econ. Andres Alprecht Quiroz, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto propuesto tiene como finalidad reestructurar el área de grupos corporativos de la compañía Best Doctors tomando en consideración que la venta de los corporativos ha disminuido considerablemente a raíz de la pandemia, dos de los cambios más importantes para el departamento será crear una fuerza de ventas interna y el producto corporativo hecho a la medida del cliente.

Actualmente las ventas se manejan de forma externa por lo cual la compañía no cuenta con métodos para generar estrategias que puedan incrementar las ventas de un producto específico.

La inversión inicial para el proyecto es de \$63,200.00 dólares americanos de los cuales el 50% será financiado mediante préstamo bancario a una tasa de interés del 12%, de acuerdo con los cálculos realizados, el payback dentro del primer trimestre del año. El proyecto cuenta con una TIR de 1328,40%.

El proyecto además de brindarle a la compañía un flujo de dinero adicional generará empleo para las personas de la ciudad de Guayaquil y brindará la oportunidad de que empleados puedan obtener seguro médico de alta calidad.

ABSTRACT

The marketing plan stems from the loss of corporate clients since 2020 and the lack of integration of the information that insurance companies have when generating new contracts, which prevents insurance companies from performing analyses on potential customers who want to purchase the services.

Best Doctors Empresa de Medicina Prepagada is a company in Ecuador with headquarters in Guayaquil. The company was founded on July 2, 2008. The company sells medical insurance plans for major expenses with coverage in Latin America and worldwide under the current law regulating prepaid medicine and medical assistance companies (Assembly National, 2016).

The company has two available products: individual and corporate health insurance products.

In Ecuador, 30 companies provide coverage for health-related claims; due to the pandemic, many companies chose to improve their digital services, reducing the time for creating new contracts. Unlike in previous years, the process became more agile in all companies, but with the constant change of new coverages, the claims rate has increased, which affects the price of premiums at the national level.

The project seeks to develop an internal and external analysis and determine strategies that generate an increase in sales of corporate contracts and strategies that can mitigate the financial blow due to annual claims. A vital point that will be analyzed is strategic alliances with agencies and the competition. Create an exploration base for future research related to the marketing plan and its relationship with the sales of prepaid medical plans.

Índice

Capítulo 1: Diseño de la investigación.	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA	4
1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	4
2. OBJETIVO GENERAL	4
2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
2.2 JUSTIFICACION	5
3. Marco Teórico:	6
3.1	6
Contrato de seguros médicos y sus actores.	6
3.2 Estrategias de comerciales y de marketing.	7
3.3 Evaluación médica y su relevancia para las compañías de seguro.	8
3.4 Capacitación del personal: Importancia e impacto en las empresas	9
3.6 Siniestralidad: Concepto e impacto sobre el rol de las compañías de seguro.	11
3.7 Incremento en el precio de las primas y su incidencia en el mercado.	12
4. Marco Conceptual	14
5. Descripción de la empresa actividad y proyecto.	16

6. Visión	17
7. Misión	17
8. Valores	17
9. Objetivo General	18
9.1 Objetivos Específicos	18
10. Canvas	18
10.1. PROPUESTA DE VALOR	1
10.2 SEGMENTO DE CLIENTE	1
10.3 CANALES DE COMUNICACIÓN/DISTRIBUCION	1
10.4 RELACION CON EL CLIENTE	2
10.5 FUENTES DE INGRESO	2
10.6 RECURSOS CLAVE	3
10.7 ACTIVIDADES CLAVE	4
10.8 ALIADOS CLAVE	4
10.9 ESTRUCTURA DE COSTOS.	6
11. Estrategias de Porter	7
11.1 Ventajas competitivas	7
12. Organigrama del proyecto	8
	8
13. Plan de Marketing	8
13.1 Mercado	8
13.2 Perfil del Cliente	9
14. 7 P de marketing	10

14.1 Producto	10
14.2 Precio	13
14.3 Plaza	13
14.3 Promoción	14
14.4 personas	15
14.5Procesos	17
14.5.1 La creación de una póliza	17
14.5.2 El proceso para la venta de un contrato corporativo	18
14.6 Evidencia física	19
15. Plan de Acción	27
16. Capítulo 3: Modulo Financiero.	1
16.1. Inversión	2
16.2. Financiamiento	3
16.3. Proyección de Sueldos	4
16.4. Proyección de Ventas	5
16.5. Costo de ventas	8
16.6. Gastos Operacionales	10
16.7. Préstamo Bancario	11
16.8. Estados Financieros	1
16.9. Indicadores Económicos	3
16.10 Ratios Financieros	1
17.CONCLUSIONES.	2
17. RECOMENDACIONES.	3
18. Bibliografía	4

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA
BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Anexo 4	1
Anexo 5	4
Anexo 6	6
Anexo 7	9
Anexo 8	12
Anexo 9	15

Introducción

La idea de crear un plan de marketing nace de la pérdida de clientes corporativos desde el año 2020 y a la falta de integración de la información que tienen las compañías de seguro al momento de generar nuevos contratos lo cual impide a las compañías de seguro realizar un análisis efectivo sobre los clientes potenciales que desean adquirir los servicios.

Best Doctors Empresa de Medicina Prepagada es una empresa en Ecuador con sede principal en la ciudad de Guayaquil. La empresa fue fundada el dos de julio del 2008. La empresa se dedica a la venta de planes de seguro médico de gastos mayores con cobertura a nivel de Latinoamérica y mundial bajo la ley vigente de regulación de compañías de medicina prepagada y asistencia médica(Asamblea Nacional, 2016). La compañía cuenta con dos tipos generales de productos venta de seguro médico individual y corporativo.

En el Ecuador existen 30 empresas que brindan cobertura para siniestros relacionados a la salud, debido a la pandemia muchas de las compañías optaron por mejorar sus servicios digitales lo cual disminuyó el tiempo de creación de nuevos contratos, a diferencia de años anteriores los proceso se volvieron más ágiles en todas las compañías, pero con el cambio constante de nuevas coberturas aumenta la siniestralidad lo cual repercute en el precio de las primas a nivel nacional.

Se busca desarrollar un análisis interno y externo, determinar estrategias que generen un incremento en las ventas de los contratos corporativos y estrategias que puedan mitigar el golpe financiero debido a la siniestralidad anual. Un punto fuerte que será analizado es el uso de alianzas estratégicas con las agencias y la competencia. Crear una base de exploración para futuras investigaciones relacionadas con el plan de marketing y su relación con las ventas de los planes de medicina prepagada.

Capítulo 1: Diseño de la investigación.

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2. Síntomas	3. Causas	4. Pronóstico	5. Control al Pronóstico
Descenso en las ventas de Grupos corporativos	Bajos incentivos para la venta de corporativos y productos similares en la compañía.	El descenso en las ventas de contratos corporativos está relacionado a los bajos incentivos para la venta, el	
Incremento en la siniestralidad anual	Falta de evaluación médica en contratación de planes corporativos.	incremento de la siniestralidad afecta el desarrollo del negocio debido a que se debe	
Incremento en solicitud de excepciones	Agentes desconocen la ley de medicina prepagada y realizan ventas fraudulentas.	aumentar los precios en montos altos que quita la competitividad de la compañía en el mercado lo cual repercute en las utilidades de la	Implementar un plan de marketing para la empresa Best Doctors S.A. que incluya estrategias que permitan mitigar el impacto de la siniestralidad y las ventas bajas.
Pérdida de clientes corporativos desde el año 2020	Baja flexibilidad al momento de negociar renovaciones.	empresa.	
Pérdida de competitividad por alto precio de las primas	Debido al alto porcentaje de siniestralidad es necesario subir el precio de las primas para evitar pérdidas.		

1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuál será el impacto de la implementación de un plan de marketing en la empresa Best Doctors S.A.?

1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles serían las estrategias adecuadas para el incremento en las ventas de contratos corporativos?
- ¿Cuál es el impacto que genera la falta de evaluación médica en los contratos corporativos?
- ¿Cómo afecta el desconocimiento de los agentes sobre el mercado de seguros?
- ¿Cuáles deberían ser los procesos para la renovación de un contrato corporativo?
- ¿Cuál sería el impacto del incremento en el precio de las primas y su incidencia en el mercado?

2 OBJETIVO GENERAL

- Determinar el impacto de la implementación de un plan de marketing en la empresa Best Doctors S.A.

2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar las estrategias adecuadas que incrementen las ventas de contratos corporativos.
- Especificar el impacto que genera la falta de evaluación médica para el ingreso de nuevos contratos corporativos.
- Planificar las capacitaciones periódicas de los agentes sobre los productos ofrecidos por la compañía.

- Determinar los procesos para la renovación de los contratos corporativos que ofrece la empresa Best Doctors S.A.
- Determinar el impacto del incremento en el precio de las primas y su incidencia en el mercado.

2.2 JUSTIFICACION

Best Doctors se ha visto afectada en sus ventas a nivel de contratos corporativos en Ecuador, mientras que las ventas a nivel individual obtuvieron un incremento sustancial a partir de finales del año 2019 e inicios de la pandemia; a su vez los contratos corporativos obtuvieron grandes pérdidas debido a la crisis económica que enfrenta el Ecuador post pandemia.

Un problema recurrente en el Ecuador para las compañías de seguros es el incremento de la siniestralidad que enfrentan cada año y esto se genera por leyes que se han generado como el Art 34 de la ley de medicina prepagada (Asamblea Nacional, 2016) que obliga a las compañías de seguro a brindar cobertura a las preexistencias de los clientes.

El mercado de los seguros mueve millones de dólares y protege a las familias de afrontar gastos extremadamente altos que afectarían su economía además brinda la mejor atención posible en todo el mundo, el Ecuador aún se encuentra en desarrollo en relación a la cultura de seguros, pero cuenta con un gran potencial para generar ingresos a las compañías de seguro, sin embargo, la finalidad de las compañías de seguro es generar ingresos como cualquier negocio en el mundo y debido al cambio en sus leyes que por un lado benefician al cliente al mismo tiempo generan un impacto en la siniestralidad de las compañías por lo cual es necesario que las compañías de seguro generen estrategias que les permitan mantenerse en el negocio.

Según Patricio Salas secretario ejecutivo de la Federación Ecuatoriana de Empresas de Seguro (FEDESEG, 2020) en el Ecuador no existe una cultura de adquisición de seguros médicos, si bien es cierto la sociedad es consciente de los gastos que puede generar una emergencia en la salud, las personas no dimensionan el alto costo que tiene el Ecuador en servicios relacionados a la salud. El Instituto Ecuatoriano de Seguridad social (IESS) a pesar de que brinda cobertura a los problemas de salud en el Ecuador tiene un manejo deficiente y problemático el cual obliga a los ecuatorianos a tener experiencias malas por la demora en sus tratamientos, equipos dañados o falta de medicina (Diario el Universo ,2021).

El proyecto tiene como finalidad destacar la importancia de usar el marketing como herramienta para impulsar las ventas generar posicionamiento, difundir el mensaje correcto como compañía de lo que significa tener un seguro médico de gastos mayores y generar cambios en los procesos de negociación, implementación y creación de nuevos contratos con la finalidad de que Best Doctors genere mayores utilidades y se convierta en la empresa número 1 en el Ecuador.

3. Marco Teórico:

3.1 Contrato de seguros médicos y sus actores.

El contrato de seguro médico en general es el documento o póliza suscrito por una entidad de seguros en el que establecen las normas que han de regular la relación contractual de aseguramiento entre el asegurador y el asegurado, desde el marco legal “el contrato de seguro es aquel por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima en caso de que se produzca un evento que sea objeto a cobertura a indemnizar dentro de los límites pactados” (Matran, 1988)

Best Doctors S.A. Ofrece 2 líneas de negocio: los contratos individuales y los contratos corporativos, los contratos individuales se dividen en los siguientes planes:

- Medical Care Medicina Prepagada LATAM
- Medical Care Medicina Prepagada Mundial
- Global Care
- Global Plus
- Premier Plus
- Medical Elite

Mientras que los contratos corporativos toman la base de los contratos individuales para distintas clases dentro de las compañías contratantes, las clases son determinadas por la compañía para diferenciar los planes en base a la jerarquía que tengan las personas en la organización.

3.2 Estrategias de comerciales y de marketing.

Se define la estrategia como el patrón o modelo de decisiones de una empresa que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas, que define las principales políticas y planes para lograr esos objetivos y el tipo de negocio que la empresa va a perseguir (Andrews, 1980). Existen las estrategias convencionales (publicidad en medios de comunicación, patrocinar eventos, promociones) y no convencionales (muestras de productos – mercadeo de boca en boca – canjes con información publicidad en autos)

Para efectos de este estudio se debe tomar en consideración la definición de las ventas. “Es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y/o servicio equivalente previamente pactado de una unidad monetaria, con el fin de repercutir en el desarrollo de una organización y nación” según (De la Parra, 2003, pág. 33).

El plan de marketing opera en dos niveles: el plan de marketing estratégico y el plan de marketing táctico. Mientras que el primero "se apoya de entrada en el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones " determinando las líneas generales, como el mercado meta al que se

buscará satisfacer y la propuesta de valor; el segundo "es una gestión voluntarista de conquista de los mercados existentes (Lambin, 1995)

Las compañías de seguros tales como Best Doctors podrán considerar aplicar estrategias convencionales y no convencionales para el incremento de la venta, el uso de Influencers reconocidos por su trayectoria profesional es una estrategia común para difundir el mensaje que la compañía desea proporcionar a sus clientes sobre su historia a que se dedican, además del uso de redes sociales en la cual pueda concientizar la importancia de un seguro médico para cuidar las finanzas de las familias ecuatorianas, el auspicio de eventos de un público determinado.

3.3 Evaluación médica y su relevancia para las compañías de seguro.

El análisis de evaluación médica es un proceso importante que es implementado en todas las compañías de seguros médicos, ya que genera una mejor visión del riesgo puede representar el asegurado para la siniestralidad de la compañía, la evaluación del impacto se genera en función del bienestar de los asegurados de la compañía Best Doctors.

Dentro de una evaluación de impacto se pueden determinar los efectos positivos y negativos para poder lograr la implementación de un proyecto “ la evaluación de impacto es la valoración de los resultados de la aplicación de una acción en un grupo que indaga en todo tipo de efectos m tanto los buscados, de acuerdo a los objetivos de la acción, como los no planificados” (Libera, 2006)

En la actualidad Best Doctors cuenta con un proceso de evaluación médica destinada a los contratos individuales el cual es basado en la edad y en un formulario el cual el cliente llena y en base a esa información se toma un contrato bajo el principio de buena fe. Según el derecho administrativo “El principio de buena fe se ha constituido como mecanismo de protección de los derechos e intereses de las partes en la cual se declara que la información proporcionada es fidedigna y no existen intereses ocultos que

puedan perjudicar a una de las partes” (Salazar, 2018). La falta de una evaluación médica para los contratos corporativos haciendo uso de una enmienda la cual detalla 12 meses de carencia para preexistencias genera que la compañía reciba contratos de corporativos que no llevan una evaluación de riesgo apropiada la cual repercute que en la mayoría de los casos al segundo año la siniestralidad del grupo incrementa lo cual genera pérdidas significativas para la compañía.

El impacto que genera la falta de evaluación médica en las compañías de seguro médico de gastos mayores puede llegar a ser muy determinante al momento de analizar la siniestralidad debido a que sin una evaluación correcta las empresas de seguros médicos pueden asegurar a clientes con un alto riesgo que impactará en las utilidades de la compañía.

3.4 Capacitación del personal: Importancia e impacto en las empresas

La formación profesional tiene como finalidad preparar a los individuos a mejorar sus cualidades para que puedan hacer frente a distintas profesiones, todo este proceso se lleva a cabo con la formación profesional, junto con acciones de inserción y reinserción laboral de los trabajadores y las orientadas a la formación continua de las empresas (Moreira, 2013).

El conocimiento de los productos ofrecidos por la compañía es fundamental para evitar los problemas con el cliente final, ya que si el vendedor proporciona una información incorrecta afecta el servicio que brinda la compañía, las capacitaciones deben considerar tanto los productos ofrecidos como la ley que regula las compañías.

“El proceso de planeación entraña fijar objetivos; se orienta tanto hacia el futuro como hacia el pasado ante cambios rápidos la planeación cobra importancia”. (Fred, 1980)

“La planeación consiste en determinar los objetivos y formular políticas, procedimientos y métodos para lograrlos” (kazmier, 1985).

La periodicidad de las capacitaciones de acuerdo con (Muchinsky, 2002) deben realizarse de acuerdo con su actividad para el caso de Best Doctors sus vendedores son agentes externos a la compañía por lo cual una capacitación trimestral para vendedores antiguos para reforzar algún vacío sobre los productos o actualizaciones sobre procesos y luego una evaluación de su desempeño con incentivos relacionados a las ventas.

3.5 Renovación de contratos de seguro y sus procesos.

Los procesos son un elemento importante en los negocios, según la (RAE, 2022) “el proceso es una acción de seguir una serie de cosas que no tiene fin.”. Los procesos en las compañías deben estar alineados a los objetivos de la compañía y pasar por un proceso de evaluación cada año con la finalidad de que se mantenga eficiente la compañía.

La renovación es un proceso fundamental en las compañías de seguro debido a que garantiza el ingreso por el contrato suscrito, según la (RAE, 2022) “la renovación es restablecer o reanudar una relación u otra cosa que se ha interrumpido”.

Los contratos corporativos se ha comprobado que es un mercado por el cual en el Ecuador no se le ha brindado la atención necesaria, Empresas de seguros médicos de gastos mayores como Bupa de acuerdo a su página web ha realizado cambios en sus contratos enfocando su negocio hacia los corporativos como principal objetivo debido a la desatención de su competencia hacia ese mercado.

En un mercado contraído por la pandemia en la cual las empresas sufrieron un fuerte golpe a sus ingresos y producción, Best Doctors podría considerar incrementar la flexibilidad al momento de negociar las renovaciones con sus contratos corporativos, enviar a revisión del órgano de control un nuevo contrato corporativo actualizado de acuerdo con el mercado y abrir el abanico de opciones que pueda presentar a las empresas con la finalidad de que sea más rentable.

3.6 Siniestralidad: Concepto e impacto sobre el rol de las compañías de seguro.

La siniestralidad en una compañía de seguros es el conjunto de siniestros producidos durante un periodo de tiempo (Westreicher, 2020). La Siniestralidad les permite a las aseguradoras la posibilidad de determinar qué tipo de clientes tienen, la siniestralidad se calcula en base a la cantidad de siniestros producidos en un conjunto o cartera determinada de pólizas menos el volumen global de las primas que han devengado en el mismo periodo (MAPFRE, 2022).

Actualmente en la compañía luego de un proceso interno de análisis en el cual se evalúa la siniestralidad frente a los reclamos pagados por la aseguradora, debe ocurrir un segundo análisis el cual se encuentra debe incluir un análisis de las personas que están causando el incremento a la siniestralidad, ofrecer posibilidades de sacarlos del plan corporativo o en su defecto mantenerlos pero con una cobertura menor con la finalidad de que sus diagnósticos no afecten al análisis de la compañía e incremente el valor de la prima anual que la compañía debe pagar.

3.7 Incremento en el precio de las primas y su incidencia en el mercado.

La prima de seguros médicos corresponde al monto a pagar por parte del cliente a la aseguradora con la finalidad de obtener el servicio deseado, para el cálculo de la prima las aseguradoras deben determinar la valoración financiero- aleatoria de riesgo considerada como prima pura, los gastos en que incurre la entidad para cubrir el riesgo (gastos de reaseguro, gastos administrativos) y los factores de corrección y de seguridad (MAPFRE, 2022):

En el Ecuador no existe una cultura de adquisición de seguros, en el 2020 bajo un contexto de pandemia se generó apenas el 4.5% de emisiones nuevas en contratos de servicios de salud según (FEDESEG, 2020), el promedio de crecimiento en ventas de seguros médicos entre el año 2015 al 2019 rondaba el 4% anual, un problema que las compañías de seguro deben solucionar debido a que están viéndose afectadas por la alta siniestralidad que generan año a año.

Debido al incremento en la siniestralidad durante la pandemia y a las consecuencias de las enfermedades preexistentes las aseguradoras tuvieron que elevar el precio de las primas en todo el mercado según (FEDESEG, 2020) las personas empezaron a buscar otras opciones de seguro debido a la crisis económica muchos de los asegurados decidieron cancelar sus contratos y no renovar lo cual representó un decrecimiento del 9%, de acuerdo a Patricio Salas secretario ejecutivo de FEDESEG (FEDESEG, 2020) las aseguradoras realizaron pagos que representaron 200 millones de dólares por diagnósticos relacionados a la pandemia (48 millones más que en el 2019).

La mejor manera de que Best Doctors vuelva a tener precios acordes al mercado está relacionado al control de su siniestralidad y al flujo de dinero por nuevos contratos, además de las estrategias a implementar por la compañía para reducir el riesgo y obtener grupos corporativos que generen un ingreso que sea sostenible en el tiempo.

El plan de marketing está diseñado para impulsar las ventas de la compañía Best Doctors y ayudar a la compañía a que difunda correctamente el mensaje sobre la compañía y la importancia de adquirir sus servicios, es posible ver casos reales en los cuales un plan de marketing ayudó a la compañía como Coca Cola con su campaña “ Todo es mejor cuando somos abiertos” Coca cola emprendió la campaña para demostrar a sus clientes que lo importante no es lo que se hace si no el por qué se hace, además de destacar la propuesta y ventaja competitiva frente a otras marcas, además mostrar una postura alineada a las preocupaciones globales.

El propósito de ese plan de Marketing fue que Coca cola pueda seguir siendo una marca relevante, pero también con un propósito de esa forma pudieron hacer sentir a sus clientes más cercanos a la marca según (Santos, 2021)

4 Marco Conceptual

Prima de seguro: La prima de un seguro es el desembolso que debe realizar el beneficiario de la póliza a la compañía aseguradora, ello, a fin de acceder a la cobertura correspondiente (Westreicher, 2020)

Coordinación de beneficio (COB): La coordinación de beneficios es un método utilizado por los planes médicos para poder determinar los pagos de las reclamaciones si el cliente tiene más de un plan en su núcleo familiar. (salud, 2012)

Deducible: Es la cantidad de dinero que paga el cliente de su propio bolsillo por año antes de recibir los reembolsos. (BMI, 2022)

Siniestralidad: Frecuencia o índice de siniestros (RAE, 2022)

Interconsulta: Confirmación de su diagnóstico e identificación de los mejores tratamientos y especialista. Acceso inmediato inclusive condiciones excluidas por la póliza. (BestDoctors, 2022)

Beneficio: Bien que se hace o se recibe (RAE, 2022)

UCR: término utilizado para las tarifas usuales, acostumbradas y razonables para calcular el reembolso por servicios y tratamientos recibidos (BUPA, 2022)

Capítulo 2: Modulo Comercial

5 Descripción de la empresa actividad y proyecto.

Best Doctors Insurance es una empresa que brinda cobertura de servicios de salud de gastos mayores, cuenta con más de 30 años de experiencia en el mercado latinoamericano y caribeño, se unió a NOW Health' International en 2015, creando uno de los mayores proveedores de seguros médicos privados internacionales de alta calidad en todo el mundo, actualmente atiende las necesidades médicas de más de 150,000 asegurados en America, Asia-Pacífico, Europa, Medio Oriente y África.

Su presencia en Latinoamérica se basa en su filial radicada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador desde el año 2008, la cual se encuentra regulada bajo la Ley que regula a las empresas de medicina prepagada y asistencia médica (Asamblea Nacional, 2016). Best Doctors S.A. maneja los departamentos de operaciones internacionales de su empresa principal en USA junto a los departamentos para las operaciones dentro del Ecuador.

El plan de marketing a exponer se ha basado en la premisa de que la compañía se ha visto en la necesidad de implementar nuevas estrategias para impulsar las ventas de los contratos corporativos tomando en consideración que la compañía no cuenta con una fuerza de ventas propia y sus vendedores (agencias de Brokers) no tienen exclusividad para vender sus productos.

Dentro de las estrategias que serán analizadas dentro del plan de marketing la compañía Best Doctors S.A. debe considerar implantar un departamento de ventas enfocado en los contratos corporativos con la finalidad de que pueda implementar, analizar, modificar, y controlar su proceso.

Best Doctors S.A. actualmente maneja un porcentaje del 30% para las comisiones, lo cual se encuentra por encima de la media del mercado por lo tanto considerar reducir del 30% al 20% en comisiones para reducir los costos variables.

Modificar el producto corporativo de forma que sea hecho a la medida en base a la capacidad de pago que tengan las empresas contratantes, tomando los beneficios que deseen contratar y eliminando los que no, de esa forma se puede mitigar el impacto a la siniestralidad para ciertos beneficios y reducir los precios de los productos corporativos convirtiéndolo en un producto más competitivo (conector) Implementar estrategias de publicidad para el nicho de mercado que tiene sus productos e informando que es, por que hace lo que hace la compañía, testimoniales.

6 Visión

Convertirse en la empresa #1 en ventas de seguros de gastos mayores en el mundo para el año 2030

7. Misión

Facilitar el acceso a la mejor y más avanzada atención médica en el mundo permitiendo a los ecuatorianos acceder a los mejores médicos y tratamientos disponibles en el mundo.

8 Valores

Ética: Se ocupa de atender los problemas morales que surgen de la actividad de la empresa, un modelo a seguir de actitudes positivas

Profesionalismo: La manera de desarrollar actividades en el trabajo con compromiso responsabilidad y eficiencia utilizando las herramientas de una formación específica.

Respeto: Valor primordial para la convivencia entre colaboradores y clientes para el día a día

Transparencia: La transparencia es el eje fundamental de una compañía que brinda servicios demostrando que son una compañía sin clausulas escondidas y finanzas claras

Trabajo en equipo: el trabajo en equipo es parte fundamental para una empresa de servicios ya que ayuda a que los procesos funcionen sin detenerse y poder brindar excelencia de servicio

9. Objetivo General

Incrementar las ventas de los contratos corporativos para la compañía Best Doctors en el año 2023

9.1 Objetivos Específicos

- Determinar la fuerza de venta necesaria para duplicar las ventas de contratos corporativos del año 2022
- Incrementar la exposición de la marca en al menos un 10% en el nicho de mercado
- Reducir un 15% de los costos para el año 2023 en la compañía
- Aumentar la presencia digital en el Ecuador en un 40% para el último trimestre del año 2022
- Incrementar cinco recomendaciones por especialistas de salud por año a partir del año 2023

10. Canvas

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> • UHC • Clínicas • Hospitales • Médicos • Agentes externos • Agencias Master • Axis 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de contratos • Servicio al cliente • Llamadas a los proveedores • Mantenimiento de servidores • Precertificación con el proveedor para atenciones de los clientes 	<p>Best Doctors S.A. es una empresa enfocada en proporcionarle a sus clientes la mejor atención médica disponible en el mundo cuidando a sus clientes de enfermedades o eventos que pueden poner en riesgo su vida o afectar de gran magnitud su economía familiar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trato personalizado • Empático • Eficiente en términos de documentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres de todos los rangos de edades • Estatus económico medio-alto a alto • Ubicados en cualquier ciudad del Ecuador
	<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Página web • Teléfono 	

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

	<ul style="list-style-type: none"> • Servidores • Medios digitales • Oficina • Cotizador web • portal 		<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma • App de celular • Presencial • Redes Sociales 	
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago de sueldos • Siniestros • Comisiones • Viáticos 		<p>Estructura de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas de contratos individuales • Venta de contratos corporativos • Ferias de proveedores 		

10.1. PROPUESTA DE VALOR

Best Doctors S.A. es una empresa enfocada en proporcionarle a sus clientes la mejor atención médica disponible en el mundo cuidando a sus clientes de enfermedades o eventos que pueden poner en riesgo su vida o afectar de gran magnitud su economía familiar

10.2 SEGMENTO DE CLIENTE

Para el modelo CANVAS de la compañía Best Doctors S.A. la compañía ha determinado su segmento de cliente en base a su nivel socio económico considerando los precios de sus productos su nicho de mercado debe ser de nivel económico medio alto – alto, hombres o mujeres sin límite de edad, enfocado en cualquier ciudad del Ecuador con un mayor enfoque en la ciudad de Guayaquil.

10.3 CANALES DE COMUNICACIÓN/DISTRIBUCION

La compañía cuenta con una página Web de carácter informativo con un chat interactivo, dentro de la página web existe una plataforma en la cual los asegurados de la empresa pueden descargar reportes de sus facturas, EOB, descargar sus documentos del contrato.

Otro canal de comunicación a los cuales los clientes pueden acceder es la aplicación del celular la cual contiene un número de WhatsApp para comunicarse directamente con los asesores de la compañía. Además, la aplicación cuenta con la información de su bróker de seguro y números de contactos de su agente.

Las redes sociales de la compañía presentan semanalmente descuentos y promociones de las que pueden beneficiarse en su contrato. Es un medio digital que aún se encuentran en proceso de expansión debido como marca, pero tendrá un rol muy importante para difundir el mensaje de la compañía.

10.4 RELACION CON EL CLIENTE

El trato que brinda la compañía a sus clientes es personalizado, cada caso es evaluado individualmente en base a sus coberturas, al tratarse de un servicio de salud la compañía es enfática en el trato empático hacia sus clientes brindando un servicio de excelencia.

En referencia a la calidad del servicio que la compañía brinda a los clientes, la compañía se ha convertido en una empresa cero papeles para aportar con el cuidado del medio ambiente, lo cual genera una imagen responsable de la compañía.

10.5 FUENTES DE INGRESO

Los ingresos para la compañía se basan en tres rubros, la venta de contratos individuales que de acuerdo con la ley los clientes tienen su renovación asegurada siempre que el cliente pueda pagar el valor de la prima, luego como otra fuente de ingresos se encuentran los contratos corporativos que se basan en las negociaciones con la empresa.

Además, la compañía cuenta con un ingreso por ferias de proveedores en los cuales las clínicas, hospitales y médicos ofrecen dinero a Best Doctors para realizar una feria y sus clientes y agentes puedan asistir y conocer nuevos servicios que ofrecen los proveedores.

10.6 RECURSOS CLAVE

En una compañía como Best Doctors que brinda servicios, sus colaboradores son parte esencial para el servicio que brinda la empresa, sin ellos el diferenciador por servicio no existiría la empresa actualmente cuenta con premios y certificaciones por Best Place to Work en Ecuador.

Los servidores de Best Doctors son parte importante en sus actividades, ya que les permite a los clientes tener toda la información de sus contratos a disposición, la compañía cuenta con un departamento especializado en seguridad informática que proporciona mantenimientos a los servidores y protege la información médica de cada cliente.

En los últimos meses la compañía ha implementado el uso de redes sociales para informar a sus seguidores sobre ciertos descuentos o promociones que ha implementado por lo tanto es una herramienta de bajo costo que puede ser explotada para alcanzar a su nicho de mercado y a nuevos clientes jóvenes.

La oficina que tiene la compañía es un recurso importante ya que está abierta al público en general para consultas o si desean acercarse a solicitar ayuda con sus coberturas y conocer a los colaboradores que están detrás de toda la operación de sus coberturas.

El portal y el cotizador web forman parte importante en las operaciones debido a que proporcionan las herramientas necesarias para que los agentes externos realicen las ventas de una manera ágil y puedan acceder a cualquier documento que el cliente requiera.

10.7 ACTIVIDADES CLAVE

En la compañía las actividades realizadas por el departamento de procesamiento contratos consta en la evaluación y regularización de los documentos necesarios para cerrar una venta, además realizan cualquier cambio que se ha solicitado por el cliente sobre su contrato.

El servicio al cliente de la compañía es la encargada de receptar los problemas que puedan estar ocurriendo con los agentes o clientes, coordinar con los departamentos de la compañía para brindarle una solución al problema presentado, además son los encargados de velar por los intereses de los clientes y al mismo tiempo de la compañía. Su rol es muy importante para la precepción de servicio que reciben los clientes.

Las llamadas a los proveedores es parte del proceso en el cual se mantienen las relaciones con los mismos y generan la posibilidad de obtener descuentos para los clientes de la compañía. Se realizan comités con ellos cada cierto tiempo para buscar formas de generar promociones o incentivos para los clientes de Best Doctors. El mantenimiento de los servidores brinda la posibilidad de que los clientes de Best Doctors puedan tener todas las herramientas a su disposición

10.8 ALIADOS CLAVE

Los aliados claves para las empresas de seguro son parte fundamental del negocio, Best Doctors es una compañía que durante sus 12 años ha generado una red de médicos muy importante la cual está conformada por médicos top en el mercado ecuatoriano y mundial, esto permite que todos sus clientes puedan recibir la mejor atención médica en el mundo lo cual los ayuda a brindar un servicio de excelencia.

Dentro de sus aliados se encuentra un proveedor de seguros médicos United Health' Care (UHC) que por sus siglas en ingles significa Centro de Salud Unida, el cual tiene una red importante de proveedores en USA tales como South Miami Hospital (hospital del sur de Miami), Baptist, Houston Texas Medical Center (Centro Médico de Houston Texas) entre otros. Este aliado le permite a la compañía obtener mayores descuentos en los servicios que presentan sus clientes en dichos proveedores.

Axis es un aliado clave que cierra el círculo de descuentos en Estados Unidos de America debido a que los proveedores médicos y hospitales que no se encuentran dentro de la red de UHC, Axis genera las negociaciones directamente con ellos y obtiene descuentos para aquellos proveedores fuera de la red, tomando en consideración que los planes que brinda Best Doctors son de libre elección de médicos este aliado clave ayuda a obtener los descuentos fuera de contrato con UHC.

Las agencias Máster son aquellas agencias claves que debido a su volumen de venta se asocian a la compañía para las ventas de sus productos, las agencias máster tiene bajo su supervisión a agencias más pequeñas que están entrando al negocio o que aún no generan las suficientes ventas como para convertirse en una agencia máster la cual les proporciona la representación para vender los productos de Best Doctors. Esto quiere decir que las agencias Máster son aquellas que generaron un estatus para cobrar comisión a agencias más pequeñas por vender los productos de Best Doctors y a su vez ellos deben brindar el servicio de acompañamiento y servicio de póliza y reclamos a sus subagentes.

Los agentes son aquellas personas que se dedican a la venta y acompañamiento del cliente en caso de que requieran el uso de su seguro médico, son las personas encargadas de direccionar, asesorar a los clientes en todos los trámites y coberturas que ofrece la compañía.

10.9 ESTRUCTURA DE COSTOS.

Dentro de la estructura de los costos la compañía Best Doctors cuenta con los sueldos y salarios de aproximadamente 130 empleados a nivel nacional y más de 11 mil empleados a nivel mundial, considerando que se enfocan en contratar personal profesional y especializado tales como médicos, los sueldos son elevados para gran parte del personal de la compañía.

Un costo variable que considerar son las comisiones por venta de sus productos a las agencias el cual maneja un 30% de comisión a las agencias máster por venta realizada, dentro del cual las agencias máster cobran una comisión del 10% y el 20% va a la sub agencia la cual divide ese porcentaje entre el vendedor y la sub-agencia.

Los siniestros son los costos variables que la compañía debe cubrir diariamente, son los eventos médicos que sus clientes presentan con diferentes proveedores de salud por lo cual es un costo que depende mucho del tipo de clientes que tiene la compañía en su cartera, la siniestralidad es un rubro que las compañías de seguro constantemente tratan de controlar, pero, debido a su naturaleza variable puede llegar a generar muchos gastos a la compañía si no existen buenos convenios y alianzas con proveedores que puedan proporcionarle a la compañía descuentos por los servicios brindados.

11. Estrategias de Porter

Best Doctors S.A. se basa en una estrategia de segmentación proporcionando las mejores atenciones alrededor del mundo para sus clientes, con libertad total sobre sus prestadores de servicios de salud y tratamientos para cada condición presentada.

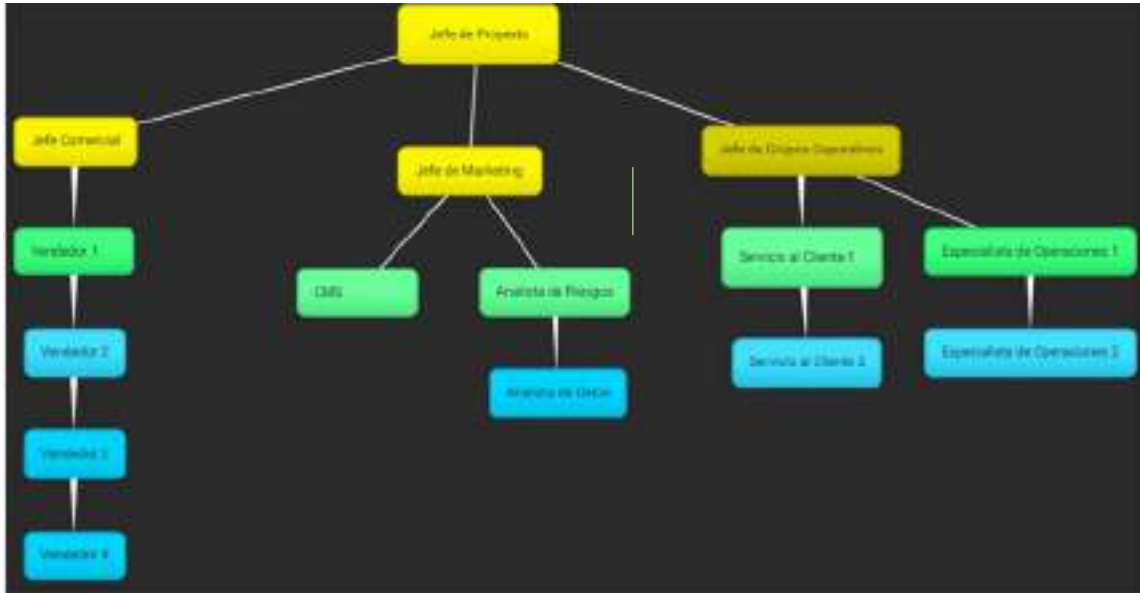
11.1 Ventajas competitivas

Best Doctors S.A. cuenta con una amplia red de médicos y clínicas top en todo el mundo lo cual le permite obtener descuentos de hasta el 70% sobre los servicios médicos recibidos por el cliente. Esto se debe a las alianzas estratégicas que ha generado a lo largo de los años, uno de sus aliados clave es UHC el cual tiene convenios con el 80% de los hospitales y médicos en USA.

Best Doctors S.A. cuenta con un servicio gratuito para todos sus clientes llamado interconsulta, el cual consiste en una segunda opinión médica para cualquier diagnóstico que presente el afiliado, el servicio de interconsulta envía toda la información médica a tres doctores especialistas con un gran reconocimiento mundial los cuales revisarán toda la información se contactarán con el médico de cabecera del paciente y brindará su opinión profesional sobre el caso.

La compañía cuenta con proceso ágil de respuesta en sus diferentes canales de atención los cuales se ven reflejados en el 97% de retención de clientes, cuenta con tiempos de respuesta de 24h a 48h para correos electrónicos en los cuales se involucran distintos departamentos, un proceso de pago de 5 días hábiles, médicos evaluadores las 24h del día, además de plataformas y aplicaciones para el cliente dentro de las cuales puede obtener toda la información de su contrato o contactarse en un chat para hablar directamente con un representante de la compañía.

12. Organigrama del proyecto



13. Plan de Marketing

13.1 Mercado

El mercado ecuatoriano es un mercado con un gran potencial para las compañías de seguro, pero, debido a la falta de cultura de seguros en el Ecuador un gran porcentaje de ecuatorianos decide permanecer solo con el seguro del IESS.

Para el porcentaje de la población que si decide adquirir seguro médico puede obtener las siguientes ramas de seguro, el seguro médico local y seguro médico de gastos mayores. Dentro del seguro médico local en el Ecuador existen compañías como Salud S.A. – Humana, Confiamed, Ecuasanitas los cuales brindan coberturas a precios accesibles con coberturas bajas que circulan entre los 10 mil dólares americanos de cobertura hasta los 100 mil dólares americanos con deducibles bajos que se usan en eventos de la vida cotidiana tales como una gripe, consultas médicas por un virus estacional.

El mercado de seguros de gastos mayores es más reducido en cuanto a la competencia, se considera un seguro de gastos mayores cuando sus coberturas por contratos son mayores a los 500 mil dólares americanos, el deducible en estos casos son más altos en referencia a los deducibles que usan las aseguradoras locales.

Dentro de la competencia en seguros de gastos mayores los clientes pueden encontrar compañías como Bupa, BMI, Best Doctors, Vumi latina. Luego también existe competencia entre las aseguradoras locales que tienen ciertos productos con coberturas de al menos 1 millón de dólares americanos que pueden entrar dentro de la categoría de gastos mayores tales como 1 producto de la compañía Salud S.A.

13.2 Perfil del Cliente

El cliente de contratos individuales de Best Doctors es aquel que tiene un nivel socioeconómico medio- alto que tiene un trabajo con un sueldo mínimo aproximado de \$1000 dólares, le gusta sentirse cubierto ante cualquier eventualidad, prefiere el pago con tarjeta de crédito.

Es una persona que le gusta viajar y no tener que preocuparse de ningún tema médico que pueda ocurrir en su viaje, que pueda comunicarse con cualquier persona del seguro solo escribir por WhatsApp, llamar por teléfono o poder comunicarse directamente con la aseguradora saltándose la comunicación con el agente, ante cualquier eventualidad busca la mejor atención médica disponible en el mundo, Los Clientes de Best Doctors prefieren realizar viajes al exterior a destinos como Estados Unidos de America para realizarse exámenes o tratamientos relacionados a sus condiciones.

El cliente de contratos corporativos son clientes de alto perfil que desean un trato exclusivo más personalizado y con toda la documentación pertinente de forma rápida, es aquel cliente que no cuenta con mucho tiempo para finalizar reuniones de ventas, desea que todos los documentos correspondientes sean enviados a la compañía, es aquel cliente que prefiere que la aseguradora realice todos los trámites relacionados a citas médicas, coordinaciones con hospitales.

Además, las compañías se rigen bajo tiempos de facturación específicos por tal motivo las negociaciones de renovación se empiezan a realizar con 3 meses de anticipación, son compañías que tienen la capacidad de pagar al menos \$100 mil dólares anuales por coberturas de salud y son más demandantes en cuanto a la rapidez del servicio para sus empleados.

Los clientes corporativos comúnmente requieren que toda la información sobre pagos de siniestros sea enviada de forma trimestral para realizar controles sobre los gastos incurridos por la aseguradora. Estos registros permiten que la compañía al momento de negociar con la aseguradora tenga más claro el panorama sobre la siniestralidad que se está generando su contrato.

14 7 P de marketing

14.1 Producto

El servicio que brinda la empresa Best Doctors a sus clientes se trata de un contrato que vincula tanto a la compañía y al cliente a cubrir los gastos médicos que el cliente pueda incurrir durante el tiempo de su contrato a cambio de un pago por los servicios del mismo, el servicio de los contratos corporativos se basa en el mismo principio pero enfocado hacia los empleados de la empresa pero con la diferencia de que la facturación de la prima del contrato la recibe la compañía.

Actualmente las compañías designan clases para los beneficios que obtendrán por cada plan y luego como paquete se factura a la compañía, la propuesta para la actualización del producto corporativo es que sea un producto hecho a la medida en la cual no solo se base en los beneficios de los contratos individuales, sino que se dé la libertad a elegir que clases de beneficios va a contratar la compañía, lo cual repercute directamente en el precio del producto volviéndose de esa manera un producto más competitivo.

Los servicios que ofrece la compañía Best Doctors se dividen en Medical Care latam el cual es un plan económico que ofrece un beneficio máximo de \$2 millones de dólares con libre elección de proveedores y con cobertura alrededor del mundo excluyendo países como Brasil, Canadá, Estados Unidos de America.

Otro plan por el cual los clientes pueden optar es el Medical Care el cual al igual que el plan mencionado anteriormente cuenta con un beneficio máximo de \$2 millones de dólares, libre elección de proveedores y en este caso el plan no excluye a Brasil, Canadá, Estados Unidos de America tiene su propia red de proveedores seleccionados para el plan mencionado pero si el cliente lo prefiere puede ir a otro hospital fuera de la red en Estados Unidos por el cual recibirá una penalización por ser un proveedor fuera de la red de su plan contratado.

El siguiente plan que ofrece la compañía se llama Global Plus el cual tiene un monto máximo de cobertura de \$3,5 millones de dólares sin límite de edad y maneja al igual que el contrato anterior la modalidad mixta, la cual se refiere a libre elección de médicos y hospitales fuera de los Estados Unidos y dentro de los Estados Unidos tiene una red Global Plus de hospitales y médicos.

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

La compañía también ofrece el plan Global Care el cual tiene como beneficio máximo \$5 millones de dólares, el contratante debe tener al menos 18 años para contratar el servicio, en este plan el cliente cuenta con libre elección de médicos y hospitales, pero al igual que el plan anterior dentro de estados unidos cuenta con una red de proveedores destinado a este plan.

El penúltimo plan de la lista de productos ofrecidos por Best Doctors se llama Premier Plus el cual es un plan que brinda una cobertura máxima de \$5 millones de dólares con la particularidad de que para este plan no existe una red de médicos y es libre elección de hospitales y médicos en todo el mundo.

El último plan se llama Medical Elite el cual es el plan más completo que ofrece la compañía, el plan cuenta con una cobertura máxima de \$10 millones de dólares y al igual que el anterior no existe una red que limite a los proveedores, es libre elección de médicos y hospitales, la gran diferencia entre el plan Medical Elite y el Premier Plus es el monto de cobertura para maternidad y la modalidad mixta para el evento de maternidad del cliente, si el evento ocurre en Ecuador la maternidad es cubierta bajo el beneficio máximo y si los servicios son en Estados Unidos la cobertura será hasta \$15 mil dólares en caso de parto normal a diferencia del plan Premier Plus el cual brinda una cobertura para ese evento de siete mil dólares.

14.2 Precio

El precio de los productos individuales ofrecidos por la compañía se basa en distintas variables tales como la edad, los integrantes del contrato, el deducible a elegir y el tipo de plan que van a adquirir los clientes, la relación con el deducible se basa en que entre mayor sea el deducible elegido menor será el valor a pagar por la prima de la póliza, esto cambio en el precio se da debido a que el cliente debe pagar un monto mayor durante el año antes de que la aseguradora deba reembolsar al 100% los pagos realizados.

Para determinar el precio en los contratos corporativos se basa en la edad de los clientes, el deducible a elegir y la particularidad de los tipos de beneficios que la compañía desee adquirir, existen ciertos beneficios que generan un riesgo mayor que otros por ejemplo, la maternidad es un beneficio por el cual no se cubre deducible y se reembolsa al 100%, lo que si las mujeres dentro un contrato cuenta con una edad fértil podría encarecer los precios de los productos.

14.3 Plaza

La distribución actualmente se basa en la venta que realizan los agentes externos y el método de venta que ellos utilicen, la compañía no puede controlar la forma de la venta y en muchos casos no es posible cuantificar la cantidad de ventas perdidas por alguna desinformación que pueda proporcionar el agente externo.

Por tal motivo se incentiva a la compañía a obtener su propia fuerza de ventas la cual va a ser controlada en base a los objetivos que requiera la compañía y permitirá que se puedan evaluar de distinta forma las promociones que brinda para impulsar sus ventas, ya que al contar con sus propios vendedores los puede enfocar hacia incentivar a los clientes a adquirir los productos cuando existen estas promociones, actualmente la compañía no puede cuantificar si los agentes externos hacen una gestión en base a las decisiones estratégicas que realiza la compañía.

Otro método de distribución del servicio se basa en el uso de medios digitales tales como la página web – la página de Instagram o el chat de servicio, en la página web los clientes pueden elegir una pestaña para dejar sus datos en caso de estar interesados en algún plan que ofrece la compañía.

Por Instagram o por el portal de chat los clientes pueden enviar sus datos con la finalidad de que un agente se contacte directamente con ellos para guiarlos en el proceso de la venta, o en su defecto a los clientes se los invita a que visiten nuestras oficinas donde personal de servicio al cliente concretará la venta.

14.3 Promoción

La publicidad que realiza Best Doctors se enfocará en gran parte a indicar los valores de la compañía a que se dedican y la razón por la cual brindan el servicio que tienen, se usará muchos los medios digitales tales como pautas en distintas redes, videos testimoniales de los clientes que hayan tenido casos complicados que fueron solucionados gracias a la gestión de la compañía.

Tomando en consideración de que no es un producto de consumo masivo y tiene un nicho de mercado específico se puede considerar que la compañía ponga vallas en las salas vip de los aeropuertos importantes de Ecuador donde pueda mostrar su marca, realizar convenios con aerolíneas en las cuales puedan mostrar pequeños comerciales que aumente la exposición de la marca en sus vuelos internos.

Los descuentos que podrían ser muy atractivos son las promociones que se realizan con los proveedores, por ejemplo, durante el mes de abril 2022 todos los clientes de Best Doctors tienen consultas gratis con cualquier especialista en la clínica de la Universidad Espíritu Santo (UEES).

Aparte los clientes de Best Doctors pueden obtener descuentos extras debido a las alianzas realizadas por la aseguradora tales como descuentos en maestrías con la UEES. una posible alianza por realizarse podría ser con una aseguradora local la cual no tiene mucha cobertura en sus planes, pero mediante la coordinación de beneficios (COB) es posible cubrir su deducible contratado en su plan y tener el beneficio de reembolso al 100% y cobertura de al menos dos millones de dólares.

14.4 personas

El personal de Best Doctors se encuentra conformado por personas profesionales con experiencia en su rama y con vocación al servicio, dentro de la compañía es importante el que los empleados al menos conozcan dos idiomas, sean capaces de contestar correos y llamadas de forma profesional, el departamento de recursos humanos busca personas proactivas y enfocadas en innovar.

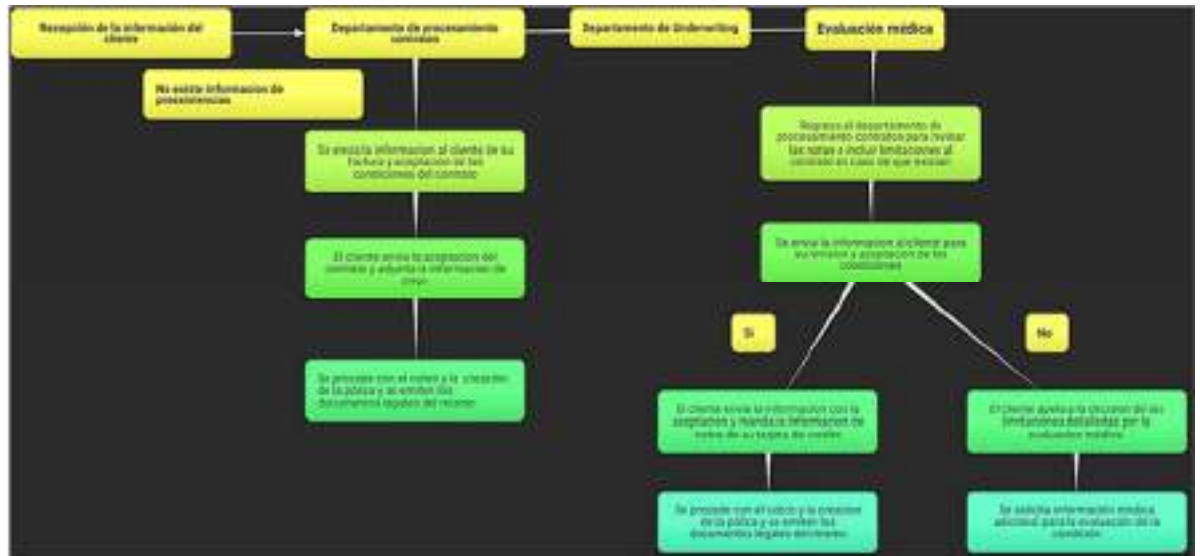
Existen ciertos perfiles que busca la compañía tales como personas que tengan perfil comercial debido al trato que se debe proporcionar a los clientes y a los agentes, otro perfil que buscan es de personas que busquen innovaciones y tengan visión del mercado, en ambos casos esos perfiles son las personas hacen de primer contacto con los proveedores, clientes y agentes.

El personal de marketing tiene un perfil muy dinámico y enfocado en los objetivos de la compañía, con un alto nivel de creatividad y una gran adaptabilidad, la gran adaptabilidad en el mercado de los seguros médicos es crucial debido a que cada cliente es un mundo independiente y cualquier enfermedad que pueda presentar genera preocupación la cual la compañía debe solucionar e informar de forma correcta como solucionar los problemas que tenga el cliente.

El personal de venta debería tener un perfil comercial, con experiencia en venta de intangibles. Una persona empática de gran carácter y que pueda trabajar bajo presión, un vendedor debe ser capaz de moverse en el mercado y tomar decisiones en el momento para enganchar al cliente y llevarlo al cierre de la venta. Un aspecto importante que la compañía considera es que debe ser una persona honesta y alineada a los valores de la empresa.

14.5 Procesos

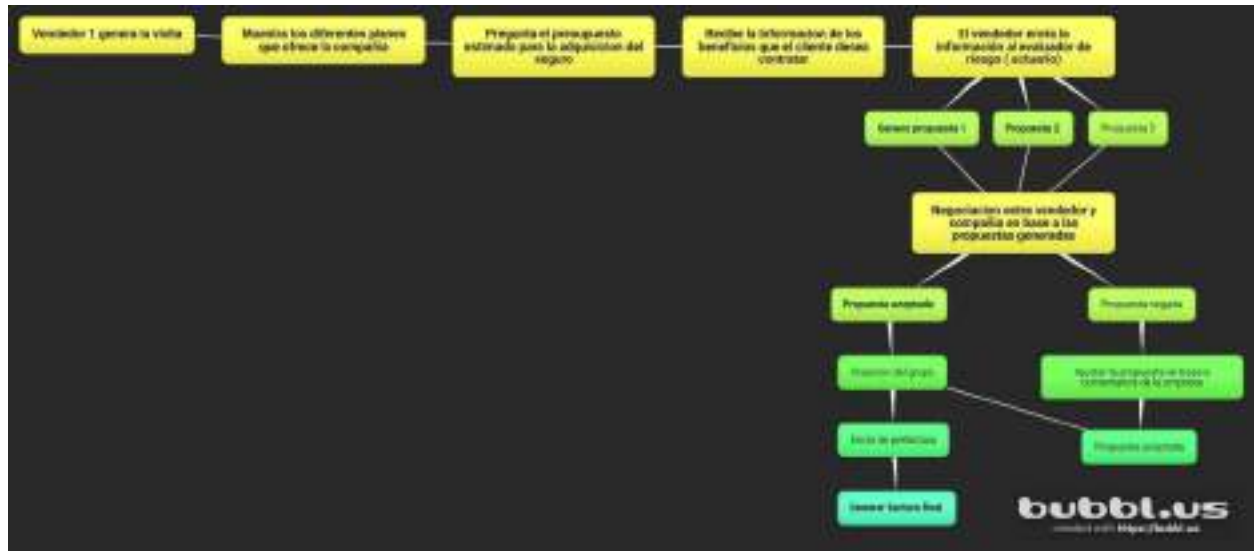
14.5.1 La creación de una póliza



La compañía recibe la información del cliente la cual es enviada al departamento de contratos, el departamento de contratos debe revisar los documentos recibidos constatar la firma del cliente con su cedula y verificar el cuestionario sobre preexistencias declaradas, luego la documentación será enviada al departamento de underwriting en la cual investigarán al cliente y enviarán la información a evaluación médica por parte de uno de los médicos evaluadores el cual decidirá si la condición es de alto riesgo o no y si entra bajo alguna exclusión del contrato.

La información regresa al departamento de procesamiento contratos el cual verificará las notas del médico evaluador y procede a enviar la información al cliente para su revisión, en caso de que exista alguna limitación al contrato el cliente puede decir si aceptar las condiciones y enviar la información de pago, en caso de que no acepte las condiciones solicita información adicional para evaluar la condición.

14.5.2 El proceso para la venta de un contrato corporativo



El vendedor 1 genera una visita a la empresa interesada en el servicio que brinda la compañía, muestra las diferentes opciones de planes individuales que tiene la compañía y tomando en consideración de que los productos corporativos son hechos a la medida solicitará información sobre el presupuesto tentativo para adquirir los servicios.

El vendedor solicita al potencial cliente los beneficios que desearía contratar y en que categorías debería estar cada beneficio, el vendedor luego enviará la información al actuario el cual evaluará el riesgo en base a las edades y beneficios que el cliente desea contratar, una vez realizada la evaluación el actuario enviará 3 propuestas con distintos precios.

El vendedor entrará a negociar con la empresa nuevamente mostrando las propuestas generadas, en caso de que alguna propuesta sea aceptada se procederá con la creación del grupo en el sistema y el envío de la

prefectura, una vez aceptada la prefectura se enviará la factura final con la retención corresponde de acuerdo con la ley.

En caso de que el cliente no acepte las propuestas se negocia que tipo de beneficios desearía obtener o quitar de su plan y la propuesta se ajusta en base a lo negociado con el cliente hasta que la propuesta sea aceptada.

14.6 Evidencia física

La compañía Best Doctors usa para su logo el color azul y blanco formando una cruz con puntos y una estrella por la excelencia en servicio, el logo se encuentra junto al nombre de la compañía. La compañía usó el color azul debido a que es un color apropiado para las empresas que desean transmitir calma, confianza además de elegancia y frescura mientras que el color blanco denota pureza, transparencia según (Segura Gordillo, 2016)



Los planes que ofrece la compañía manejan distintos colores tales como el rosa que dentro del marketing es considerado un color que demuestra sinceridad, dulzura y sofisticación, el color morado se asocia a la sabiduría, lujo, el color verde es un color muy versátil que se refiere a las buenas acciones y es agradable para los ojos de los clientes, el color gris se trata de un color más serio que se relaciona con la sabiduría y lo clásico, representa neutralidad y compromiso y fiabilidad.



MEDICAL CARE™

**RESUMEN DE
BENEFICIOS
LATINOAMÉRICA
(EXCLUYE BRASIL)**



VÁLIDO A PARTIR DEL
1 DE JUNIO DE 2020



MEDICAL CARE™

RESUMEN DE BENEFICIOS MUNDIAL



VÁLIDO A PARTIR DEL
1 DE JUNIO DE 2020



GLOBAL PLUS™

RESUMEN DE BENEFICIOS



VÁLIDO A PARTIR DEL
1 DE JUNIO DE 2020



GLOBAL CARE™

RESUMEN DE BENEFICIOS



VÁLIDO A PARTIR DEL
1 DE JUNIO DE 2020



PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023



MEDICAL
ELITE™

RESUMEN DE
BENEFICIOS



VÁLIDO A PARTIR DEL
1 DE JUNIO DE 2020

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Determinar la fuerza de venta necesaria para duplicar las ventas de contratos corporativos del año 2022						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
Realizar un estudio de los clientes potenciales en la ciudad de Guayaquil	Determinar el número de posibles clientes corporativos en la ciudad de Guayaquil	G. Marketing/RRHH	01/08/2022	01/09/2022	\$, personal tercerizado	Número de clientes potenciales
Implementar la convocatoria para el departamento de ventas	<i>Incorporar fuerza de ventas</i>	G. Comercial/RRHH	01/10/2022	nov-22	\$, oficinas, examen de aptitudes	Número de vendedores en nómina
Implementar capacitaciones al personal sobre los productos ofrecidos por la compañía	<i>Obtener Vendedores capacitados para vender el producto</i>	G. Comercial	nov-22	dic-22	Oficina, proyector, artículos de la compañía	aumento en las ventas para el año 2023

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Desarrollar campañas publicitarias enfocadas en el producto corporativo	informar a clientes potenciales sobre el producto a vender por el departamento de ventas	G. Marketing/Diseñador	ene-23	Permanente	\$, pautas, medios digitales, programas de edición, cámara fotográfica	likes, reproducciones de los videos, contactos con clientes potenciales
REALIZAR VISITAS A LAS PYMES	GENERAR VENTAS	G. Comercial	ene-23	dic-23	\$, celular, viáticos, Documentos, laptop	# DE VENTAS CERRADAS, % INCREMENTO EN VENTAS

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Incrementar la exposición de la marca en al menos un 10% en el nicho de mercado						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
Crear publicaciones en medios digitales con información de la empresa	Generar exposición de la marca	G. Marketing	01/08/2022	01/09/2022	\$, pautas, programas, licencias	visitas, likes, seguidores, reproducciones
Determinar el concepto de la marca en el mercado	<i>Evaluar la agresividad con la que se debe realizar campañas publicitarias</i>	G. Marketing	01/01/2023	01/06/2023	\$, personal de investigación tercerizado,	Variables en las ventas y reconocimiento de la marca
Interactuar con las agencias máster en el mensaje que la compañía desea difundir	<i>mejorar la publicidad de boca en boca en nuestros agentes</i>	G. Comercial	ene-23	Permanente	\$, agentes externos	Variables en las ventas y posicionamiento de la marca

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Utilizar testimoniales de clientes que han usado los planes de Best Doctors	Generar impacto sobre la necesidad de un seguro medico	G. Marketing	ene-23	jun-23	cámara, medios digitales,	posicionamiento de la marca
Implementar vallas publicitarias en las zonas vip de los aeropuertos de Guayaquil y Quito	<i>Generar exposición de la marca</i>	G. Marketing	ene-23	dic-23	\$, Diseñadores, contactos	posicionamiento de la marca

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Reducir un 15% de los costos para el año 2023 en la compañía						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
Cambiar el porcentaje por comisiones de los agentes del 30% al 20%	Reducir costos variables	G. General/ G. comercial	01/01/2023	31/01/2023	Dinero, sistemas	Reducción de Costos en la compañía
Mantener el teletrabajo para el personal que pueda realizarlo	<i>Reducir costos fijos</i>	G. General	01/01/2023	31/01/2023	Laptops, Dinero, Sistemas de Seguridad	Reducción de los costos fijos en la compañía

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Cerrar una de las 3 oficinas debido a que existe menos personal trabajando en oficinas	<i>Reducir gasto del alquiler</i>	G. General	01/01/2023	31/01/2023	Dinero,	Ahorro en gastos de alquiler para la compañía
Reducir la compra de insumos administrativos	Reducir el gasto fijo	G. General	01/01/2023	31/01/2023	Empleados, Dinero	Ahorro en gastos fijos
Realizar una auditoría de los gastos necesarios para el funcionamiento de la compañía	<i>Determinar los gastos que no sean necesarios para generar ahorro</i>	G. General	01/01/2023	jun-23	Laptop, portal, personal	Ahorro para la compañía

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Determinar los procesos para la renovación de los contratos corporativos que ofrece la empresa Best Doctors S.A.						
MEDIOS (estrategias)	RESULTADO ESPERADO	EQUIPO	F E C H A		RECURSOS	INDICADOR DE GESTIÓN
¿Cómo?	¿Por qué o para qué?		INICIO	FIN		¿Cómo vamos a medir?
Estudiar el Mercado de nuestros clientes y el entorno como país	Determinar qué tan avanzada esta la reactivación económica en el Ecuador	G. Marketing	01/01/2023	01/04/2023	Personal, office, laptop, viáticos	Proceso nuevo basado en la realidad financiera de las compañías
Actualizar los procesos de renovación de los contratos corporativos	<i>Generar un máximo de renovaciones</i>	G. Grupos corporativos	01/01/2023	Permanente	laptop. Teléfono, personal de operaciones, sistemas, abogados	Mayor porcentaje de renovaciones

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Realizar un análisis de los motivos por el cual se ha perdido clientes corporativos	<i>Determinar falencias en los procesos de renovación</i>	G. Grupos corporativos	01/01/2023	01/01/2023	Teléfono, Laptop, personal, contratos, sistema	Mayor porcentaje de renovaciones
Revisar las condiciones del contrato corporativo con el departamento legal	Crear un producto más competitivo en el mercado	Departamento Legal/ G. Grupos corporativo	01/01/2023	01/01/2023	Contratos, personal,	Incremento en las ventas de contratos corporativos
Realizar un estudio sobre la venta de contratos corporativos de la competencia	<i>Generar más visibilidad quipo</i>	Departamento Legal/ G. Grupos corporativo	01/01/2023	jun-23	Personal, office, laptop, viáticos	Incremento en las ventas de contratos corporativos

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Determinar el impacto del incremento de las primas y su incidencia en el mercado						
Medios	Resultado esperado	Equipo	Fecha		Recursos	Indicador de gestión
¿Cómo?	¿Por qué?		Inicio	Fin		¿Cómo Vamos a Medir?
Realizar un estudio de la siniestralidad de la compañía	Verificar los contratos y diagnósticos que generar siniestralidad alta	G. Departamento médico/ Reclamos	01/01/2023	Semestral	Sistema, Office, personal, actuarios	Análisis de los precios para el año 2023
Realizar convenios con proveedores que los clientes de Best Doctors usen con más frecuencia	<i>aumentar los descuentos en los servicios que realizan los clientes</i>	Proveedores	01/01/2023	Permanente	Personal, Laptop, \$	Reducción de los gastos por siniestros
Realizar campañas preventivas de diagnósticos que afectan la siniestralidad para los clientes de Best Doctors	<i>Evitar que diagnósticos de alta siniestralidad sean tratados tardíamente</i>	G. Departamento médico/ Proveedores	01/01/2023	Permanente	Personal, Laptop, \$ centros médicos	Reducción de los gastos por siniestros

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Realizar un estudio sobre los precios del mercado	Obtener una media de los precios de la competencia vs los de la compañía	G. Marketing	01/01/2023	31/01/2023	Personal. \$, Laptops, Office, sistema	Incremento en las ventas
Realizar alianzas con aseguradoras locales.	<i>Bajar la siniestralidad</i>	G. Comercial/ Proveedores	01/01/2023	31/01/2023	Personal, \$, insumos, Viáticos	Incremento en las ventas

16. Capítulo 3: Modulo Financiero.

16.1. Inversión

Para desarrollar el análisis financiero del presente proyecto es necesario realizar una inversión que permita cubrir gastos relacionados a la adquisición de activos fijos y capital de trabajo para el proyecto a desarrollarse.

Tabla No. 2

NECESIDADES DE INVERSION

DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVO	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	1. ACTIVO CORRIENTE	1		\$60.000,00
Tablet	ACTIVO NO CORRIENTE	4	800	\$3.200,00
INVERSIÓN TOTAL				63.200,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

Se estima que se realizará un financiamiento mixto para el proyecto, tomando un 50% de la inversión mediante un préstamo bancario y la diferencia con fondos propios de la compañía tomando en consideración que la compañía tiene un respaldo financiero de \$331 millones de dólares en prima bruta anual

16.2. Financiamiento

Tabla No. 3

FINANCIAMIENTO

Financiamiento	Valor	%	Tasa %
Aportes propios	\$31.600,00	50%	
Aportes de terceros (Bancos)	\$31.600,00	50%	12%

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

Para el desarrollo del proyecto la compañía deberá contratar 4 vendedores de planta para enfocar las ventas de los corporativos, dentro del cual la proyección de sueldos para los 5 años proyectados es la siguiente.

16.3. Proyección de Sueldos

Tabla No. 4

Proyección de Sueldos

Sueldo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total, Sueldos
Vendedores	\$39.500,00	\$43.295,45	\$44.638,32	\$46.016,44	\$7.433,93	\$220.883,13

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

En el **Anexo 4** se detalla los gastos de sueldos mensuales por año tomando en consideración los beneficios de ley, fondos de reserva y el aporte patronal.

16.4. Proyección de Ventas

Dentro de la proyección de unidades de productos vendidas dentro de los 5 años se toma en consideración nombres de productos referenciales debido a que como menciona el proyecto los precios y las variedades de productos se basan en las negociaciones con las compañías, a continuación, la proyección de las ventas en unidades.

Tabla No. 5

Proyección de Ventas

(Unidades)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Corporativo 1	7	8	11	9	17
Corporativo 2	4	6	6	10	10
Corporativo 3	3	4	3	5	8
Total	14	18	20	24	35

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

En el **Anexo 5** se podrá observar el desglose de las ventas mensuales por año, tomando en consideración de que es un producto por el cual se realiza un proceso de negociación que puede tardar hasta 2 meses en cerrar la venta.

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Se determinó un precio referencial para los productos a ofrecer con un incremento anual del 3% tomando en consideración un promedio del incremento de los gastos médicos en el Ecuador el cual se estima que año a año aumenta en un 2%.

Tabla No. 6

Precio de Ventas

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Corporativo 1	30.000,00	31.000,00	32.000,00	33.000,00	34.000,00
Corporativo 2	50.000,00	51.000,00	52.000,00	53.000,00	54.000,00
Corporativo 3	100.000,00	103.000,00	106.000,00	109.000,00	112.000,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

En base a las ventas por unidades proyectadas se realizó una proyección de ventas estimada para los 5 años proyectados de la siguiente forma.

Tabla No. 7
Proyección de Ventas

(Dinero)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Corporativo 1	210.000,00	248.000,00	352.000,00	297.000,00	578.000,00
Corporativo 2	200.000,00	306.000,00	312.000,00	530.000,00	540.000,00
Corporativo 3	300.000,00	412.000,00	318.000,00	545.000,00	896.000,00
TOTAL	710.000,00	966.000,00	982.000,00	1.372.000,00	2.014.000,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

En el **Anexo 6** se refleja la proyección de ventas mensual en base a las ventas generadas por año

16.5. Costo de ventas

Los costos de ventas proyectados se realizan en base a un cálculo estimado de siniestralidad en contratos nuevos, para lo cual se estima que un 15% del precio de venta será utilizado para pagos durante el primer año, además es importante mencionar que se trata de valores referenciales y estimaciones debido a que los siniestros son eventualidades que pueden pasar como puede que no sucedan.

Tabla No. 8

Costo de Ventas por Producto

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Corporativo 1	4.500,00	4.650,00	4.800,00	4.950,00	5.100,00
Corporativo 2	7.500,00	7.650,00	7.800,00	7.950,00	8.100,00
Corporativo 3	15.000,00	15.450,00	15.900,00	16.350,00	16.800,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Los costos totales calculados para cada año se encuentran detallados en la tabla a continuación, esta tabla proporciona una idea general de un estimado por el costo de la venta de los servicios vendidos.

Tabla No. 9

Costo de Ventas Totales

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Corporativo 1	31.500,00	37.200,00	52.800,00	44.550,00	86.700,00
Corporativo 2	30.000,00	45.900,00	46.800,00	79.500,00	81.000,00
Corporativo 3	45.000,00	61.800,00	47.700,00	81.750,00	134.400,00
TOTAL	106.500,00	144.900,00	147.300,00	205.800,00	302.100,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

En el **Anexo 7** se encuentra el detalle de los costos de ventas mensuales en base a cada venta realizada, las tablas se encuentran distribuidas por años proyectado de ventas.

16.6. Gastos Operacionales

Dentro del proyecto se establecieron los siguientes gastos operacionales como sueldos de los vendedores, capacitación, movilización de los vendedores, los suministros de oficina necesarios para la ejecución del proyecto y las comisiones por ventas, las comisiones se realizaron en base al cálculo del 10% del precio de venta lo cual reduce la comisión ofrecida normalmente a las agencias externas por el cual se paga un 30% de comisión.

Tabla No. 10

Gastos Operacionales

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS	39.500,00	43.295,45	44.637,32	46.016,44	47.433,93
PUBLICIDAD	60.000,00	63.000,00	66.150,00	69.457,50	72.930,38
CAPACITACIÓN	2.500,00	2.625,00	2.756,25	2.894,06	3.038,77
MOVILIZACIÓN	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
SUMINISTROS DE OFICINA	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
COMISIONES	71.000,00	96.600,00	98.200,00	137.200,00	201.400,00
TOTAL	180.800,00	213.710,45	220.343,07	264.597,47	334.284,02

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

En el **Anexo 8** se encuentra el detalle de los gastos operacionales mensualizados por cada año dentro del proyecto en desarrollo.

16.7. Préstamo Bancario

Como método de financiamiento del proyecto se obtiene el 50% del capital inicial vía préstamo bancario a una tasa de interés del 12% a 5 años la cual genera dividendos de \$702.92 dólares mensuales, a continuación, la tabla del préstamo.

Tabla No. 11
Préstamo Bancario

Periodos anuales	0	1	2	3	4	5
Interés		\$3.527,92	\$2.905,57	\$2.204,29	\$1.414,07	\$523,62
Capital Pagado		\$4.907,17	\$5.529,52	\$6.230,81	\$7.021,03	\$7.911,47
Dividendos		\$8.435,09	\$8.435,09	\$8.435,09	\$8.435,09	\$8.435,09
Saldo	\$31.600,00	\$26.692,83	\$21.163,30	\$14.932,50	\$7.911,47	\$0,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

16.8. Estados Financieros

Tabla No. 12
Estado de Resultados

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	710.000,00	966.000,00	982.000,00	1.372.000,00	2.014.000,00
- Costo de Ventas	106.500,00	144.900,00	147.300,00	205.800,00	302.100,00
Utilidad Bruta en Ventas	603.500,00	821.100,00	834.700,00	1.166.200,00	1.711.900,00
- Gastos desembolsables	180.800,00	213.710,45	220.343,07	264.597,47	334.284,02
- Gastos no desembolsables	640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
Utilidad Operacional	422.060,00	606.749,55	613.716,93	900.962,53	1.376.975,98
- Gastos financiamiento	3.527,92	2.905,57	2.204,29	1.414,07	523,62
+/- Ing/Eg. No operacionales	-	-	-	-	-
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores	422.060,00	606.749,55	613.716,93	900.962,53	1.376.975,98
- 15% Reparto Ut. Trabajadores	63.309,00	91.012,43	92.057,54	135.144,38	206.546,40
Utilidad antes de Impuesto Renta	358.751,00	515.737,12	521.659,39	765.818,15	1.170.429,58
- 25% Impuesto Renta	89.687,75	128.934,28	130.414,85	191.454,54	292.607,40
Utilidad antes de Reserva Legal	269.063,25	386.802,84	391.244,55	574.363,61	877.822,19
- 10% Reserva Legal	26.906,33	38.680,28	39.124,45	57.436,36	87.782,22
Utilidad del ejercicio	242.156,93	348.122,55	352.120,09	516.927,25	790.039,97

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Dentro del estado de resultados es posible observar que debido a la particularidad del producto los costos de ventas son bajos lo cual permite a la compañía obtener una alta utilidad bruta en ventas, es importante mencionar que la utilidad antes de reparto a trabajadores es valor que se suma a los ingresos generados por el área individual de la compañía, pero como material didáctico la utilidad del ejercicio para el proyecto refleja un crecimiento constante para el proyecto.

Tabla No. 13
Flujo de Efectivo

Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Gastos no desembolsables		640,00	640,00	640,00	640,00	640,00
+ Reserva Legal		26.906,33	38.680,28	39.124,45	57.436,36	87.782,22
+ Deudas no pagadas en el periodo		152.996,75	219.946,71	222.472,39	326.598,92	499.153,79
- Deudas pagadas			152.996,75	219.946,71	222.472,39	326.598,92
- Amortización (cap.pagado)		4.907,17	5.529,52	6.230,81	7.021,03	7.911,47
+ Valor en Libros (si se vende)		-	-	-	-	-
Inversión	- 63.200,00	-	-	-	-	-
Préstamo a largo plazo	31.600,00					
Flujo de Caja	- 31.600,00	417.792,83	448.863,27	388.179,42	672.109,11	1.043.105,60

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

El Proyecto de demuestra un buen flujo de efectivo para cada año lo cual le permite pagar las obligaciones relacionadas al proyecto, pero es importante mencionar que el proyecto está basado solo en una parte del negocio por lo tanto el dinero podrá ser reinvertido en otras necesidades de la compañía.

Tabla No. 14
Balance General

Detalle		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EFFECTIVO	60.000,00	477.792,83	926.656,10	1.314.835,52	1.986.944,63	3.030.050,22
A/F NETOS	3.200,00	2.560,00	1.920,00	1.280,00	640,00	-
ACTIVOS	63.200,00	480.352,83	928.576,10	1.316.115,52	1.987.584,63	3.030.050,22
CTAS.DOC. X PAGAR		152.996,75	219.946,71	222.472,39	326.598,92	499.153,79
PRÉSTAMO BCARIO.	31.600,00	26.692,83	21.163,30	14.932,50	7.911,47	0,00
PASIVOS	31.600,00	179.689,58	241.110,02	237.404,89	334.510,39	499.153,79
CAPITAL SOCIAL	31.600,00	31.600,00	31.600,00	31.600,00	31.600,00	31.600,00
RESERVA LEGAL		26.906,33	65.586,61	104.711,06	162.147,42	249.929,64
UTILIDADES RETENIDAS		242.156,93	590.279,48	942.399,57	1.459.326,82	2.249.366,79
PATRIMONIO	31.600,00	300.663,25	687.466,09	1.078.710,63	1.653.074,24	2.530.896,43
PASIVOS + PATRIMONIO	63.200,00	480.352,83	928.576,10	1.316.115,52	1.987.584,63	3.030.050,22

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

En el Balance General es posible observar cómo los activos son más altos que los pasivos debido al tipo de negocio por el cual se está desarrollando el proyecto, además el patrimonio para el quinto año se vuelve muy atractivo para los accionistas.

16.9. Indicadores Económicos

Tabla No. 15
Indicadores Económicos

TIR	1328,40%
VAN	\$ 777.502,83
PAYBACK	1 MES

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

Para la elaboración de los indicadores económicos se tomó en consideración una tasa de retorno esperada por parte de los accionistas de un 100% una tasa de interés del banco de 12% y un WACC del 54%, la TIR refleja un monto de 1328.40% debido a que la inversión es mínima con relación a otros años y el payback del proyecto indica que en 1 mes aproximadamente se podría obtener la inversión. En el anexo 10 se podrá observar el flujo por año y los cálculos del valor presente y payback

Tabla No. 16
Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO FIJO	\$ 184.967,92	\$ 217.256,02	\$ 223.187,35	\$ 266.651,54	\$ 335.447,64
VENTAS - COSTO VARIABLE	\$ 603.500,00	\$ 821.100,00	\$ 834.700,00	\$ 1.166.200,00	\$ 1.711.900,00
% Equilibrio	31%	26%	27%	23%	20%
VENTAS	\$ 710.000,00	\$ 966.000,00	\$ 982.000,00	\$ 1.372.000,00	\$ 2.014.000,00
COSTOS VARIABLES	\$ 106.500,00	\$ 144.900,00	\$ 147.300,00	\$ 205.800,00	\$ 302.100,00
COSTOS FIJOS	\$ 184.967,92	\$ 217.256,02	\$ 223.187,35	\$ 266.651,54	\$ 335.447,64
UTILIDAD	\$ 418.532,08	\$ 603.843,98	\$ 611.512,65	\$ 899.548,46	\$1.376.452,36

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

El punto de equilibrio de acuerdo con los cálculos realizados en el primer año se debe vender el 31% de los planes antes de empezar a recibir ganancias, al segundo año el 26%, al tercer año el 27% al 4 año el 23% y al quinto año el 20%.

16.10 Ratios Financieros

Tabla No. 17
Ratios financieros

Ratios Financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez	\$2.67	\$3.85	\$5.54	\$5.94	\$6.07
Rentabilidad	50%	37%	27%	26%	26%
Endeudamiento	\$0.37	\$0.26	\$0.18	\$0.17	\$0.16
Rotación	1.48	1.04	0.75	0.69	0.66

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

Se puede observar que por cada dólar de deuda que tiene la empresa, tiene dos dólares con sesenta y siete centavos para cubrir su deuda. Año a año la liquidez del proyecto aumenta en base al incremento en ventas.

Sobre la rentabilidad se puede observar en la tabla que en el primer año ingresa un 50% de utilidad neta por cada venta, al quinto año se puede ver que va reduciéndose, pero es en base a que el proyecto es basado en una parte de la compañía y no se ha considerado reinversión del dinero obtenido.

El índice de endeudamiento del proyecto mantiene niveles bajos de acuerdo con la tabla y basado en la liquidez del proyecto la compañía no tiene problemas para cubrir sus deudas.

17. CONCLUSIONES.

En la actualidad Best Doctors tiene un problema con sus ventas debido a que sus agentes son externos y no tiene control sobre sus ventas debido a que los agentes no venden exclusivamente los productos de Best Doctors lo cual presenta un inconveniente al momento de buscar incremento en las ventas de productos específicos.

La pandemia afectó fuertemente a toda la economía del país, pero para las aseguradoras la siniestralidad se elevó por la misma necesidad de atención médica, los contratos activos empezaron a solicitar prórrogas y muchos empezaron a cancelar sus contratos debido al alto precio del producto lo cual afectó considerablemente el flujo de efectivo.

El producto corporativo debe ser actualizado bajo las circunstancias que presenta el país y modificado bajo los parámetros que permita la ley, pero es un gran paso para la compañía poder ofrecer un producto que pueda ser hecho a la medida de cada cliente y a su presupuesto.

La creación de una fuerza de ventas propia sumado a la actualización de los planes corporativos puede proporcionar el incremento deseado en ventas, mayor control y mejor enfoque en las estrategias que serán necesarias para impulsar las ventas de los productos, una inversión relativamente baja considerando que la compañía tiene un respaldo financiero de 331 millones puede generar grandes ventajas competitivas e incremento en las ventas.

17. RECOMENDACIONES.

El proyecto está basando en precios referenciales debido a que el producto al ser hecho a la medida los precios pueden ser más bajo o más altos, para determinar una ganancia real se debe realizar un estudio actuarial en base al riesgo que presentarían los clientes al obtener un plan.

La fuerza de ventas debe enfocar sus esfuerzos en la venta de corporativos con la finalidad de que no se genere una competencia desleal con las agencias externas.

La siniestralidad en una empresa de seguros es muy complicada de reducir una vez que el cliente ya cuenta con cobertura, por lo tanto, es importante obtener un sistema integrado de información en el Ecuador en el cual las aseguradoras puedan determinar si los clientes tienen alguna condición previa no declarada la cual podrá reducir los riesgos de cada contrato nuevo.

La compañía debe solicitar exámenes previos a la cobertura de los nuevos contratos corporativos con la finalidad de que se pueda realizar un análisis correcto del tipo de cliente que se está asegurando y lograr que las ventas de los contratos corporativos se mantengan en el tiempo.

18. Bibliografía

Andrews. (1980). *El concepto de estrategia empresarial*. Virginia: Universidad de Virginia.

Asamblea Nacional. (2016). *codigo Organico Ley que regula compañías de salud prepagada y asistencia medica*. Quito: Oficio No. SAN-2016-1835.

BestDoctors. (2022). *Best Doctors Insurance*. Obtenido de <https://bestdoctorsinsurance.com/es/medical-elite/>

BMI. (2022). *BMICOS*. Obtenido de <https://www.bmicos.com/blog/como-funciona-el-deducible-en-los-seguros-de-salud/>

BUPA. (2022). *Resumen de producto Bupa Corporativo*. Guayaquil.

De la Parra, E. &. (2003). *Estrategias de ventas y negociacion* . Panorama Editorial .

Diario el Universo . (19 de junio de 2021). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/situacion-critica-en-hospitales-del-msp-y-del-iess-se-analizaran-este-lunes-en-mesas-de-trabajo-con-el-vicepresidente-alfredo-borrero-y-representantes-de-acess-y-sercop-nota/>

FEDESEG. (2020). *La Pandemia y su impacto en las aseguradoras*. *Revista Lideres Ecuador*.

Fred, L. (1980). *Introducción a la Administración, un enfoque de contingencia*. Mexico: McGraw-Hill de México.

kazmier, I. j. (2006). *Estadística aplicada a la administracion*.

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Kotler, P. (1999). *El concepto genérico de marketing*. Recuperado el 26 de 2 de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5586252>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación. ISBN 970-26-0763-9.

Lambin, J.-J. (1995). *Marketing Estratégico*. Mc-Graw Hil.

Libera, B. (2006). *¿Que es la evaluacion del impacto?* Gutierrez. G.S.

MAPFRE, F. (2022). *Fundacion MAPFRE*. Obtenido de <https://www.fundacionmapfre.org/publicaciones/>

Matran, C. (1988). *Diccionario MAPFRE de Seguros*. Madrid: MAPFRE S.A.

Moreira. (2013). *Necesidades de capacitacion profesional del personal administravo de la Universidad Cristiana Latinoamericana extension Guayaquil*. UCLEG.

Muchinsky. (2002). *Psicologia aplicada al Trabajo*. Santiago de Chile: Cengage Learning Editores.

RAE. (2022). *Dle.rae.es*. Obtenido de <https://dle.rae.es/proceso>

Salazar, g. &. (2018). *El principio de buena fe en la etapa precontractual de la contratacion publica ecuatoriana*.

salud, T. (octubre de 2012). *Salud grupos triples*. Obtenido de <https://salud.grupotriples.com/wp-content/uploads/2016/07/BOLETINCOBOCT2013ESP.pdf>

Santos, D. (2021). *Hubspot*. Obtenido de www.hubspot.es

Segura Gordillo, N. (2016). *Marketing del color ¿Como infuye el color del logotipo en la personalidad de una marca?*

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Stanton, E. y. (1996). *Fundamentos de marketing*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, 2004.

Westreicher, G. (2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/prima-de-un-seguro.html>

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Anexo 4

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 1						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Vendedor 1	\$650,00	\$54,17	\$37,50		\$81,25	\$822,92
Vendedor 2	\$650,00	\$54,17	\$37,50		\$81,25	\$822,92
Vendedor 3	\$650,00	\$54,17	\$37,50		\$81,25	\$822,92
Vendedor 4	\$650,00	\$54,17	\$37,50		\$81,25	\$822,92
Total, mensual	\$2.600,00	\$216,67	\$150,00		\$325,00	\$3.291,67

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 2						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Vendedor 1	\$669,50	\$55,79	\$39,58	\$55,77	\$81,34	\$901,99
Vendedor 2	\$669,50	\$55,79	\$39,58	\$55,77	\$81,34	\$901,99
Vendedor 3	\$669,50	\$55,79	\$39,58	\$55,77	\$81,34	\$901,99
Vendedor 4	\$669,50	\$55,79	\$39,58	\$55,77	\$81,34	\$901,99
Total mensual	\$2.678,00	\$223,17	\$158,33	\$223,08	\$325,38	\$3.607,95

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 3						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Vendedor 1	\$689,59	\$57,47	\$41,67	\$57,44	\$83,78	\$929,94
Vendedor 2	\$689,59	\$57,47	\$41,67	\$57,44	\$83,78	\$929,94
Vendedor 3	\$689,59	\$57,47	\$41,67	\$57,44	\$83,78	\$929,94
Vendedor 4	\$689,59	\$57,47	\$41,67	\$57,44	\$83,78	\$929,94
Total mensual	\$2.758,34	\$229,86	\$166,67	\$229,77	\$335,14	\$3.719,78

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 4						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Vendedor 1	\$710,27	\$59,19	\$43,75	\$59,17	\$86,30	\$958,68
Vendedor 2	\$710,27	\$59,19	\$43,75	\$59,17	\$86,30	\$958,68
Vendedor 3	\$710,27	\$59,19	\$43,75	\$59,17	\$86,30	\$958,68
Vendedor 4	\$710,27	\$59,19	\$43,75	\$59,17	\$86,30	\$958,68
Total mensual	\$2.841,09	\$236,76	\$175,00	\$236,66	\$345,19	\$3.834,70

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

PROYECCIONES MENSUALES PARA EL AÑO 5						
Nómina	Sueldo	13º Sueldo	14º Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Total
Vendedor 1	\$731,58	\$60,97	\$45,83	\$60,94	\$88,89	\$988,21
Vendedor 2	\$731,58	\$60,97	\$45,83	\$60,94	\$88,89	\$988,21
Vendedor 3	\$731,58	\$60,97	\$45,83	\$60,94	\$88,89	\$988,21
Vendedor 4	\$731,58	\$60,97	\$45,83	\$60,94	\$88,89	\$988,21
Total mensual	\$2.926,32	\$243,86	\$183,33	\$243,76	\$355,55	\$3.952,83

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Anexo 5

Comportamiento de la Demanda Año 1 (unidades)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Corporativo 1	-	-	2	-	-	3	-	-	1	-	-	1	7
Corporativo 2	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1	4
Corporativo 3	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	3
TOTAL	-	-	4	-	-	4	-	-	3	-	-	3	14

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Comportamiento de la Demanda Año 2 (Unidades)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Corporativo 1	1	-	-	2	-	-	3	-	-	1	-	1	8
Corporativo 2	1	-	-	1	-	-	1	-	-	2	-	1	6
Corporativo 3	1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	4
TOTAL	3	-	-	4	-	-	4	-	-	4	-	3	18

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Comportamiento de la Demanda Año 3 (Unidades)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Corporativo 1	-	2	-	-	2	-	-	3	-	-	4	-	11
Corporativo 2	-	1	-	-	2	-	-	1	-	-	2	-	6
Corporativo 3	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	3
TOTAL	-	3	-	-	5	-	-	5	-	-	7	-	20

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Comportamiento de la Demanda Año 4 (Unidades)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Corporativo 1	1	1	2	1	-	1	-	-	1	1	-	1	9
Corporativo 2	1	1	-	1	1	-	1	1	1	1	1	1	10
Corporativo 3	1	1	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	5
TOTAL	3	3	2	2	1	2	1	1	3	2	1	3	24

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Comportamiento de la Demanda Año 5 (Unidades)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Corporativo 1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	17
Corporativo 2	1	1	1	2	1	1	1	-	-	1	1	-	10
Corporativo 3	1	-	-	3	-	1	1	-	-	1	-	1	8
TOTAL	3	3	2	7	3	3	3	2	1	3	2	3	35

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Anexo 6

Ventas Proyectadas Año 1 (\$)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	MARZO	JUNIO	SEPTIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Corporativo 1	60.000,00	90.000,00	30.000,00	30.000,00	210.000,00
Corporativo 2	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	200.000,00
Corporativo 3	100.000,00	-	100.000,00	100.000,00	300.000,00
TOTAL	210.000,00	140.000,00	180.000,00	180.000,00	710.000,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Ventas Proyectadas Año 2(\$)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	ABRIL	JULIO	OCTUBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Corporativo 1	31.000,00	62.000,00	93.000,00	31.000,00	31.000,00	248.000,00
Corporativo 2	51.000,00	51.000,00	51.000,00	102.000,00	51.000,00	306.000,00
Corporativo 3	103.000,00	103.000,00	-	103.000,00	103.000,00	412.000,00
TOTAL	185.000,00	216.000,00	144.000,00	236.000,00	185.000,00	966.000,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

Ventas Proyectadas Año 3(\$)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	FEBRERO	MAYO	AGOSTO	NOVIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Corporativo 1	64.000,00	64.000,00	96.000,00	128.000,00	352.000,00
Corporativo 2	52.000,00	104.000,00	52.000,00	104.000,00	312.000,00
Corporativo 3	-	106.000,00	106.000,00	106.000,00	318.000,00
TOTAL	116.000,00	274.000,00	254.000,00	338.000,00	982.000,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Ventas Proyectadas Año 4(\$)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Corporativo 1	33.000,00	33.000,00	66.000,00	33.000,00	-	33.000,00	-	-	33.000,00	33.000,00	-	33.000,00	297.000,00
Corporativo 2	53.000,00	53.000,00	-	53.000,00	53.000,00	-	53.000,00	53.000,00	53.000,00	53.000,00	53.000,00	53.000,00	530.000,00
Corporativo 3	109.000,00	109.000,00	-	-	-	109.000,00	-	-	109.000,00	-	-	109.000,00	545.000,00
TOTAL	195.000,00	195.000,00	66.000,00	86.000,00	53.000,00	142.000,00	53.000,00	53.000,00	195.000,00	86.000,00	53.000,00	195.000,00	1.372.000,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Ventas Proyectadas Año 5(\$)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Corporativo 1	34.000,00	68.000,00	34.000,00	68.000,00	68.000,00	34.000,00	34.000,00	68.000,00	34.000,00	34.000,00	34.000,00	68.000,00	578.000,00
Corporativo 2	54.000,00	54.000,00	54.000,00	108.000,00	54.000,00	54.000,00	54.000,00	-	-	54.000,00	54.000,00	-	540.000,00
Corporativo 3	112.000,00	-	-	336.000,00	-	112.000,00	112.000,00	-	-	112.000,00	-	112.000,00	896.000,00
TOTAL	200.000,00	122.000,00	88.000,00	512.000,00	122.000,00	200.000,00	200.000,00	68.000,00	34.000,00	200.000,00	88.000,00	180.000,00	2.014.000,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Anexo 7

Costo Proyectado Año 1

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	MARZO	JUNIO	SEPTIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Corporativo 1	9.000,00	13.500,00	4.500,00	4.500,00	31.500,00
Corporativo 2	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	30.000,00
Corporativo 3	15.000,00	-	15.000,00	15.000,00	45.000,00
TOTAL	31.500,00	21.000,00	27.000,00	27.000,00	106.500,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Costo Proyectado Año 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	ABRIL	JULIO	OCTUBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
Corporativo 1	4.650,00	9.300,00	13.950,00	4.650,00	4.650,00	37.200,00
Corporativo 2	7.650,00	7.650,00	7.650,00	15.300,00	7.650,00	45.900,00
Corporativo 3	15.450,00	15.450,00	-	15.450,00	15.450,00	61.800,00
TOTAL	27.750,00	32.400,00	21.600,00	35.400,00	27.750,00	144.900,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Costo Proyectado Año 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	FEBRERO	MAYO	AGOSTO	NOVIEMBRE	TOTAL AÑO 3
Corporativo 1	9.600,00	9.600,00	14.400,00	19.200,00	52.800,00
Corporativo 2	7.800,00	15.600,00	7.800,00	15.600,00	46.800,00
Corporativo 3	-	15.900,00	15.900,00	15.900,00	47.700,00
TOTAL	17.400,00	41.100,00	38.100,00	50.700,00	147.300,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Costo Projectado Año 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
Corporativo 1	4.950,00	4.950,00	9.900,00	4.950,00	-	4.950,00	-	-	4.950,00	4.950,00	-	4.950,00	44.550,00
Corporativo 2	7.950,00	7.950,00	-	7.950,00	7.950,00	-	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	7.950,00	79.500,00
Corporativo 3	16.350,00	16.350,00	-	-	-	16.350,00	-	-	16.350,00	-	-	16.350,00	81.750,00
TOTAL	29.250,00	29.250,00	9.900,00	12.900,00	7.950,00	21.300,00	7.950,00	7.950,00	29.250,00	12.900,00	7.950,00	29.250,00	205.800,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Costo Projectado Año 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
Corporativo 1	5.100,00	10.200,00	5.100,00	10.200,00	10.200,00	5.100,00	5.100,00	10.200,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00	10.200,00	86.700,00
Corporativo 2	8.100,00	8.100,00	8.100,00	16.200,00	8.100,00	8.100,00	8.100,00	-	-	8.100,00	8.100,00	-	81.000,00
Corporativo 3	16.800,00	-	-	50.400,00	-	16.800,00	16.800,00	-	-	16.800,00	-	16.800,00	134.400,00
TOTAL	30.000,00	18.300,00	13.200,00	76.800,00	18.300,00	30.000,00	30.000,00	10.200,00	5.100,00	30.000,00	13.200,00	27.000,00	302.100,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Anexo 8

Gastos Operacionales Projectados Año 1

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
SUELDOS	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	3.291,67	39.500,00
PUBLICIDAD	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	60.000,00
CAPACITACIÓN	500,00	-		500,00			500,00			500,00		500,00	2.500,00
MOVILIZACIÓN	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
SUMINISTROS DE OFICINA	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
COMISIONES	-	-	21.000,00	-	-	14.000,00	-	-	18.000,00	-	-	18.000,00	71.000,00
TOTAL	9.441,67	8.941,67	29.941,67	9.441,67	8.941,67	22.941,67	9.441,67	8.941,67	26.941,67	9.441,67	8.941,67	27.441,67	180.800,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Gastos Operacionales Proyectados Año 2

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
SUELDOS	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	3.607,95	43.295,45
PUBLICIDAD	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	5.250,00	63.000,00
CAPACITACIÓN	525,00	-	525,00	-	-	-	525,00	-	-	525,00	-	525,00	2.625,00
MOVILIZACIÓN	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	5.040,00
SUMINISTROS DE OFICINA	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	262,50	3.150,00
COMISIONES	18.500,00	-	-	21.600,00	-	-	14.400,00	-	-	23.600,00	-	18.500,00	96.600,00
TOTAL	28.565,45	9.540,45	10.065,45	31.140,45	9.540,45	9.540,45	24.465,45	9.540,45	9.540,45	33.665,45	9.540,45	28.565,45	213.710,45

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Gastos Operacionales Proyectados Año 3

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
SUELDOS	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	3.719,78	44.637,32
PUBLICIDAD	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	5.512,50	66.150,00
CAPACITACIÓN	551,25	-	551,25	-	-	-	551,25	-	-	551,25	-	551,25	2.756,25
MOVILIZACIÓN	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	441,00	5.292,00
SUMINISTROS DE OFICINA	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	275,63	3.307,50
COMISIONES	-	11.600,00	-	-	27.400,00	-	-	25.400,00	-	-	33.800,00	-	98.200,00
TOTAL	10.500,15	21.548,90	10.500,15	9.948,90	37.348,90	9.948,90	10.500,15	35.348,90	9.948,90	10.500,15	43.748,90	10.500,15	220.343,07

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Gastos Operacionales Proyectados Año 4

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
SUELDOS	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	3.834,70	46.016,44
PUBLICIDAD	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	5.788,13	69.457,50
CAPACITACIÓN	578,81	-	578,81	-	-	-	578,81	-	-	578,81	-	578,81	2.894,06
MOVILIZACIÓN	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	5.556,60
SUMINISTROS DE OFICINA	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	289,41	3.472,88
COMISIONES	19.500,00	19.500,00	6.600,00	8.600,00	5.300,00	14.200,00	5.300,00	5.300,00	19.500,00	8.600,00	5.300,00	19.500,00	137.200,00
TOTAL	30.454,10	29.875,28	17.554,10	18.975,28	15.675,28	24.575,28	16.254,10	15.675,28	29.875,28	19.554,10	15.675,28	30.454,10	264.597,47

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Gastos Operacionales Proyectados Año 5

GASTOS OPERACIONALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
SUELDOS	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	3.952,83	47.433,93
PUBLICIDAD	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	6.077,53	72.930,38
CAPACITACIÓN	607,75	-	607,75	-	-	-	607,75	-	-	607,75	-	607,75	3.038,77
MOVILIZACIÓN	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	486,20	5.834,43
SUMINISTROS DE OFICINA	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	303,88	3.646,52
COMISIONES	20.000,00	12.200,00	8.800,00	51.200,00	12.200,00	20.000,00	20.000,00	6.800,00	3.400,00	20.000,00	8.800,00	18.000,00	201.400,00
TOTAL	31.428,19	23.020,44	20.228,19	62.020,44	23.020,44	30.820,44	31.428,19	17.620,44	14.220,44	31.428,19	19.620,44	29.428,19	334.284,02

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

Anexo 9

Indicador Económico

	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 31.600,00	\$ 417.792,83	\$ 448.863,27	\$ 388.179,42	\$ 672.109,11	\$ 1.043.105,60
VALOR PRESENTE FLUJO	-\$ 31.600,00	\$ 271.602,68	\$ 189.696,90	\$ 106.647,76	\$ 120.041,69	\$ 121.113,81
PAYBACK	-\$ 31.600,00	\$ 240.002,68	\$ 429.699,58	\$ 536.347,34	\$ 656.389,02	\$ 777.502,83

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023

Datos de Indicadores Económicos

Detalle	Valor
% Tasa de retorno esperada	100%
% Interés del Banco	12%
Impuestos	36.25%
% Aportes Propios	50%
% Aportes otros	50%
WACC	54%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Hernán Dávila

PROPUESTA DE ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA
BEST DOCTORS S.A. DE MEDICINA PREPAGADA, UBICADA EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL A PARTIR DEL AÑO 2023