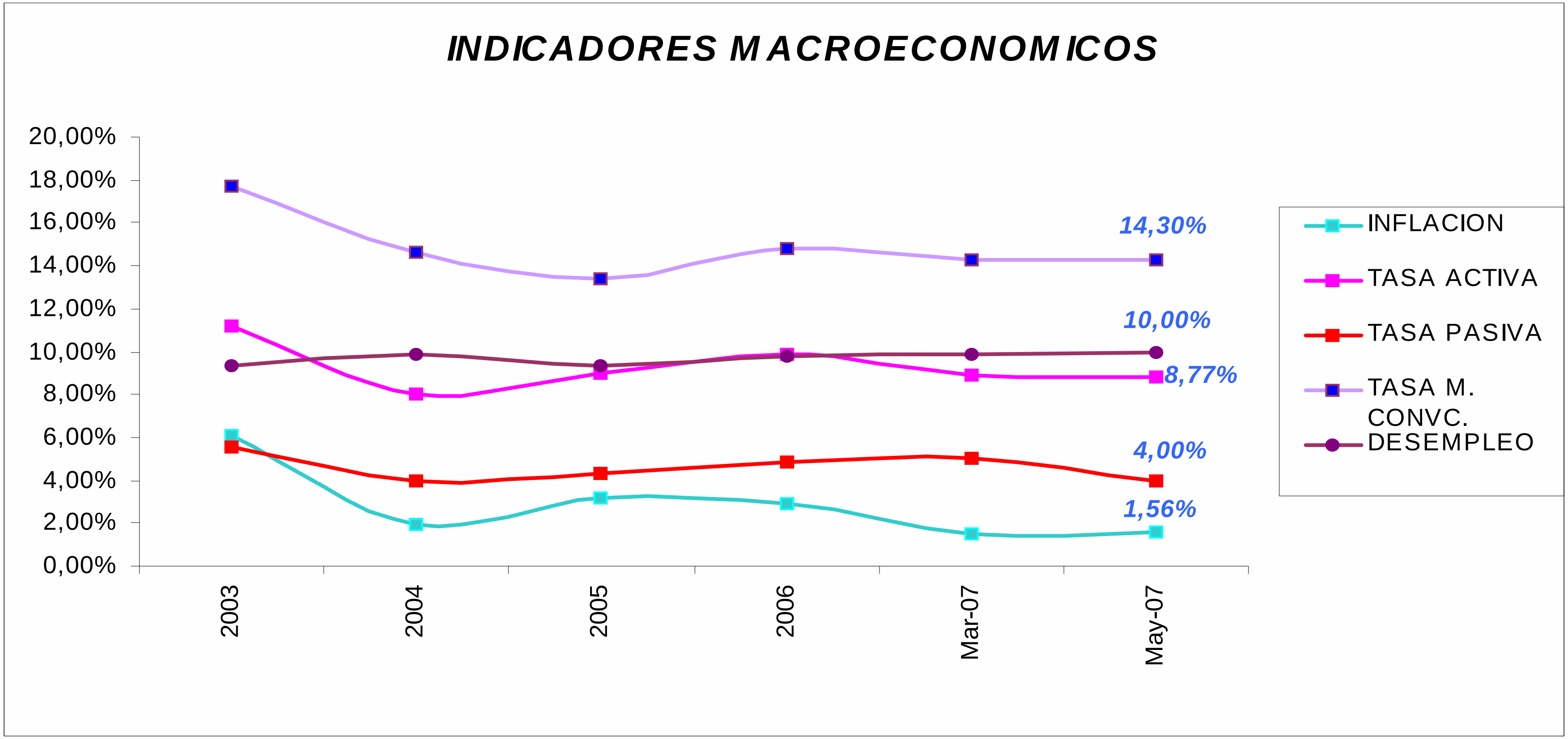
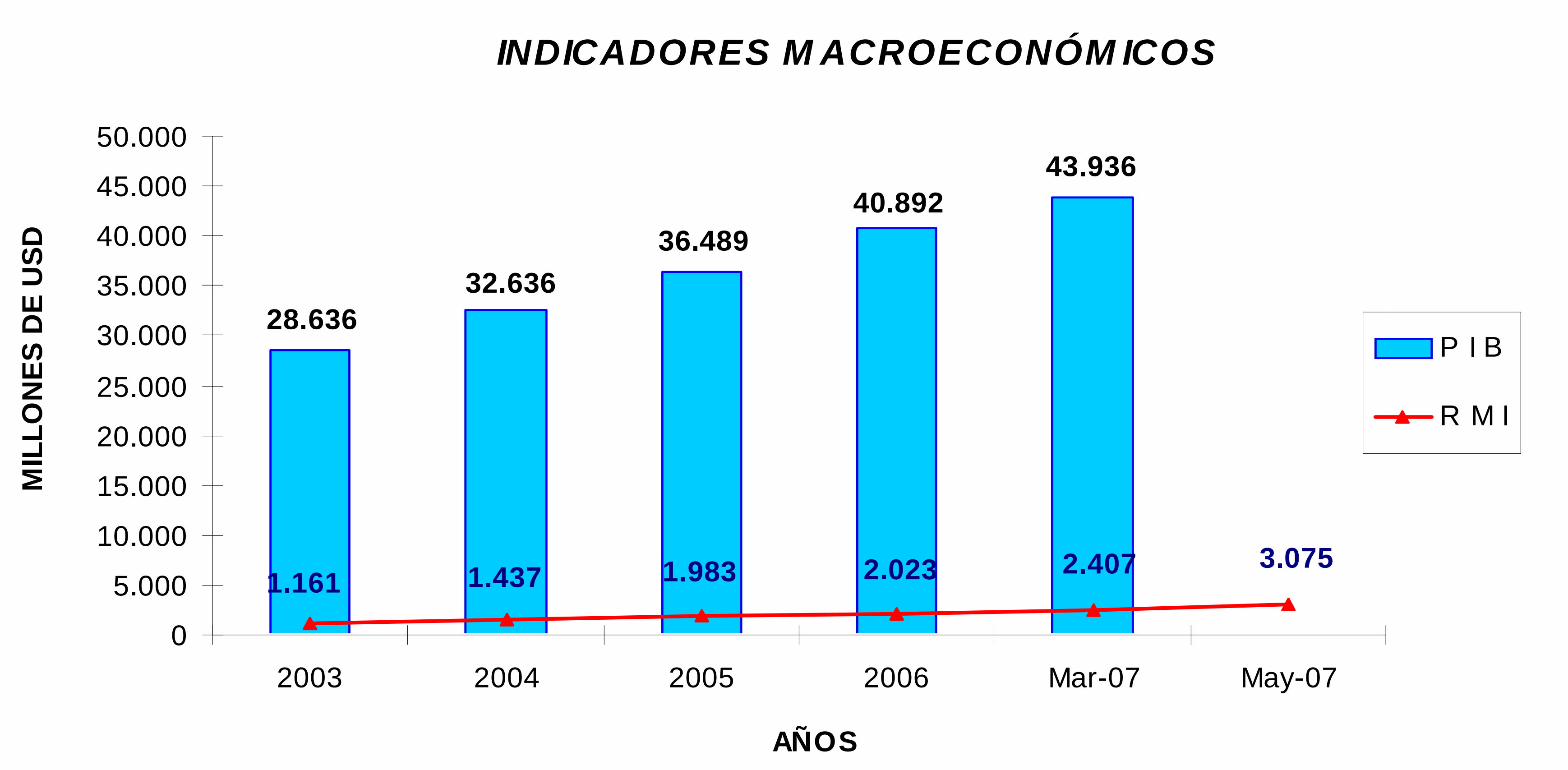
MICROSEGUROS

SEGUROS COLVIDA®

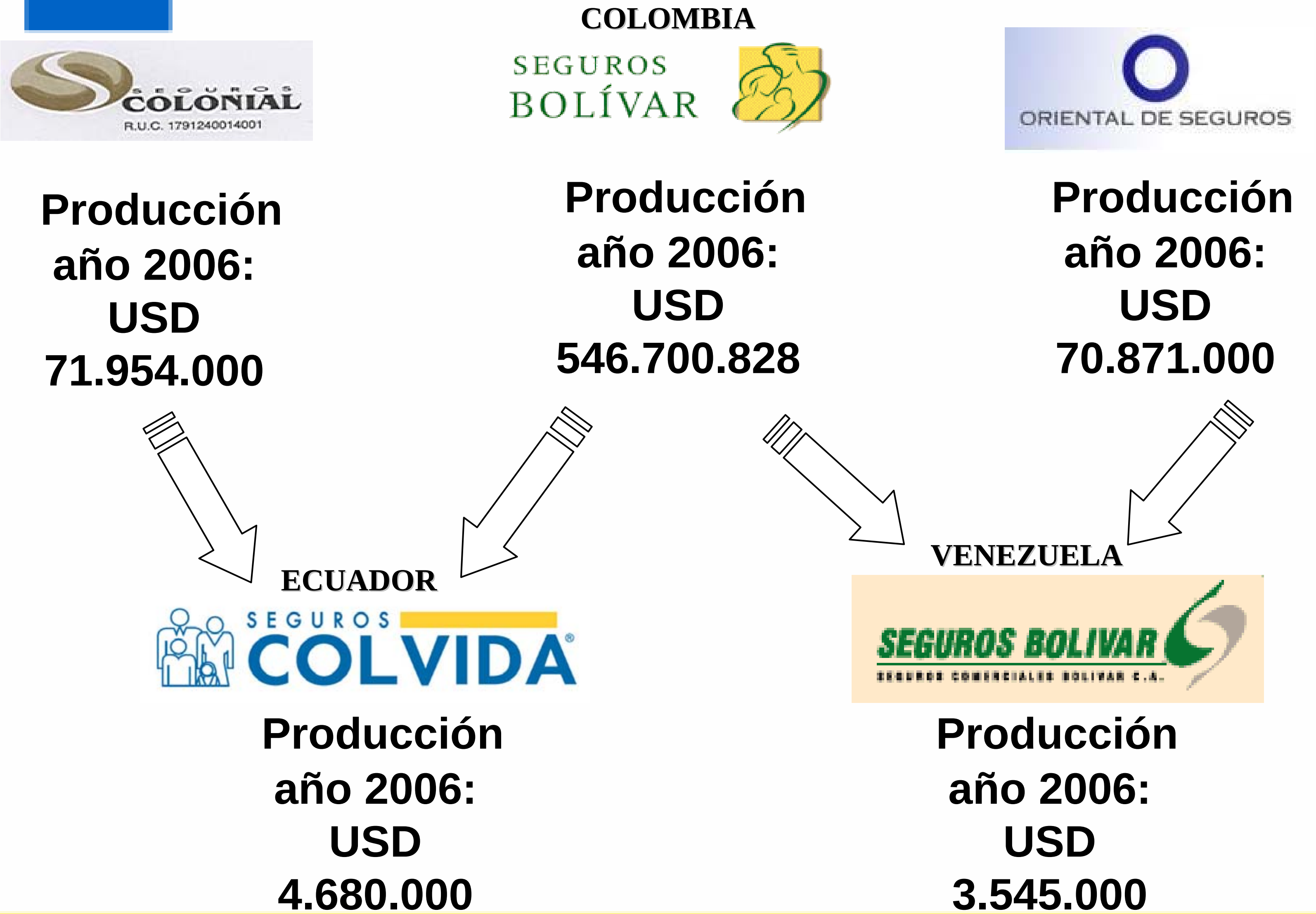
BIENESTAR *para usted y los suyos*


INDICADORES MACROECONOMICOS
20,00%
18,00%
16,00%
14,00%
12,00%
10,00%
8,00%
6,00%
4,00%
2,00%
0,00%
2003
2004
2005
2006
Mar-07
May-07
14,30%
10,00%
8,77%
4,00%
1,56%
INFLACION
TASA ACTIVA
TASA PASIVA
TASA M. CONVC.
DESEMPLEO



	2003	2004	2005	2006	May-07
P I B PER CAPITA	2.230	2.505	2.761	3.050	3.229

CONFORMACION INTERNACIONAL



SEGUROS COLONIAL
R.U.C. 1791240014001

Producción año 2006: USD 71.954.000

COLOMBIA

SEGUROS BOLÍVAR

Producción año 2006: USD 546.700.828

ORIENTAL DE SEGUROS

Producción año 2006: USD 70.871.000

ECUADOR

SEGUROS COLVIDA®

Producción año 2006: USD 4.680.000

VENEZUELA

SEGUROS BOLIVAR
SEGUROS COMERCIALES BOLIVAR C.A.

Producción año 2006: USD 3.545.000

RANKING Y PARTICIPACION POR PRIMAS TOTALES
MERCADO ECUATORIANO
(12 meses)

	Jun 2007			Dic 2006			Dic 2005		
Empresa	**Rank.**	**Valor**	**Primas**	**Rank.**	**Valor**	**Primas**	**Rank.**	**Valor**	**Primas**
COLONIAL	1	71.414	11,21%	1	66.099	10,72%	1	54.239	9,99%
EQUINOC	2	57.618	9,05%	2	58.561	9,50%	2	42.603	7,85%
ACE	3	37.802	5,94%	3	38.185	6,19%	3	40.016	7,37%
AIG	4	37.527	5,89%	4	33.49	5,43%	4	31.911	5,88%
PANAM	5	25.864	4,06%	5	27.032	4,38%	8	25.217	4,64%
BOLIVAR	6	25.009	3,93%	7	25.905	4,20%	6	28.787	5,30%
SUL AMERICA	7	23.453	3,68%	8	25.017	4,06%	7	27.166	5,00%
RIO GUAYAS	8	23.358	3,67%	12	19.928	3,23%	12	15.504	2,86%
A. SUR	9	22.443	3,52%	9	21.401	3,47%	9	21.809	4,02%
ATLAS	10	21.839	3,43%	10	21.013	3,41%	10	20.016	3,69%
COLVIDA	30	4.911	0,77%	29	4.681	0,76%	31	3.913	0,72%
TOTAL MERCADO	42	636.893	100%		616.485	100%		542.968	100%

RANKING Y PARTICIPACION POR PRIMAS
MERCADO ECUATORIANO VIDA
(12 meses)

	Jun 2007			Dic 2006			Dic 2005		
Empresa	**Rank.**	**Valor**	**Primas**	**Rank.**	**Valor**	**Primas**	**Rank.**	**Valor**	**Primas**
PALIC	1	17.95	16,61%	1	18.892	18,95%	1	13.392	16,26%
EQUIVIDA	2	16.086	14,88%	2	14.12	14,16%	3	10.063	12,22%
PICHINCHA	3	14.589	13,50%	3	13.19	13,23%	2	11.476	13,93%
BOLIVAR	4	7.291	6,75%	4	7.189	7,21%	4	8.763	10,64%
ROCAFT	5	6.097	5,64%	5	5.967	5,98%	5	5.765	7,00%
PANAM	6	5.611	5,19%	6	4.723	4,74%	10	3.071	3,73%
RIO GUAYAS	7	5.036	4,66%	8	4.663	4,68%	8	3.803	4,62%
COLVIDA	8	4.911	4,54%	7	4.681	4,69%	7	3.913	4,75%
BMI	9	3.483	3,22%	10	3.279	3,29%	6	4.856	5,90%
GENERALI	10	3.395	3,14%	12	2.671	2,68%	13	1.456	1,77%
INTEROCEA	11	3.36	3,11%	11	2.785	2,79%	9	3.222	3,91%
COOPS	12	3.218	2,98%	9	3.739	3,75%	12	2.279	2,77%
AIG	13	2.627	2,43%	13	2.049	2,06%	14	1.094	1,33%
HISPANA	14	2.252	2,08%	14	1.931	1,94%	20	551	0,67%
PORVENIR	15	2.056	1,90%	19	915	0,92%	24	262	0,32%
TOTAL MERCADO	27	108.081	100%		99.703	100%		82.355	100%

RANKING POR RAMO
VIDA INDIVIDUAL

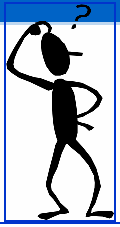
	Mar 2007			Dic 2006			Dic 2005		
Empresa	Rank.	Valor	Mercado	Rank.	Valor	Mercado	Rank.	Valor	Mercado
PALIC	1	1.641	66,38%	1	9.641	76,26%	1	4.715	63,66%
COLVIDA	**2**	**464**	**18,77%**	**2**	**1.555**	**12,30%**	**2**	**1.123**	**15,16%**
EQUIVIDA	3	166	6,72%	3	559	4,42%	3	599	8,09%
SUD AMERICA	4	106	4,29%	4	554	4,38%	4	416	5,62%
PRIMMA	5	76	3,07%	5	210	1,66%	6	85	1,15%
GENERALI	6	12	0,49%	7	35	0,28%	7	40	0,54%
HISPANA	7	7	0,28%	6	55	0,44%	8	23	0,31%
COOPS	8	2	0,08%	8	12	0,09%	9	14	0,19%
RIO GUAYAS	9	1	0,04%	9	12	0,09%	12	4	0,05%
SUCRE	10	1	0,04%	10	4	0,03%	11	4	0,05%
ECUASUIZA	11	1	0,04%	11	3	0,02%	10	5	0,07%
BMI	12	0	0,00%	13	0	0,00%	5	394	5,32%
LA UNION	13	-5	-0,20%	12	3	0,02%	13	-16	-0,22%
TOTAL MERCADO	**13**	**2.472**	**100%**		**12.643**	**100%**		**7.406**	**100%**

Plan de etapas para programas De microseguros

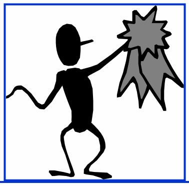
	Asegurar Créditos	**Marketing Conjunto**	**Marketing Masivo productos de seguro**	**Operaciones con alto contenido Técnico**
Mercado Meta	•Préstamos •Tarjetas	•Cta. Ahorros •Cta. Corrientes •Tarjetas de crédito •Fondos	•Todos los clientes de la cooperativa	•Clientes Corporativos Comerciales •Pymes
Productos	•Vida • accidentes personales •Incendio •Agrícolas •Ganaderos •Equipo eléctrico	•Vida •Accidentes • reembolsos •ITP •Muerte accidental •exequiales	•Seguro de Vida •Enf. graves • Accidentes • ITP •Últimos gastos •Reembolsos •rentas	• Colectivo •Accidentes personales •Vida rol de pagos

MICROSEGUROS

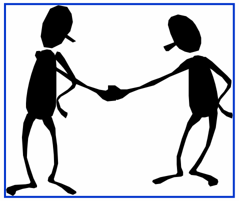
(SEGUROS VOLUNTARIOS)
VENTA HALL BANCARIO



CLIENTE VIENE A ENTIDAD COOPERATIVA EN BUSCA DE ASESORIA EN CUANTO A PRODUCTOS FINANCIEROS



LA ENTIDAD OFRECE SU PORTAFOLIO DE PRODUCTOS FINANCIEROS, EXPONIENDO SUS BENEFICIOS - ENTRE MAYOR LA VINCULACION, MAYOR LA PERMANENCIA



EL CLIENTE SE VINCULA EN FORMA INTEGRAL AL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE LA COOPERATIVA

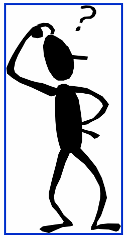
NECESIDADES EXPLICITAS E IMPLICITAS

ASESORIA PROFESIONAL
Personal aseguradora de apoyo a la red
Personal aseguradora de venta (opcional)

ADQUISICION PORTAFOLIO

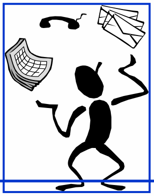
MICROSEGUROS

VENTA DIRECTA CUENTAS Y TARJETAS



Definir segmento al cual
se quiere llegar y producto a ofrecer

SEGMENTACIÓN



Generar listados de mercado objetivo, efectuar telemercadeo asesor ASEGURADORA

Visita personalizada para ampliar información producto (seguro incluido) y concretar negocio producto voluntario

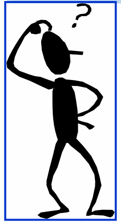
SEGUIMIENTO

Alto índice de efectividad con beneficio para el CLIENTE y la institución

ADQUISICIÓN VALOR AGREGADO

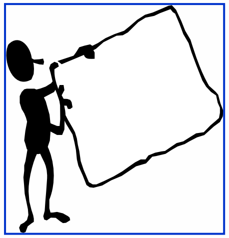
MICROSEGUROS

OBLIGATORIOS



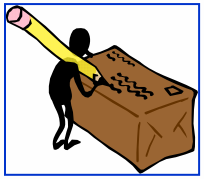
Socio tiene necesidad financiera y recurre a la ENTIDAD BANCARIA

NECESIDAD



ENTIDAD BANCARIA presenta los productos que satisfacen las necesidades del Cliente y los beneficios.

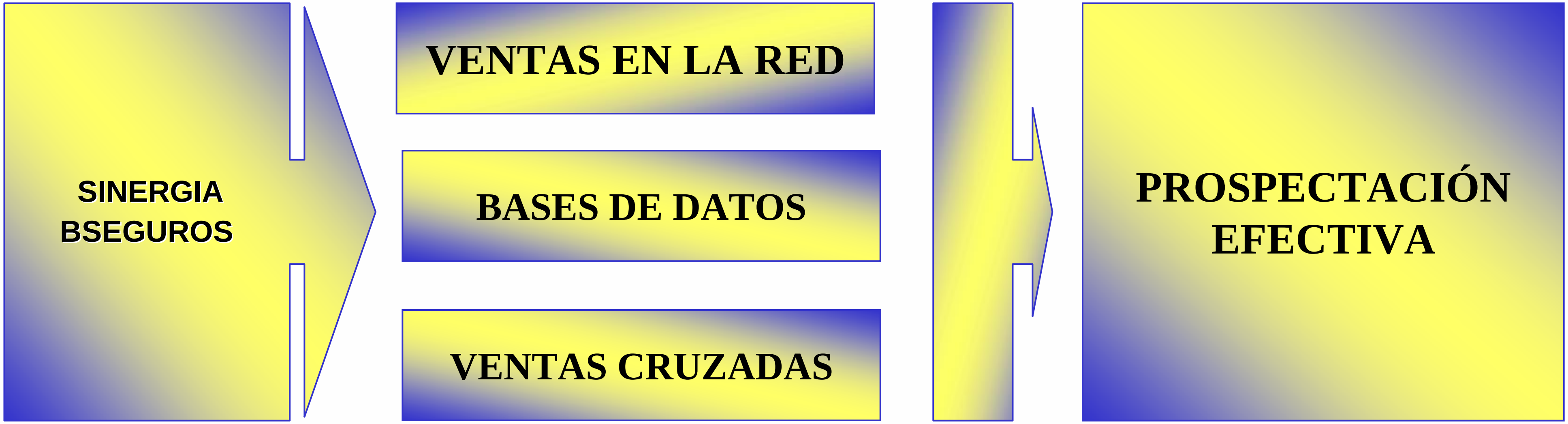
PORTAFOLIO PRODUCTOS



Cliente suscribe contrato y “acepta” condiciones del seguro.

ADQUISICION PRODUCTO

MERCADEO ESTRATEGICO



SINERGIA BSEGUROS

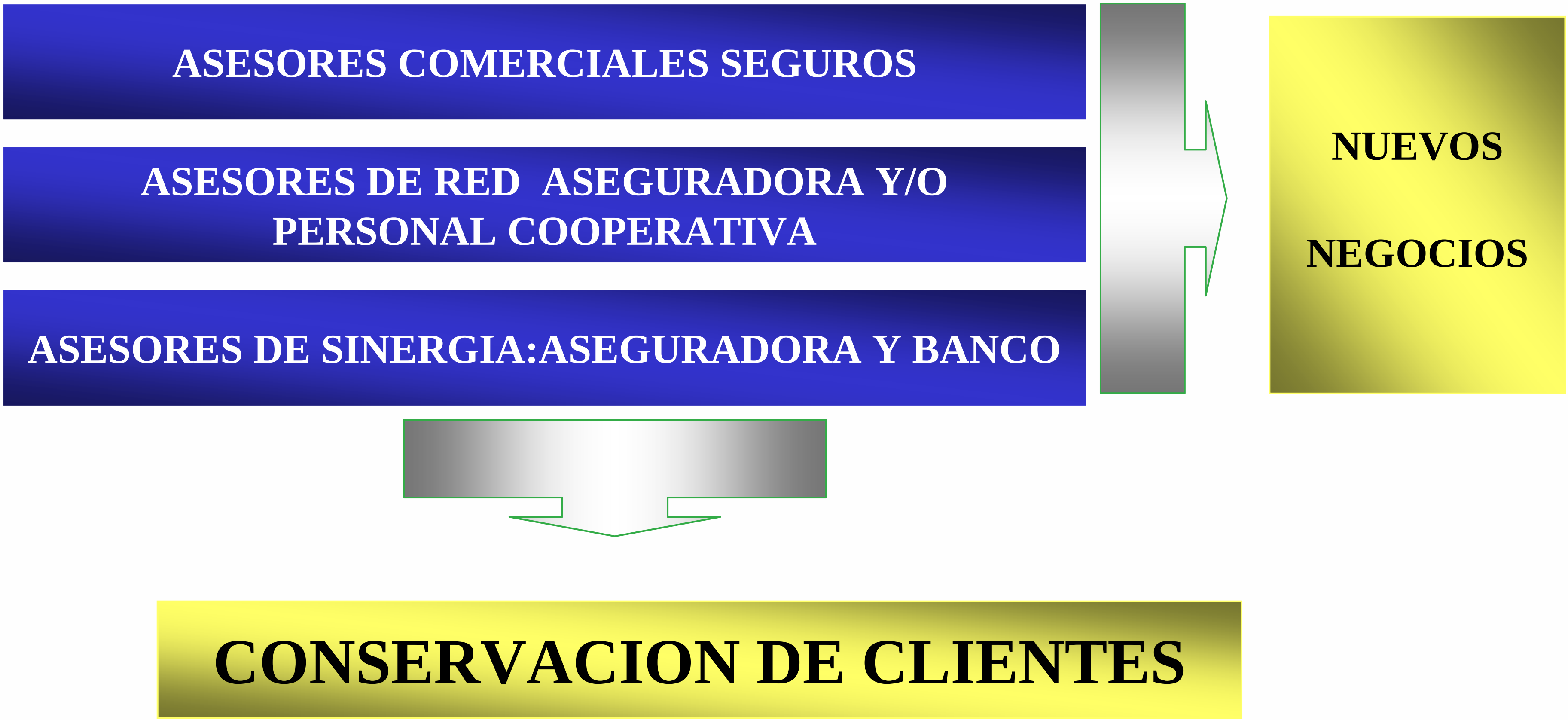
VENTAS EN LA RED

BASES DE DATOS

VENTAS CRUZADAS

PROSPECTACIÓN EFECTIVA

IMPLEMENTACION ESTRATEGICA



ASESORES COMERCIALES SEGUROS

ASESORES DE RED ASEGURADORA Y/O PERSONAL COOPERATIVA

ASESORES DE SINERGIA:ASEGURADORA Y BANCO

NUEVOS

NEGOCIOS

CONSERVACION DE CLIENTES

ALIANZAS ESTRATEGICAS

SEGUROS COLVIDA

DIRECTOS

MUTUALISTA PICHINCHA
Tienes un sueño? Construyámoslo

CACPECO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO

DelBank

BANCO MM
JARAMILLO ARTEAGA

EL PORVENIR
COOPERATIVA DE AHORRO

RFR
RED FINANCIERA RURAL

misión alianza
Fundación D-MIRO

MUSHUC RUNA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO

SAN JOSÉ
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO

UCACNOR

DESAFIOS

- ➔ CREAR VALORES AGREGADOS PARA PRODUCTOS BASICOS DE LA ENTIDAD.

- ➔DIFERENCIAR LOS PRODUCTOS DE AQUELLOS DE LA COMPETENCIA PARA ATRAER MAS CLIENTES.

- ➔ GENERAR ALIANZAS ESTRATEGICAS DE LARGO PLAZO.

- ➔ OFRECER NUEVAS FUENTES DE APORTES MARGINALES AL ESTADO DE RESULTADOS QUE A SU VEZ REPRESENTEN VENTAJAS PARA LOS ASOCIADOS.

- ➔ GENERAR FIDELIZACION DE LOS CLIENTES.

- ➔CAPACIDAD TECNOLOGICA PARA ADMINISTRACION DE RIESGOS

PASOS FUTUROS

- CREAR VALOR PARA EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.

- GENERAR ECONOMIAS DE ESCALA QUE BENEFICIEN AL ACCIONISTA Y AL CLIENTE

- CREAR PRODUCTOS CON ENFOQUE SOCIAL.

- CAPACITACION PERIODICA AL PERSONAL DE HALL DE SERVICIOS (CONCIENCIA DE SEGURO E INCREMENTO PRODUCTIVIDAD COMERCIAL).

- MAYOR VINCULACIÓN DEL CLIENTE LO QUE REDUNDA EN MAYOR LEALTAD O PERSISTENCIA.

- PROTECCIÓN INTEGRAL DE TODAS LAS NECESIDADES

- PROCESOS AGILES Y OPORTUNOS

MUCHAS GRACIAS