Universidad APEC

Escuela de Graduados

Monográfico Post-Grado Alta Gestión Empresarial

Título:

Análisis de la implementación de un sistema de Telefonía IP en Seguros Universal en República Dominicana.

Abril 2008

Sustentantes:

Alberto Lee **19920029**

Yoni Charpantier **20071680**

Asesora:

Ivelisse Comprés

Santo Domingo, República Dominicana

3 de Abril 2008

Índice

Índice II

Agradecimientos..... IV

Dedicatoria V

ADENDUM VI

Introducción..... VII

Capítulo 1. Telefonía IP 2

1.1 Definición de Telefonía IP 2

1.2 Características..... 3

1.3 La telefonía IP en el ambiente Corporativo 4

1.4 Razones para utilizar la telefonía IP..... 6

Capítulo 2. El desarrollo del sector Asegurador en República Dominicana..... 9

2.1 Concepto de Seguro..... 9

2.2 Historia del Seguro..... 9

2.3 Importancia del Seguro en República Dominicana..... 12

Capítulo 3. Seguros Universal. 19

3.1 Datos Generales..... 19

3.2 Servicios 21

3.3 Oficinas y Agencias..... 29

3.4 Misión, Visión y Valores 32

3.5 Resultados Económicos 33

Capítulo 4. Evaluación y selección de alternativas. 36

4.1 Pre-selección..... 36

4.2 Evaluación. 40

Capítulo 5. Impacto de la Telefonía IP en Seguros Universal. 50

5.1 Impacto Económico. 50

5.2 Impacto en el Servicio. 51

Conclusiones VI

Bibliografía VIII

ANEXOS IX

Agradecimientos

En primer lugar a Dios, por la oportunidad, sabiduría, salud y bendiciones que me ha provisto para culminar exitosamente este reto de mi vida profesional.

A la Universidad APEC, en la que gracias al esfuerzo y sacrifico de sus fundadores, consejo de Directores, personal docente y personal administrativo, he tenido la oportunidad de prepararme profesionalmente, lo que me ha abierto las puertas para alcanzar el éxito en el mundo laboral.

A mis compañeros de clases, de los cuales he aprendido invaluables lecciones, en especial a Yoni Charpantier, quien además de ser un excelente compañero de estudios, es un ser humano admirable. Espero que Dios le colme de bendiciones.

Alberto Lee.

El agradecimiento, más que ser una reacción por algo recibido debe ser una actitud diaria del corazón. Hay muchas personas con las que estoy agradecido, y a medida que pasan los años la lista crece y crece, pero por cuestión de espacios me veo en la obligación de reducir a unos pocos.

Primero a ti mi Dios por darme la iniciativa y la fortaleza de seguir adelante, por amarme de la forma tan hermosa que lo has hecho, y por estar ahí presente en mis momentos difíciles.

También le doy gracias a mis padres Fritz y Celina, y a mis nueve hermanos por apoyarme y alegrar cada día mi vida.

Agradezco profundamente a mis compañeros y amigos Nelly Cruceta, Alberto Lee, Pantaleón Mueses y Christian Juliao por el apoyo recibido; en especial a mi compañero de monográfico Alberto Lee, que compartimos muchos momentos y conocimientos, y a Nelly Cruceta por su apoyo incondicional y constante durante el desarrollo de este trabajo.

Yoni Charpantier.

Dedicatoria

Dedico este Monográfico, como símbolo del logro alcanzado al culminar el Post-Grado en Alta Gestión Empresarial, a mi querida familia. Mi amada esposa Larissa, quien durante todo este tiempo ha sido mi inspiración para seguir adelante y quien ha asumido con paciencia y gran coraje los retos en mi ausencia. A Lyann Marie y Gabriel Alberto, que en su inocencia han sabido entender el sacrificio y la importancia de su apoyo.

A mis padres, quienes siempre hicieron de su prioridad mi educación y me enseñaron el valor y la importancia de la misma.

A mis suegros, quienes considero mis otros padres, los que me han brindado su apoyo y han estado presentes en los momentos de necesidad.

A todos ustedes les dedico este éxito porque son parte del mismo, porque sin ustedes no lo habría logrado. Espero que lo asuman con la misma satisfacción que yo y que entiendan que este es un logro de todos.

Alberto Lee.

A mi esposa:

Por tu apoyo, compresión y aliento en los momentos difíciles durante el desarrollo de este arduo trabajo. Negra, este trabajo no hubiese sido posible sin tu presencia a mi lado. Has contribuido mucho más de lo que te imaginas en su elaboración.

Yoni Charpantier.

ADENDUM

Uno de los principales objetivos que se presentó en este análisis fue determinar cómo puede la tecnología incrementar los beneficios de la empresa Seguros Universal a través de herramientas y medios que contribuyen a la eficiencia operativa y la reducción de costos operacionales.

La Telefonía IP ha sido utilizada por las empresas para dotar a sus empleados de herramientas de comunicación seguras y más productivas. Funciones como la comunicación de voz, video y datos, pueden ser utilizadas para enlazar a los colaboradores en cualquier parte del mundo, lo cual ayuda a incrementar su productividad al máximo. Además, se debe considerar la reducción de costos que se obtiene al utilizar plataformas de redes estándar, presentes ya en casi todas las empresas para la transmisión de datos.

Para la evaluación y selección de alternativas se utilizó una metodología que incluye una descripción de los criterios a evaluar, la herramienta de selección y el proceso a seguir.

En los últimos años han existido unas 17 compañías prestadoras de servicios de seguros en el país. Estas empresas compiten por el dominio del mercado asegurador dominicano, el cual está encabezado actualmente por Seguros Universal. Empresa que se ha caracterizado por ofrecer un servicio de calidad que le ha permitido mantener un crecimiento sostenido.

Para mantener este liderazgo la empresa debe aprovechar la tecnología para desarrollar un factor diferenciador que apoye su estrategia de servicios, el mismo debe basarse en una plataforma de comunicaciones que provea las herramientas necesarias para incrementar la productividad y la colaboración.

Introducción

En la década de los noventas, las industrias de telecomunicaciones han presenciado cambios rápidos en las comunicaciones de las organizaciones. Muchos de estos cambios surgieron desde el crecimiento explosivo de la Internet y de aplicaciones basadas en el protocolo Internet (IP).

La Internet en los últimos tiempos ha alcanzado un auge muy importante en el mundo de la comunicación, y la cantidad total de tráfico de red basado en paquetes ha superado rápidamente al tráfico de red de voz tradicional.

El análisis que se presenta a continuación tiene como objetivo principal determinar cómo puede la tecnología incrementar la eficiencia operativa de Seguros Universal, lo que a su vez se traducirá en beneficios económicos. El caso seleccionado es la implementación de un sistema de Telefonía IP en la empresa Seguros Universal, seleccionado por la relevancia del impacto que tendría para la sociedad el resultado que se derive de la investigación y análisis.

La monografía está compuesta por la siguiente estructura:

Capítulo I se presentan algunos conceptos de la telefonía IP, como La Evolución, Definición, Características, Ambiente Corporativo, y Las Razones para Utilizarla.

Capítulo II se presentan los siguientes puntos: El desarrollo del sector Asegurador en República Dominicana, Concepto de Seguros, Historia de Seguros y la Importancia del Seguro en República Dominicana.

Capítulo III se presentan Datos Generales de Seguros Universal, Servicios, Oficinas y Agencias, Misión, Visión, Valores, y Resultados Económicos.

Capítulo IV se presenta la selección de Alternativas, así como la Pre-selección y la Evaluación.

Capitulo V se presenta el Impacto de la telefonía IP en Seguros Universal**,** así como el Impacto Económico y el Impacto en el Servicio.

Capítulo 1

La Telefonía IP

Capítulo 1. Telefonía IP

Desde finales de los años 90 el uso de las redes de datos y el Internet para la transmisión de comunicaciones de voz ha ido en aumento. El fácil acceso a la tecnología y su constante desarrollo, así como las ventajas económicas que brindan estos medios, ha motivado a las diferentes entidades a buscar constantemente nuevas alternativas de comunicación que les permitan mantener el contacto con sus partes interesadas que se encuentran en lugares distantes.

A lo largo de este capítulo, el lector entenderá el significado de la telefonía IP y cómo puede esta incrementar la productividad de las empresas. Además, serán analizadas las razones por las cuales las empresas deberían adoptar esta tecnología.

1.1 Definición de Telefonía IP

Es el uso de redes de datos IP para transmitir comunicaciones de voz y fax en lugar de las tradicionales líneas de comunicación. Las redes de datos IP son el fundamento del Internet, la terminología IP son las siglas de Internet Protocol, que es el conjunto de reglas que gobierna las transmisiones del Internet. Sin este protocolo no sería posible contar con una red global que permita la comunicación entre computadores y dispositivos con capacidad de conexión, ubicados en cualquier parte del planeta.

El uso de la Telefonía IP se inició a mediados de la década de los noventas con un grupo de jóvenes israelíes que desarrollaron un software que permitía la comunicación entre dos computadores. Más tarde la empresa Volcatec desarrolló el primer softphone, el cual es un programa que permite utilizar el computador como si fuera un teléfono, auxiliado de complementos como una tarjeta de reproducción de sonido, bocinas, modem y micrófono. A finales de esta década, se inició la convergencia entre la telefonía IP y los sistemas telefónicos tradicionales, esto fue posible debido al desarrollo de componentes como el ATA (Analog Telephony Adapter) y la incursión de grandes empresas como Cisco en el negocio de la Telefonía IP.

A partir de este momento empezaron a surgir novedosos productos orientados al servicio telefónico a través de la red IP, algunos de ellos con notables éxitos comerciales como Asterisk, Skype, entre otros.

1.2 Características

En sus inicios, la Telefonía IP no ofrecía la misma calidad que los sistemas tradicionales, pero a medida que se ha ido desarrollando la tecnología, la calidad y funcionalidades han ido mejorando al punto de sobrepasar a los sistemas tradicionales. Las ventajas principales que ofrece la Telefonía IP son:

- Ahorros en las cuentas telefónicas: mientras mayor sea el uso de los servicios telefónicos y sobre todo las distancias entre los puntos de comunicación, mayores serán los posibles ahorros.
- Integración de servicios: servicios que tradicionalmente conllevan costos adicionales de parte de las telefónicas, como el identificador de llamada, conferencia, entre otros, pueden ser aprovechados por el usuario de Telefonía IP sin tener que incurrir en cargos adicionales.
- Seguridad: algo imposible de lograr en la telefonía tradicional es garantizar la confidencialidad de la información, con el uso de encriptación sobre los servicios de Telefonía IP este tema ya no representa un problema para los usuarios.
- Movilidad: con la Telefonía IP ya no es necesario estar en un lugar específico para disponer del servicio telefónico, basta con que haya servicio de conexión a Internet y podrá disfrutar de los mismos servicios no importa donde se encuentre.
- Convergencia: es la capacidad de integrar otros servicios disponibles en Internet como video conferencia, intercambio de archivos, texto, etc.

Por otra parte, existen algunas desventajas que deben ser consideradas:

- Confiabilidad: a diferencia de la telefonía tradicional, cuyos sistemas de alimentación eléctrica depende en su totalidad de las telefónicas, los sistemas de telefonía IP tienen como fuente primaria de alimentación eléctrica el suministro que le provee cada usuario particularmente. Esto

quiere decir, que la disponibilidad del servicio va a depender de qué tan confiable sea el suministro eléctrico que le provea el usuario.

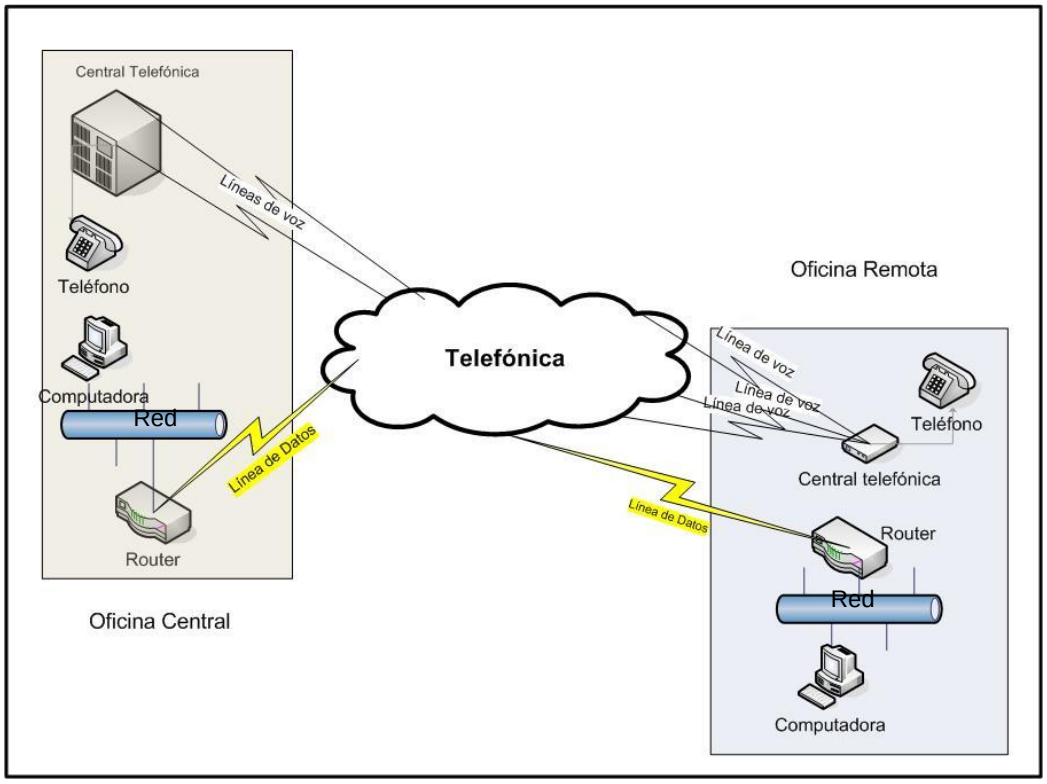
- Calidad de servicio: si bien la Telefonía IP ha experimentado grandes avances en cuanto a calidad y funcionalidades, es conveniente destacar que todavía existen algunos factores que pueden afectar su desempeño. La mala calidad y el pobre desempeño de algunas redes afectan el comportamiento de la Telefonía IP, dando como resultado una comunicación ineficiente.
- Dificultades para el envío de fax: dado que las máquinas de fax tradicionales no son compatibles con los sistemas de Telefonía IP, es necesario utilizar adaptadores ATA que en ocasiones no tienen un desempeño adecuado.
- Llamadas de emergencia: la movilidad que le brinda al usuario este servicio puede ser un obstáculo para la ubicación del individuo en casos de emergencias.

1.3 La telefonía IP en el ambiente Corporativo

A pesar de que existen pocas compañías con sistemas de Telefonía IP puros, es decir, que no poseen sistemas de telefonía tradicionales, se hace cada vez más frecuente el uso de telefonía IP por parte de las telefónicas y por compañías de gran tamaño que buscan reducir sus gastos en comunicaciones.

Las compañías utilizan la telefonía IP para crear sus propias redes de comunicación de voz, lo que les permite instalar redes de datos más robustas a la vez que ahorran al eliminar los costos de comunicación de larga distancia y optimizar el uso de las líneas.

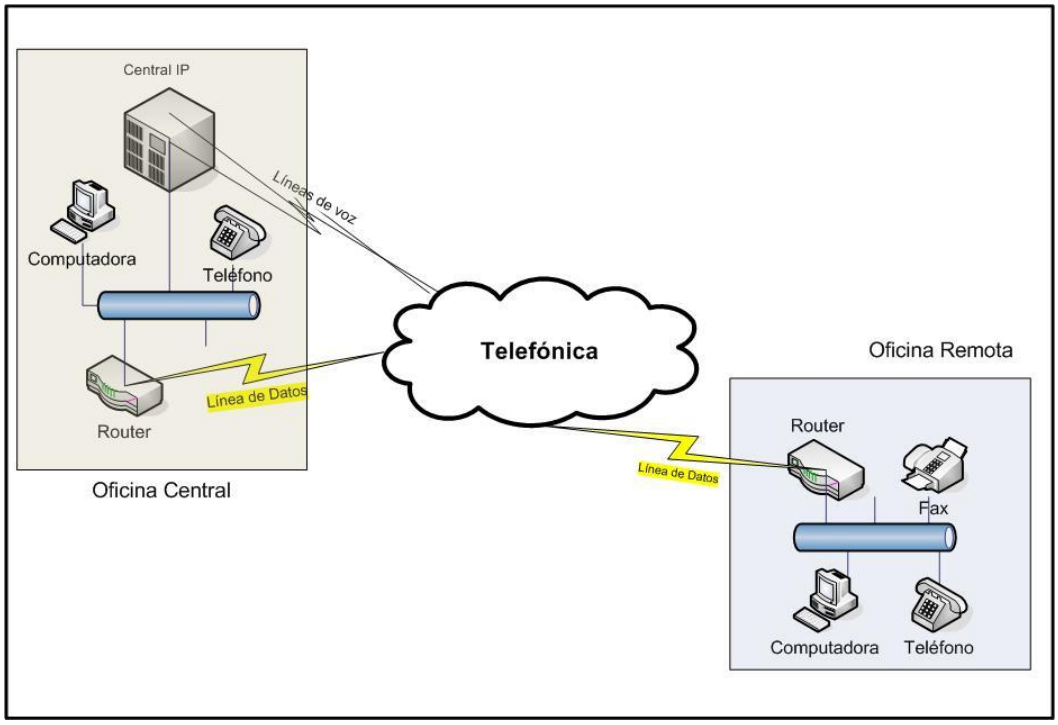
Un sistema de telefonía tradicional, está compuesto por múltiples componentes y servicios, lo cual se traduce en costos tanto para realizar una nueva instalación como para el mantenimiento de una plataforma instalada. Como se puede apreciar en la Gráfica 1, las empresas que poseen oficinas en localidades remotas deben duplicar, aunque en dimensiones más pequeñas, la misma infraestructura de la oficina central. Esto conlleva la creación de una red independiente para el uso telefónico en cada localidad.



Gráfica 1. *Esquema de telefonía tradicional.*

En cambio, un sistema de Telefonía IP simplifica la infraestructura al consolidar las redes y en muchos casos (dependiendo de la solución), los equipos de transmisión de datos y voz. Una gran ventaja que se deriva de la consolidación es la capacidad de aprovechar los recursos de una localidad desde cualquier punto de la red, tal como se visualiza en la Gráfica 2, las soluciones de Telefonía IP tienen una estructura mucho más sencillas y fácil de administrar.

Las ventajas que ofrece la Telefonía IP aunado a la reducción de costos que ha experimentado esta tecnología, ha impulsado el crecimiento de uso de 30% cada año desde principios de esta década. Según los más recientes estudios, se estima que para el 2008, alrededor del 44% de las empresas hayan incursionado en soluciones de Telefonía IP. Se espera que para el año 2010 el mercado de Telefonía IP alcance los $48.9 billones de dólares, equivalente al triple de los $15.8 billones que poseía para el 2006.



Gráfica 2.*Esquema de telefonía IP.*

1.4 Razones para utilizar la telefonía IP

Además del ahorro y la simplificación, existen otras razones para implementar una solución de Telefonía IP, entre estas están:

- Convergencia: disponer de una solución de Telefonía IP facilita la integración de los nuevos medios de comunicación electrónica, como el correo electrónico, el instant messaging (chat) y la video conferencia.
- Imagen: las empresas que tienen sistemas de Telefonía IP proyectan una imagen vanguardista y tecnológicamente avanzada.
- Previsión de futuro: con la rápida evolución que experimenta la tecnología, es necesario contar con soluciones que puedan adaptarse a los nuevos cambios y que sean lo suficiente flexibles para integrarse con los nuevos productos.

- Calidad: en los inicios de la Telefonía IP existía una marcada diferencia de calidad en comparación con la telefonía tradicional, pero a medida que se ha desarrollado la tecnología, la calidad de la misma ha mejorado de tal forma que los suplidores de servicios telefónicos ya están adoptando su uso.
- Retorno de inversión: el retorno de inversión de una solución de Telefonía IP es relativamente rápido, dependiendo del uso del servicio en llamadas de larga distancia e internacionales, el período de retorno puede ser tan corto como 6 meses.

La Telefonía IP es utilizada por las empresas para dotar a sus empleados de herramientas de comunicación seguras y más productivas. No importa dónde estén localizados, ya sea en una oficina central o esparcidos a través del mundo, todos tienen acceso al mismo nivel de comunicación de forma estandarizada. Funciones como la comunicación de voz, video y datos, pueden ser utilizadas para enlazar a los colaboradores en cualquier parte del mundo donde se disponga de los servicios de Internet. Múltiples dispositivos permiten que el usuario pueda comunicarse desde su casa, oficina o unidad móvil; permitiéndoles incrementar su productividad al máximo.

Además de estos beneficios, se debe considerar la reducción de costos que se obtiene al utilizar plataformas de redes estándar, presentes ya en casi todas las empresas para la transmisión de datos.

Capítulo 2

Desarrollo del sector Asegurador en República Dominicana

Capítulo 2. El desarrollo del sector Asegurador en República Dominicana

Desde principios de la historia de la humanidad el hombre ha tenido que enfrentar incontables riesgos para su supervivencia y desarrollo. Esto lo ha impulsado a buscar alternativas que le permitan minimizar o traspasar los costos de dichos riesgos a fin de que el impacto de un evento imprevisto sea reducido a la mínima expresión.

El objetivo de este capítulo es que el lector entienda la importancia de los sistemas de seguros, qué representan, cómo surgieron y el papel que desempeñan en el diario vivir.

2.1 Concepto de Seguro

"El seguro responde a una necesidad de previsión para amortiguar o compensar las consecuencias económicas de acontecimientos dañosos. Dado el carácter masivo que reviste la industria aseguradora, se ha convertido en una función de interés público.

El Seguro surge como un tipo de financiamiento, mediante el cual no se traspasa el peligro en sí, sino parte de sus efectos financieros, disminuyendo así las pérdidas que pudiera sufrir el asegurador en sus bienes o personas de suceder un incidente no planeado que trae consecuencias económicas negativas."[1]

2.2 Historia del Seguro

El Seguro ha estado presente desde principios de la historia a través de sistemas de "ayuda mutua", dichos sistemas estaban diseñados para que todos aporten pequeñas proporciones de beneficios que serán utilizados para ayudar a quien enfrente una desgracia o pérdida. Algunos ejemplos de cómo funcionaban los seguros en sus inicios son:

[1] Fuente, 15 de febrero 2008: http://www.geseguros.com/Otros/HistoriaSeguro.aspx

- [2]Babilonia: en el Código de Hammurabi, colección de leyes babilónicas anterior, según se cree, a la Ley de Moisés, ya constaba una especie de Seguro de Crédito y de transporte tanto de Buques como de Mercancías. Los armadores de la antigüedad financiaban sus expediciones comerciales con los préstamos de inversores, y no los tenían que reintegrar si se hundía el barco. No obstante, dado que muchos buques regresaban a puerto sin percances, los intereses que pagaban sus armadores servían de compensación a los prestamistas. Por otra parte, si en una caravana uno de los integrantes perdía algo, los demás pagarían proporcionalmente la pérdida. Lo mismo con pérdidas sufridas en una ciudad.

- India: en la India, el Código de Manú regulaban básicamente la navegación, pero en cuanto al seguro no se encuentran vestigios de su regulación.

- Egipto: en Egipto, se maneja la idea de ayuda mutua entre los socios de una institución para ayudar en los ritos funerarios del socio que falleciera.

- Israel: hace unos tres mil quinientos años, Moisés mandó a la nación de Israel que contribuyera periódicamente parte de sus productos agrícolas para "el residente forastero" y el huérfano de padre y la viuda (Deuteronomio 14:28,29).

- Grecia: en Grecia la "Ley Rodhia de Jactu", regulaba el sector marítimo. Una pérdida se repartía entre todos los propietarios de la mercancía transportada en el barco. Esta ley constituye la base del Derecho Mercantil Marítimo. Los griegos tenían una asociación llamada "ERANOL" por la que daban asistencia a necesitados a través de un fondo común constituido por todos los agremiados.

- Roma: en Roma, existía una asociación de militares que aportaban una cuota con la que tenían derecho a una indemnización para gastos de viaje por cambio de guarnición en caso de retiro o muerte. Los artesanos formaban el "Collegia Tenuiorum" "Collegia Funeraticia" con el que los particulares gozaba de gastos

[2] Fuente, 15 de febrero 2008: http://www.geseguros.com/Otros/HistoriaSeguro.aspx

por muerte, seguridad constituida por un fondo formado por el estado y por los beneficios y herencias dejadas por socios muertos. También existía el "Préstamo a la Gruesa" por el que un propietario o armador de una nave tomaba como préstamo una suma igual al valor de la mercancía transportada, en caso de feliz arribo el prestatario reembolsaría el capital más un interés del 15 % del capital, en caso contrario, el prestatario no debía nada.

“La historia del Seguro se remonta a las antiguas civilizaciones de donde se utilizaban prácticas que constituyeron los inicios de nuestro actual sistema de Seguros. Probablemente las formas más antiguas de Seguros fueron iniciadas por los babilonios y los hindús. Estos primeros contratos eran conocidos bajo el nombre de Contratos a la Gruesa y se efectuaban, esencialmente, entre los banqueros y los propietarios de los barcos. Con frecuencia, el dueño de un barco tomaría prestados los fondos necesarios para comprar carga y financiar un viaje.

El contrato de Préstamos a la Gruesa especificaba que si el barco o carga se perdía durante el viaje, el préstamo se entendería como cancelado. Naturalmente, el costo de este contrato era muy elevado; sin embargo, si el banquero financiaba a propietarios cuyas pérdidas resultaban mayores que las esperadas, este podía perder dinero.

Los vestigios del Seguro de Vida se encuentran en antiguas civilizaciones, tal como Roma, donde era acostumbrado por las asociaciones religiosas, colectar y distribuir fondos entre sus miembros en caso de muerte de uno de ellos.

Con el crecimiento del comercio durante la Edad Media tanto en Europa como en el Cercano Oriente, se hizo necesario garantizar la solvencia financiera en caso que ocurriese un desastre de navegación. Eventualmente, Inglaterra resultó ser el centro marítimo del mundo, y Londres vino a ser la capital aseguradora para casco y carga.

El Seguro de Incendio surgió más tarde en el siglo XVII, después que un incendio destruyó la mayor parte de Londres.

Después de ese suceso se formularon muchos planes, pero la mayoría fracasaron nuevamente debido a que no constituían reservas adecuadas para enfrentar las pérdidas subsecuentes de las importantes conflagraciones que ocurrieron.

Las sociedades con objeto asegurador aparecieron alrededor de 1720, y en las etapas iniciales los especuladores y promotores ocasionaron el fracaso financiero de la mayoría de estas nuevas sociedades.

Eventualmente las repercusiones fueron tan serias, que el Parlamento restringió las licencias de tal manera que sólo hubo dos compañías autorizadas. Estas aún son importantes compañías de Seguros en Inglaterra como la Lloyd's de Londres."[3]

2.3 Importancia del Seguro en República Dominicana

Los riesgos que enfrentamos los seres humanos son innumerables, lo cierto es que cada día los retos y amenazas crecen proporcionalmente con la complejidad de las actividades económicas y el desarrollo de las sociedades. Tendencias como la globalización, la desigualdad social, el carácter ostentoso y la corrupción han servido de impulsores para el crecimiento de la delincuencia, y por ende, contribuyen a elevar el nivel de riesgo de los ciudadanos.

En los países en vías de desarrollo, como la República Dominicana, los Seguros cobran mayor importancia debido a la ineficacia de los gobiernos en proveer servicios básicos a la población como seguridad ciudadana, calidad de vida y protección al consumidor. La historia de los seguros en República Dominicana se remonta al 30 de

[3] Fuente, 13 de febrero 2008: http://www.cadoar.org.do/informaciones/historia_sasegurador.html

diciembre de 1948 con la puesta en vigencia de la Ley número 1896, la cual establecía La Caja Dominicana de Seguros Sociales, cuyo propósito era cubrir los riesgos de enfermedad, maternidad, invalidez, vejez y muerte del trabajador dominicano.[4] A partir de este momento se empezó a desarrollar un mercado asegurador dominicano que hoy día administra más de un 1.3% del PIB por concepto de primas cobradas al año.

Los segmentos de seguro en los que accionan las compañías aseguradoras de República Dominicana son:

- Seguros de personas:
    - Vida individual
    - Vida colectivo
    - Accidentes personales
    - Invalidez
        - Renta vitalicia
        - Salud
        - Otros seguros de personas
- Seguros generales:
    - Incendio y líneas aliadas, incluyendo pérdidas consecuenciales: Quedan comprendidas dentro de la expresión líneas aliadas:
        - Terremoto y/o temblor de tierra
        - Huracán, ciclón, tornado y manga de viento
        - Inundación y/o ras de mar
        - Motín, huelga y daños maliciosos
        - Explosión
        - Daños por naves aéreas y vehículos terrestres
        - Daños por humo
        - Robo con escalamiento y/o violencia
        - Daños por agua accidental
        - Derrumbe de estibas
        - Derrumbe y/o colapso de estructuras

[4] Fuente, 17 de febrero 2008: http://www.idss.org.do/historia.htm

- Remoción de escombros
- Naves marítimas
- Naves aéreas
- Transporte marítimo, terrestre y aéreo
- Vehículos de motor y responsabilidad civil derivada de dichos vehículos
- Agrícola y pecuario
- Responsabilidad civil general
- Ramos técnicos
- Otros seguros no incluidos en el ramo de seguros de personas, plan de pensiones y jubilaciones o fianzas.

- Fianzas:
  - Fidelidad
  - Fianzas de cumplimiento
  - Otras clases de fianzas no descritas anteriormente.

Desde 1995 hasta el 2004, el sector asegurador ha tenido un crecimiento sostenido de dos dígitos, llegando a alcanzar más de un 40% en el 2004 (Ver Gráfico 3, Crecimiento del Mercado Asegurador Dominicano).

Mercado Asegurador Dominicano
Primas Netas Cobradas por Años y Crecimiento
(Valores en RD$)
1995 - 2004

Año	Primas Netas Cobradas	Crecimiento %
1995	2,592,952,959	0.00
1996	2,992,793,960	15.42
1997	3,341,438,928	11.65
1998	3,880,205,585	16.12
1999	4,958,962,082	27.80
2000	6,097,805,306	22.97
2001	7,268,808,562	19.20
2002	8,321,773,783	14.49
2003	10,125,605,881	21.68
2004	14,546,445,252	43.66

Fuente: Superintendencia de Seguros, Departamento de Análisis y Estadísticas

Gráfico 3*. Crecimiento del Mercado Asegurador Dominicano.*

Este desarrollo constante lo ha llevado a convertirse en uno de los sectores económicos más importantes del país, representando casi un 2% del PIB como se puede apreciar en el “Gráfico 2. Aporte del Mercado Asegurador Dominicano”.

Mercado Asegurador Dominicano
Primas Netas Cobradas, Producto Interno Bruto y Aporte de la Industria Aseguradora al PIB, Según Año
(Valores en RD$)
1995 - 2004

Años	Primas Netas Cobradas	PIB	Prima como % del PIB
1995	2,593.0	162,282.6	1.60
1996	2,992.8	183,361.2	1.63
1997	3,341.4	214,863.7	1.56
1998	3,880.2	241,977.1	1.60
1999	4,959.0	278,629.6	1.78
2000	6,097.8	323,430.3	1.89
2001	7,268.8	366,205.4	1.98
2002	8,321.8	401,883.2	2.07
2003	10,125.6	509,965.4	1.99
2004	14,546.4	777,187.5	1.87

Fuente: Superintendencia de Seguros, Departamento de Análisis y Estadísticas

Gráfico 4*. Aporte del Mercado Asegurador Dominicano.*

Actualmente existen en el mercado 17 compañías de Seguros agrupadas en la Cámara Dominicana de Aseguradores y Reaseguradores, estas son:

Angloamericana de Seguros	**Atlántica Insurance, S.A**
BMI Compañía de Seguros, S. A	**Caribbean American Life & General Ins.Co.**
Confederación del Canadá Dominicana	**El Sol de Seguros, S.A.**
General de Seguros, S.A.	**La Colonial, S.A.**
Mapfre BHD Compañías de Seguros S.A.	**Progreso Cía. De Seguros, S. A. (Proseguros)**
REHSA Compañía de Seguros	**Reaseguradora Santo Domingo, S.A.**
Seguros Banreservas	**Seguros La Isleña, C. por A.**

Seguros Pepín, S.A.	**Seguros Universal**
Unión de Seguros, C. por A.	

Desde el año 2004, Seguros Universal (también conocida como Seguros Popular) ha mantenido un dominio de mercado con una participación de más de un 30%, casi el doble de su más cercano competidor (ver Gráfica 5. Participación de Mercado por Compañía)

Superintendencia de Seguros
Primas Netas Cobradas, Posicionamiento y Participación Según Compañías
Comparativo Enero - Junio 2004 - 2005
(VALOR EN RD$)

	Año 2004				Variación		Participación (%)	
Compañías	Pos.	Primas Netas Cobradas	Pos.	Primas Netas Cobradas	Absoluta	Relativa (%)	2004	2005
Seg. Popular	1	2,652,591,936	1	2,350,701,025	-301,890,911	-11.38	38.84	33.88
Seg. Banreservas	2	1,042,699,393	2	1,226,274,320	183,574,927	17.61	15.27	17.68
La Colonial de Seg.	3	856,808,184	3	896,180,565	39,372,381	4.60	12.55	12.92
Compañía de Seg. Palic	4	803,865,797	4	734,457,271	-69,408,526	-8.63	11.77	10.59
Proseguros	5	638,277,473	5	674,940,103	36,662,630	5.74	9.35	9.73
La Monumental de Seg.	6	162,079,997	6	198,385,294	36,305,297	22.40	2.37	2.86
Seg. Pepin	7	157,041,828	7	165,692,398	8,650,570	5.51	2.30	2.39
La Unión de Seg.	8	83,790,222	8	97,715,177	13,924,955	16.62	1.23	1.41
Angloamericana de Seg.	9	59,013,187	9	77,911,088	18,897,901	32.02	0.86	1.12
Compañía de Seg. Unika	---	0	10	73,975,268	73,975,268	0.00	0.00	1.07
Confederación del Canada	10	57,680,215	11	60,908,371	3,228,156	5.60	0.84	0.88
Seg. La Internacional	14	43,773,820	12	57,119,138	13,345,318	30.49	0.64	0.82
General de Seg.	13	45,411,750	13	51,342,068	5,930,318	13.06	0.66	0.74
Caribbean American Life	12	48,900,972	14	42,915,459	-5,985,513	-12.24	0.72	0.62
Compañía de Seg. Patria	15	39,432,350	15	41,344,231	1,911,881	4.85	0.58	0.60
El Sol de Seg.	21	4,849,001	16	37,130,853	32,281,852	665.74	0.07	0.54
Seg. Worldwide	---	0	17	32,651,718	32,651,718	0.00	0.00	0.47
Cooperativa Nacional de Seg.	16	23,107,600	18	31,535,063	8,427,463	0.00	0.34	0.45
Compañía Dominicana de Seg.	17	20,721,673	19	24,334,647	3,612,974	17.44	0.30	0.35
La Comercial de Seg.	---	0	20	12,471,806	12,471,806	0.00	0.00	0.18
Autoseguro	18	11,222,206	21	10,239,770	-982,436	-8.75	0.16	0.15
Atlantica Insurance	19	11,084,408	22	10,174,552	-909,856	-8.21	0.16	0.15
American Bankers Dom.	25	651,883	23	6,666,654	6,014,771	922.68	0.01	0.10
S.D.S. de Seg.	20	5,474,082	24	5,407,919	-66,163	-1.21	0.08	0.08
La Imperial de Seg.	23	2,446,137	25	4,678,976	2,232,839	91.28	0.04	0.07
Seguros Unido	22	4,755,419	26	3,931,025	-824,394	-17.34	0.07	0.06
Atlas, Compañía de Seg.	28	86,625	27	3,335,340	3,248,715	3,750.32	0.00	0.05
Segna, Compañía de Seg.	11	51,775,778	28	2,346,246	-49,429,532	-95.47	0.76	0.03
La Primera Oriental	26	427,967	29	1,816,095	1,388,128	324.35	0.01	0.03
EMI	29	33,211	30	776,804	743,593	2,239.00	0.00	0.01
Reliastar Life Ins.	27	125,348	31	84,387	-40,961	-32.68	0.00	0.00
Magna Compañía de Seg.	30	6,932	---	0	-6,932	-100.00	0.00	0.00
Seguro La Isleña	24	958,986	---	0	-958,986	-100.00	0.01	0.00
Total General		6,829,094,380		6,937,443,631	108,349,251	1.59	100.00	100.00

Fuente: Superintendencia de Seguros, Departamento de Análisis y Estadísticas

Gráfica 5*. Participación de Mercado por Compañía.*

Este comportamiento le ha permitido convertirse en el líder indiscutible del sector, dentro de un mercado altamente competitivo y de gran importancia para el

desarrollo económico del país. Estas razones han servido de base para seleccionarlos como objeto de este estudio.

Tal como se puede apreciar a lo largo de este capítulo, el concepto de “Seguro” se ha utilizado desde hace miles de años, surgió como un mecanismo de ayuda ante eventos desafortunados que ocasionan pérdidas. Fueron evolucionando a través de la historia para convertirse en una necesidad primaria para el ser humano. Hoy en día, todas las personas son beneficiadas directa o indirectamente de un sistema de seguro, ya sea a través de una sociedad privada o a través de los gobiernos e instituciones de ayuda.

En República Dominicana, la historia del seguro nace en 1948 con el establecimiento de La Caja Dominicana de Seguros Sociales, una institución gubernamental que en 1962 cambió de nombre a Instituto Dominicano de Seguros Sociales (IDSS). Con la entrada en vigencia de la Ley de Seguridad Social, el IDSS se transforma en Administradora de Riesgos de Salud (ARS Salud Segura), esta nueva entidad tiene el deber de proveer cobertura de seguro a todos los trabajadores dominicanos.

En la actualidad existen unas 17 compañías prestadoras de servicios de seguros en el país, estas cubren los riesgos comprensivos de prácticamente todas las actividades económicas y de bienestar humano. Estas empresas compiten por el dominio de un mercado asegurador dominicano que administra alrededor del 1.8% del PIB del país. A la cabeza del sector se encuentra Seguros Universal, empresa que posee más de un 30% de participación de mercado durante los últimos 4 años.

Capítulo 3

Seguros Universal

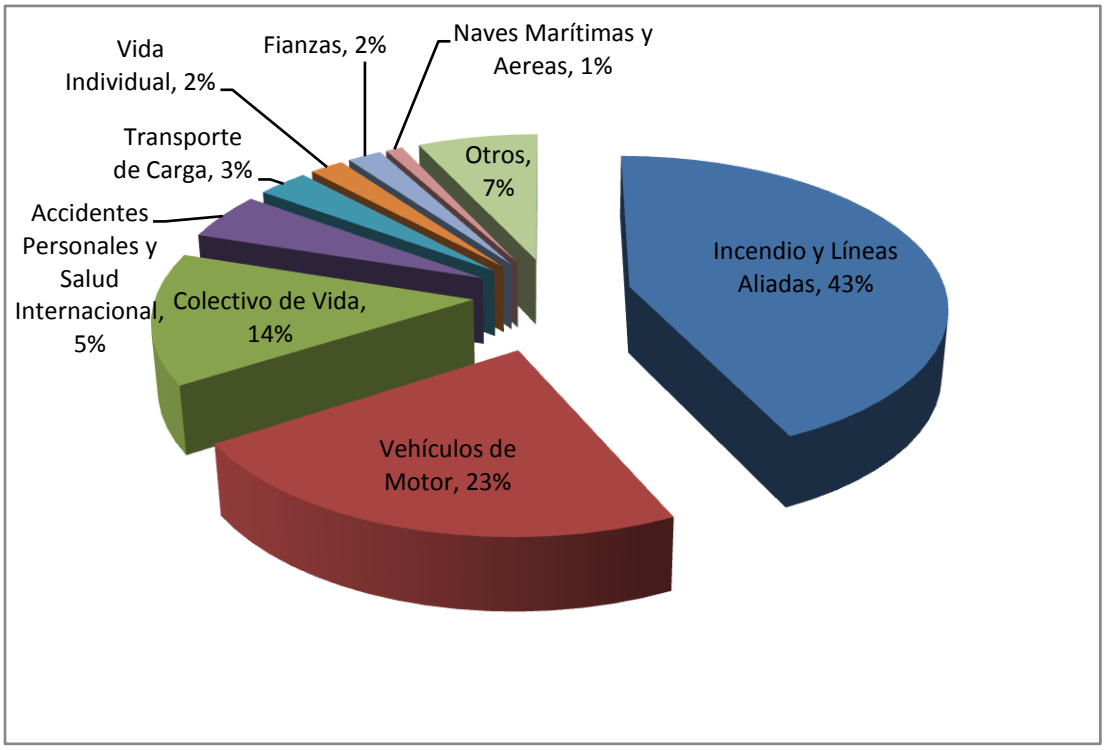
Capítulo 3. Seguros Universal.

Durante los últimos años esta empresa ha ocupado el primer lugar en cuanto a participación de mercado en nuestro país. Se ha tomado como objeto de estudio para este análisis por el impacto que la comprobación del mismo tiene para el país.

Este capítulo describe a la empresa Seguros Universal, permitirá al lector conocer la estructura y operaciones de la empresa afín de entender cómo impactaría en la misma la ejecución del proyecto planteado.

3.1 Datos Generales

Seguros Universal es una empresa de más de 600 empleados que presta servicios en todos los ramos del Seguro en la República Dominicana. Maneja más del 30% de las primas cobradas en el sector, la distribución por segmento de dichas primas se puede apreciar en la Gráfica 6, donde se puede ver que los segmentos principales son: Incendios y Líneas Aliadas, Vehículos de Motor y Vida.



Gráfica 6. *Segmentación de Cartera*

En cuanto a la historia de la empresa: “**La Universal Compañía General de Seguros C. por A.,** fue fundada en el año 1964, por Don Rafael De León.

Esta empresa se caracteriza desde sus orígenes por su alta moralidad y cumplimiento, llegando a colocarse en el mercado como una de las primeras empresas aseguradoras. En el 1983, La Universal fue adquirida por el Grupo Popular, y fue la relanzada por su entonces presidente, Don Alejandro E. Grullón E.

A partir de entonces, y bajo la tutoría del Grupo Popular, La Universal prosiguió el sendero de un constante y sostenido fortalecimiento, y es en el año 2001 cuando se produce una de las fusiones de mayor impacto en el sector de seguros. Dicha fusión se llevó a cabo entre dos empresas con una larga trayectoria de prestigio, éxitos empresariales y fortaleza financiera; ambas con un profundo conocimiento de las responsabilidades para con sus asegurados, y al mismo tiempo, con un amplio y cabal dominio de la ética y de la moralidad. La unión de Seguros América, presidida por el Dr. Luis Augusto Ginebra, y La Universal de Seguros, presidida por el Ing. Ernesto Izquierdo, dio nacimiento a Universal-América. Dicha fusión la catapultó como la primera aseguradora del país; no sólo por su volumen de primas, sino por su patrimonio y reconocida solvencia.

Para el año 2003, por ser una de las filiales del Grupo Popular, es bautizada con el nombre de Seguros Popular, haciendo hincapié en que el nombre cambia, pero el espíritu sigue siendo el mismo, lo que le permitió preservar su posicionamiento como institución predominante del mercado asegurador dominicano.

A partir de este momento Seguros Popular dio inicio a un programa de cambio de cultura, para impactar el aspecto Servicio, como parte de la estrategia de diferenciación por el servicio al cliente. La empresa centralizó todos los procesos de servicio en una estructura que representa al cliente incluyendo un área de servicio al cliente físico. En adición a esto se incorporó la más moderna Plataforma Tecnológica, que alinea todas las unidades de negocios para ofrecer un servicio basado en la utilización de mejores prácticas y estándares del negocio.

Dos años más tarde, se firmó un acuerdo mediante el cual un grupo de reconocidos inversionistas dominicanos, con una vasta experiencia en el mercado

asegurador y en el ámbito empresarial, adquiere la totalidad de la participación del Grupo Popular, que asciende a las acciones de Seguros Popular, S.A. y sus subsidiarias.

De igual manera, la transacción permite que Seguros Popular y sus empresas subsidiarias desarrollen nuevos negocios del ramo de seguros y servicios afines, manteniendo el legado de eficiencia, competitividad, rentabilidad y liderazgo propios de Seguros Popular, empresa con más de 40 años de vida institucional y reconocida como la proveedora de seguros personales y corporativos más confiable, mejor calificada y con mayor aceptación en el país.

A raíz de esto, la empresa se ve avocada a presentar al mercado una nueva identidad corporativa, la cual, luego de varios análisis y estudios de mercado y por el fuerte posicionamiento que aún mantiene, surge con el nombre de **Seguros Universal**. Con esto se garantiza el cambio de nombre, más no la tradición de servicios, seriedad, experiencia y capacidad tecnológica."[5]

En el 2005 la empresa fue clasificada en el nivel A- en el análisis de riesgo realizado por Fitch Ratings[6], esta calificación la coloca en muy buena posición de liquidez, lo que confirma su resultado operativo del año con beneficios por más de 100 millones de pesos.

3.2 Servicios

Dentro de los servicios que ofrece la empresa se encuentran:

- [7]**Vida Universal Plus:** es una póliza de vida con la que usted puede asegurarse, su cónyuge e hijos, y recibir rentas mensuales por invalidez, retiro o jubilación, garantizar renta por orfandad para los hijos y garantizar rentas mensuales por viudez para el cónyuge. La inversión se puede realizar por un tiempo determinado, a elección del cliente y puede ser tanto en dólares como en

[5] Fuente: 27 de febrero de 2008, http://www.universal.com.do/portal/page?_pageid=33,120515&_dad=portal&_schema=PORTAL
[6] Prestigiosa evaluadora de Riesgo de calidad internacional.
[7] Memoria Anual 2005-2006, Seguros Universal-ARS Universal

pesos. Brinda la más alta protección al más bajo costo y acumula valores en efectivo a alta tasa de rentabilidad. Es el seguro más flexible y le permite elaborar su propio plan de acuerdo a sus necesidades y posibilidades financieras. Puede elegir cuánto desea pagar, durante cuánto tiempo, la forma de pago y la duración del seguro.

- **Colectivo de Vida:** es un plan diseñado para cubrir a todos los empleados regulares de una institución que esté en servicio activo, con el propósito de proveer de seguro de vida y accidente a un grupo de personas. Este plan puede ser adquirido tanto en pesos como en dólares.
    - Cobertura:
        - Seguro de vida
        - Muerte accidental
        - Mutilación accidental
        - Pago anticipado de la suma asegurada por incapacidad total y permanente
        - Gastos funerarios (póliza Últimos Gastos)
        - Muerte Accidental Desmembramiento con Incapacidad Total y Permanente.

- **Accidentes Personales:** esta póliza brinda protección a toda persona activa que está expuesta a sufrir un accidente que puede afectar su seguridad. Este seguro puede ser adquirido a través de una póliza Individual y/o Colectiva.
    - Cobertura:
        - Indemnización por Muerte Accidental
        - Indemnización por Pérdida Orgánica
        - Indemnización Semanal por Incapacidad Total o Parcial
        - Reembolso de Gastos Médicos por Accidente

También se ofrece la póliza de Accidentes Personales A Corto Plazo o de Viajes, cuyo objetivo es satisfacer necesidades específicas de protección de

viaje, y puede ser contratado por períodos cortos desde 2 hasta 180 días. Esta póliza ampara los siguientes riesgos:

- Muerte accidental
- Incapacidad permanente o pérdida orgánica
- Reembolso de gastos médicos por accidente

- **Protección Segura:** es un seguro de Vida Temporal en Dólares. El tiempo de la vigencia variará de acuerdo a tu requerimiento y/o necesidad y puede ser adquirido conservando el mismo monto asegurado pactado inicialmente o reduciendo anualmente la suma asegurada. Las primas pueden ser contratadas para ser pagadas con cuotas fijas todos los años o con primas decrecientes. Por ser un contrato temporal no se acumulan sumas ni valores adicionales a lo contratado.

    - Cobertura: el plan está diseñado pensando en dos características básicas: Protección de seguro a un costo mínimo y protección integral frente a tres eventualidades:
        - Fallecimiento Natural
        - Fallecimiento Accidental
        - Invalidez Total y Permanente

- **Educación Segura:** educación Segura es un plan único que garantiza la formación profesional de tus hijos a través de rentas educacionales. Proporciona protección por fallecimiento, incapacidad y por supervivencia. En este plan el asegurado es el niño al cual se le hace el seguro y el contratante es la persona que compra el seguro para su hijo, sobrino, nieto, ahijado, etc.
    - Cobertura: este plan proporciona protección por el fallecimiento, supervivencia y/o incapacidad del contratante.

- **Plan Últimos Gastos:** este plan garantiza el pago de los gastos funerarios hasta el límite máximo seleccionado. Se pagará por fallecimiento, ya sea causado por

enfermedad o accidente. Por enfermedad existe un período de espera de tres meses para recibir protección y por accidente está cubierto desde el mismo día. Se puede estar asegurado durante toda la vida. Este plan entrará en vigor desde la fecha de expedición de la póliza, previo pago de la prima correspondiente, tendrá una duración vitalicia.

- **Plan Renta Escolar:** es un Seguro de Vida Temporal que garantiza la cobertura de los gastos escolares del estudiante hasta que termine el bachillerato, en caso de fallecimiento o invalidez total del padre o tutor, ya sea a consecuencia de un accidente o una enfermedad, hasta la cantidad que se elija. Tiene la característica de ser un plan de bajo costo, fácil de contratar y con alta flexibilidad, lo que lo hace accesible para todas las personas. El Plan está estructurado con dos características básicas:

    - Protección de Seguro a un Bajo Costo
    - Protección Integral frente a las eventualidades principales a las que están expuestas las personas: Fallecimiento natural, Invalidez total, Gastos médicos, Gastos odontológicos y Gastos funerarios.

- **Gold+Med:** es un plan de seguro médico internacional que ofrece protección individual y familiar en cualquier parte del mundo, como consecuencia de un accidente y/o enfermedad. Está diseñado especialmente para residentes en la República Dominicana. Ofrece beneficios hasta US$5,000,000 por vida por persona para gastos médicos, incluyendo hospitalización, servicios médicos, prescripciones médicas, material médico y servicios de ambulancia aérea. También ofrece una red de descuento en farmacias a través de la tarjeta Advance PCS. El plan Gold+Med de Seguros Universal ofrece acceso a una red de proveedores abierta y servicio de trasplante de órganos hasta el límite total de la póliza.

- **Vehículos de Motor:** esta póliza tiene por objeto garantizar los daños o pérdidas materiales producidas al vehículo de motor en los riesgos asegurados e

indemnizar a terceros por daños a sus bienes, así como por las lesiones corporales y/o muerte.

- Cobertura: esta cobertura abarca choque y vuelco, incendio, robo, rotura de cristales, transporte, comprensivos (ciclón, terremoto, inundación, explosión, vandalismo, motín y huelga). Además cubre fianza judicial al conductor y daños materiales a la propiedad ajena. Lesiones corporales a terceras personas, a los pasajeros, al conductor y daños al vehículo. Se ofrece además los servicios de Alquiler de Vehículo y Casa del Conductor. También el servicio de Asistencia en viajes (UNIASIS) y una red de Talleres Preferidos.

- **Incendio y Líneas Aliadas:** esta póliza ofrece amparo a las propiedades y bienes, muebles e inmuebles frente a los daños físicos y directos causados por el riesgo de incendio de manera accidental y las líneas que conforman dicha póliza.
    - Cobertura:
        - Incendio y/o rayo
    - Coberturas opcionales:
        - Robo con Escalamiento y/o Violencia
        - Terremoto y/o temblor
        - Huracán, ciclón, tornado y manga de viento
        - Daños por agua de lluvia a consecuencia de huracán, ciclón, tornado y manga de viento
        - Daños por agua accidental
        - Inundación y/o ras de mar
        - Explosión
        - Daños por naves aéreas y vehículos terrestres
        - Daños por humo
        - Colapso y/o derrumbe de estructuras, tanques, silos, etc.
        - Derrumbe de estibas
        - Combustión espontánea

        - Granizo
        - Pérdidas indirectas
        - Mercancías en tránsito
        - Remoción de escombros
        - Motín y huelgas
        - Conmoción civil
        - Daños maliciosos

- **Transporte de Carga:** el seguro de Transporte de Carga está diseñado para proteger tu mercancía contra todos los peligros que pudieran amenazar su carga durante el transporte, dando protección desde el momento en que las mercancías salen del almacén del suplidor, ya sea por vía marítima, aérea o terrestre, hasta llegar a su destino final.
    - Cobertura: Otorga cobertura desde cualquier lugar y/o puerto del mundo, hasta cualquier lugar o puerto del país. Mediante la contratación de este seguro la empresa se compromete a indemnizar las pérdidas económicas en caso de ocurrir accidentes en el curso del transporte de las mercancías aseguradas. Esta póliza cubre tempestades, huracanes, colisiones, incendio, robo, descarrilamientos, hundimientos, vuelcos, encalladuras y hechos a terceros provocados por el siniestro.

- **Ramos Técnicos:** esta póliza tiene como propósito proveer protección para las propiedades y activos fijos, donde la tecnología juega un papel esencial. Se ofrecen las pólizas de Todo Riesgo de Contratista, Todo Riesgo de Montaje, Equipos Electrónicos, Todo Riesgo de Equipos de Contratistas, Avería de Maquinaria y Pérdida de Beneficios por Avería de Maquinarias.
    - Cobertura:
        - Incendio
        - Rayo
        - Explosión
        - Terremoto

        - Todos los riesgos amparados bajo la póliza de incendio.

- **Responsabilidad Civil:** esta póliza tiene como finalidad proteger tu patrimonio a consecuencia del pago de una demanda incoada por la reparación de los daños y perjuicios que surjan de los riesgos o coberturas que la póliza establece.
    - Cobertura:
        - Lesiones Corporales: daño corporal, padecimiento, merma de la integridad física, incluyendo muerte en calidad de terceros y que hayan sido causadas por accidentes comprendidos bajo las coberturas que se indiquen en la póliza.
        - Daños a la propiedad ajena.
        - Daños a la propiedad de terceros: cualquier daño físico, destrucción o pérdida que haya sido causado por accidentes comprendidos bajo las coberturas que se indiquen en la póliza.

- **Fianzas Comerciales:** la Fianza Comercial es un documento que tiene como propósito garantizarte el cumplimiento de un contrato por el cual la aseguradora protege al beneficiario contra el incumplimiento de una obligación específica a cargo del deudor principal o del afianzado.
    - Cobertura: esta póliza ofrece cobertura de acuerdo al tipo de fianza:
        - Fianzas Aduanales: Garantizan a la Dirección General de Aduanas el pago de los impuestos por importaciones realizadas.
        - Fianzas de Contratistas: Estas fianzas garantizan el cumplimiento de las obligaciones asumidas por contratistas frente a los propietarios de obras en relación con proyectos o trabajos a realizar.
        - Levantamiento de Embargo: Son fianzas emitidas a favor del cliente para que las entidades bancarias puedan autorizar el giro de los fondos depositados por el embargado.

- Fianzas Judiciales: Estas fianzas permiten la libertad provisional de un prevenido acusado ante un tribunal, garantizando que el mismo se presentará a juicio el día y la hora en que sea citado.

- **Póliza de Fidelidad:** Póliza de Fidelidad, la cual ampara la pérdida ocasionada por actos deshonestos o fraudulentos cometidos por uno o más empleados del asegurado, que actúen directamente o en colusión con otros, incluyendo pérdida de dinero o valores, hasta el límite contratado. Protege los delitos patrimoniales cometidos por el empleado en perjuicio del patrono empresa.
    - Cobertura: existen diferentes formas de coberturas bajo Fianza de Fidelidad:
        - Fidelidad Simple (Standard): Mediante este formato es necesario especificar en el contrato los nombres y las posiciones que se desean afianzar, no se incluyen en esta póliza coberturas adicionales, como robo y asalto dentro y fuera del local.
        - Fidelidad 3D (Desaparición, Deshonestidad, Destrucción): Proporciona una cobertura comprensiva contra pérdidas y/o daños en dinero y valores, así como otras propiedades, derivadas de actos de mala fe, fraudulentos y mal intencionados de sus propios empleados o de terceros incluyendo una combinación de ambas posibilidades. Además de la cobertura principal, se pueden incluir otros riesgos o convenios: robo y asalto dentro y fuera del local, falsificación de depósitos bancarios, falsificación comercial, falsificación de cheques recibidos y falsificación de giros postales.
        - Fidelidad BBB- Bancaria: Esta póliza tiene alcances similares a los indicados en las coberturas anteriores, pero diseñada para cubrir específicamente los riesgos de las instituciones bancarias.

- **Robo y Asalto de Dinero y Valores:** esta póliza cubre el robo y asalto de dinero, valores y otros tipos de documentos que representen valores, que ocurran dentro o fuera del local de los asegurados, causados por robo con violencia, asalto y/o atraco. También cubre pérdidas dentro del local en horas no laborables, siempre y cuando el dinero y valores se encuentren guardados en cajas de seguridad.

- **Cristales y Letreros:** es una póliza diseñada para proteger los cristales, marcos y molduras contra cualquier accidente. También pueden incluirse dentro de esta póliza los letreros tipo bandera o adosados a la pared. Cubre la rotura accidental de los cristales y letreros asegurados específicamente en la póliza. Pueden incluirse de forma adicional incendio y/o rayo, explosión, daños por naves aéreas y/o terrestres, motín, huelga y conmoción civil, ciclón y terremoto.

- **Todo Riesgo Joyas y Obras:** en esta póliza se puede incluir joyas, cuadros, pieles, colecciones de objetos especiales y objetos de arte.

3.3 Oficinas y Agencias

Todos estos servicios son ofrecidos a través de las siguientes oficinas de servicios:

OFICINA PRINCIPAL	Santo Domingo Oficina Principal Av. Winston Churchill No. 1100 Tel.: 809-544-7200 Fax: 809-544-7999
Centro de Servicios	Av. Lope de Vega esq. Fantino Falco Tel.: 809-544-7111 Fax: 809-544-7161
SUCURSALES	Sucursal Zona Oriental Av. San Vicente de Paúl No. 120 Casi Esq. Carretera Mella Sector Las Palmas de Alma Rosa Tel.: 809-592-5744 / 809-592-5844 / 809-788-9006 / 809-788-9007 Fax: 809-597-3145

	Sucursal Villa Mella Hermanas Mirabal No. 99, Plaza Nueva Isabela, Local 18, Villa Mella. Teléfonos: 809-569-7422; 809-569-7599 Fax: 809-569-7715
ZONA NORTE	Sucursal Santiago Av. Juan Pablo Duarte No. 106 3er. Piso, Santiago Tel.: 809-247-3922 Fax: 809-580-3290
	Sucursal San Francisco de Macorís Calle El Carmen esq. Castillo, 2do. Piso Tel.: 809-588-3737 Fax: 809-588-3828
	Sucursal Puerto Plata Calle Beller 53, 1er piso Edificio Puertoplateña II Tel.: 809-261-5646 Fax: 809-586-8366
ZONA ESTE	La Romana Av. Padre Abreu No. 1, esq. Santa Rosa, Edif. Unicentro, Local 1, La Romana Tel.: 809-550-7600 Fax: 809-556-5884
ZONA SUR	Baní Calle Presidente Billini 22, Tel.: 809-522-8288 Fax: 809-522-4877

Además de estas oficinas, se cuenta con más de 40 agencias distribuidas en todo el país. Otros canales de acceso a los servicios son:

- **Contact Center:** en el Centro de Contacto Físico los representantes están entrenados para ofrecer las mejores atenciones, donde se brinda una amplia gama de servicios:
    - Información general de las pólizas.
    - Cotización de los diferentes productos.

- Emisión de Pólizas.
- Emisión de Fianzas.
- Apertura de reclamos.
- Reimpresión de documentos (marbetes, carnets, facturas, pólizas, estados de cuenta, etc.).
- Cambios de datos personales en las pólizas.
- Impresión de consulta de situación de una póliza.
- Impresión de consulta de situación de casos de un cliente.
- Impresión de estatus de una reclamación.
- Impresión de estado de cuenta de honorarios (intermediarios y promotores).
- Impresión de estado de cuentas por cobrar.
- Impresión de la Gestión de Cobros.
- Solicitud de cancelaciones, inclusiones y exclusiones a tus pólizas.

- **Call Center:** a través del Centro de Contacto Telefónico se ofrecen todas las informaciones necesarias para la perfecta interacción con la empresa. Se ha incorporado un servicio de contestador automático (IVR) disponible las 24 horas en donde es posible:
  - Obtener información general de los productos.
  - Obtener información específica de las pólizas.
  - Realizar cotizaciones.
  - Solicitar emisión de pólizas.
  - Solicitar ampliación de cobertura de pólizas.
  - Solicitar cancelaciones o exclusiones de pólizas.
  - Realizar una reclamación.
  - Verificar el estado de una reclamación.
  - Ejecutar cambios de datos personales en las pólizas.
  - Gestionar cobros.
  - Obtener información de la situación actual de una póliza.
  - Obtener estados de cuenta (para intermediarios y promotores).
  - Obtener estado de cuentas por cobrar.

- **Acceso a Internet:** desde la comodidad del hogar u oficina se puede interactuar con la empresa a través del Web Site: www.universal.com.do Los clientes pueden realizar aperturas de incidencias (reclamos) escribiendo a la dirección electrónica clientes@segurosuniversal.com.do y obtener todas las informaciones de los productos y servicios. Los intermediarios pueden realizar todas las opciones de contacto establecidas previamente con la compañía; gracias al portal diseñado para ellos en donde pueden realizar:
    - Consultas.
    - Cotizaciones.
    - Consultas de imágenes.
    - Modificación de datos generales en las pólizas de sus clientes.
    - Solicitar emisión de pólizas.
    - Apertura de reclamos.

3.4 Misión, Visión y Valores

Los servicios son ofertados por un personal que se rige por los siguientes Valores:

- Integridad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Empatía
- Confiabilidad
- Transparencia

La motivación de los más de 600 empleados que posee la empresa es sostenida por la siguiente Misión:

"Proveer a nuestros clientes las mejores y más innovadoras coberturas de seguros, mediante un personal talentoso y altamente comprometido, generando valor de forma sostenida a la comunidad y a nuestros accionistas."

Los niveles ejecutivos y sus accionistas desarrollan sus actividades fundamentadas en la Visión:

"Proveer a nuestros clientes las mejores y más innovadoras coberturas de seguros, mediante un personal talentoso y altamente comprometido, generando valor de forma sostenida a la comunidad y a nuestros accionistas."

Estas han sido las piedras angulares de la empresa, le han permitido mantener el crecimiento sostenido y el indiscutible liderazgo en el sector. Estas cualidades la hacen ser merecedora de ser el objeto de este análisis.

3.5 Resultados Económicos

Según los resultados del año 2005, los Estados Económicos de la empresa presentan los siguientes datos relevantes:

Total de Activos	**3,820,109,478**
Total de Ingresos	**4,917,724,279**
Total de Gastos Operacionales	**4,772,342,601**
Total de beneficios	**145,381,678**
Beneficios netos después de impuestos y dividendos	**118,482,339**

Estos datos demuestran que Seguros Universal es una empresa que se ha consolidado como la primera opción de Seguros en el mercado dominicano, ha mantenido su liderazgo en el sector en base a un trabajo de calidad constante, innovador y dentro del marco de la ética empresarial.

La empresa ha puesto a disposición de sus clientes múltiples canales de comunicación que le permitan acceder a los servicios las 24 horas del día todos los días del año, una amplia red de sucursales, agencias y centros de atención a los cuales los clientes pueden acceder personalmente, por teléfono o por Internet, soportan toda la plataforma de servicios de la empresa.

Los productos abarcan todas las ramas de servicios de seguros del país, por lo que los clientes pueden sentirse con la tranquilidad de contar con los servicios que necesita.

La empresa se ha caracterizado por ofrecer un servicio de calidad, fundamentado en una fuerte cultura organizacional que le ha permitido mantener un crecimiento sostenido durante los últimos años. Dicho crecimiento se sustenta en sus resultados económicos y en la sólida participación de mercado que la mantienen como líder indiscutible del sector.

Capítulo 4

Evaluación y selección de alternativas

Capítulo 4. Evaluación y selección de alternativas.

Debido al auge de la Telefonía IP, han surgido en el mercado un gran número de proveedores de este tipo de tecnología. Esto ha contribuido con el desarrollo del sector, el cual amplía cada día más su oferta en cuanto a cantidad de proveedores y características de las soluciones. Esto hace que las empresas se vean obligadas a realizar evaluaciones de forma estructurada y con el mayor cuidado si desean hacer una buena selección.

La importancia de una buena solución radica en el hecho de que a las empresas de hoy día no les basta con tener un simple sistema de telefonía que comunique a sus empleados, deben contar con lo que se denomina “Comunicación Unificada”, que no es más que la habilidad de mejorar significativamente la forma en que las personas, grupos o compañías interactúan y desarrollan su funciones. Una solución de comunicación moderna debe tener la capacidad de integrar las funciones de comunicación a las aplicaciones de negocios, esto le brindará a la empresa una ventaja competitiva que le permitirá marcar la diferencia.

Aunque el objeto de este análisis se limita a implementación de la infraestructura básica de la Comunicación Unificada, es decir, la Telefonía IP, solo serán evaluadas las soluciones que al día de hoy ofrecen todos los servicios de Comunicación Unificada y que cuentan con representación local. Esto con el fin de garantizar que en el futuro será posible ampliar el rango de utilización y contar con el soporte y servicio adecuado.

A lo largo de este capítulo se presentará el proceso de pre-selección, evaluación y selección de alternativas, el mismo pretende determinar cuál es la solución más apropiada para este caso de estudio.

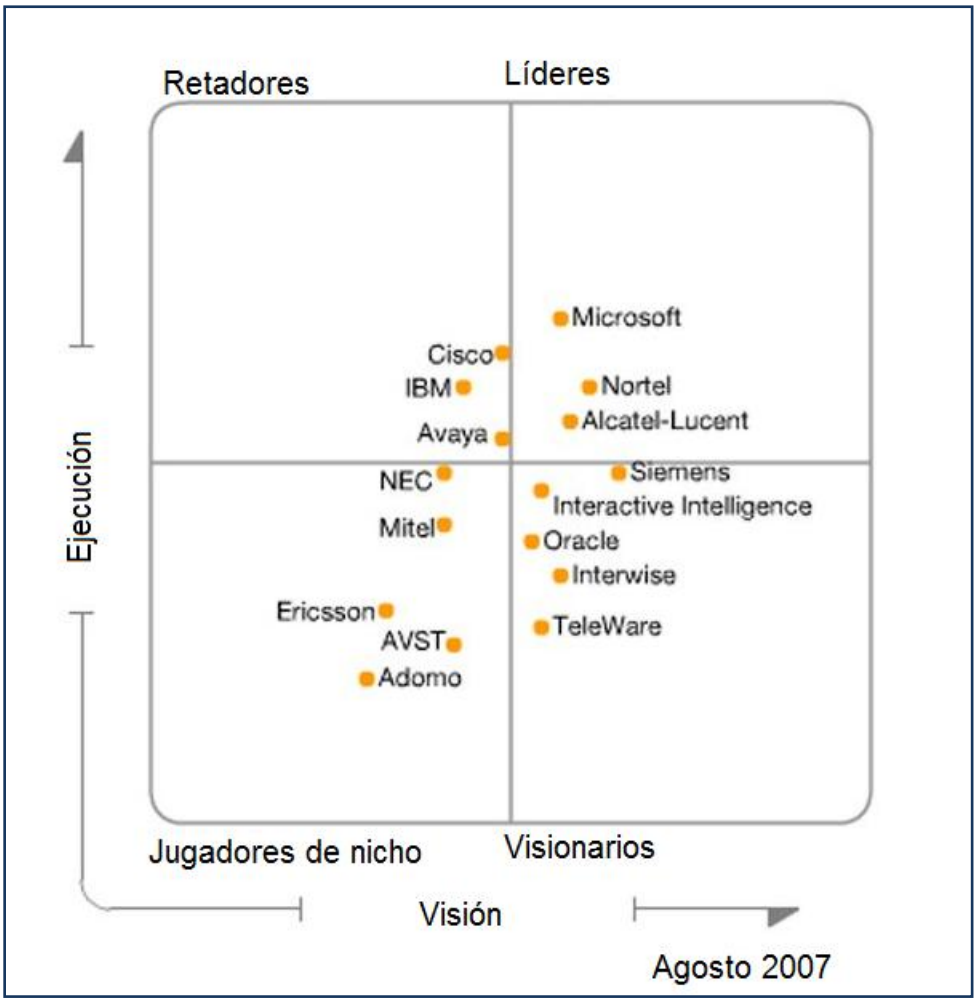
4.1 Pre-selección.

Un proyecto de esta magnitud tiene un impacto significativo en cualquier empresa, el mismo representa un cambio en los procedimientos e incluso un cambio importante en la cultura. Para el proceso de pre-selección se han considerado dos factores determinantes:

1. **Posicionamiento de la solución.** La importancia de la empresa y el gran impacto económico que tendría un proyecto de este tipo hacen obligatorio considerar los análisis de expertos a nivel mundial. Empresas con Gartner Research, que cuentan con los recursos para realizar análisis profundos de cada solución y cuyo prestigio la ubican como una de las consultoras más importantes del mundo, la hacen merecedora de ser seleccionada como punto de referencia en este análisis.
2. **Representación local.** Si bien es importante seleccionar un producto que posea una buena colocación a nivel mundial, no es menos importante que dicho producto cuente con un buen respaldo local. Esto porque ante cualquier eventualidad será necesario auxiliarse de un experto, y mientras más cerca se encuentre el mismo, más eficiente será el servicio recibido.

El punto de partida para la pre-selección será el Cuadrante Mágico de Gartner para Comunicación Unificada 2007 (ver Gráfica 7, *Cuadrante Mágico de Gartner Comunicación Unificada 2007*). El Cuadrante Mágico es una herramienta utilizada por Gartner para clasificar las soluciones en cuatro grupos principales:

1. **Jugadores de nicho:** soluciones con bajo nivel de complejidad y costos, orientadas a un segmento de mercado reducido y específico.
2. **Visionarios:** soluciones con gran potencial por su habilidad para integrar nuevas funcionalidades.
3. **Retadores:** soluciones con gran potencial por su habilidad de ejecución.
4. **Líderes:** contiene las soluciones más completas, capaces de cubrir todos los requisitos en cuanto a ejecución y visión.



Gráfica 7. Cuadrante Mágico de Gartner Comunicación Unificada 2007

Las soluciones incluidas en este Cuadrante cumplen con los siguientes requisitos:

- Poseer una presencia significativa en el mercado. La misma debe ser fácilmente comprobable.
- Poseer niveles de ventas, ganancias y presencia operacional para soportar los objetivos de mercados.
- Contar con un portafolio de productos bien definido.
- Poseer la habilidad para captar el interés de las grandes empresas.

Los criterios de evaluación relacionados con la habilidad de ejecución están basados en la calidad, madurez y eficacia de los productos, sistemas, herramientas y procedimientos que contribuyen con el incremento de la productividad de los individuos, grupos y empresas. En la siguiente tabla se muestran los criterios de ejecución con su respectiva ponderación.

Criterio de Evaluación	Ponderación
Producto/Servicio	Alto
Utilización General (Unidad de negocios, Finanzas, Estrategia, Organización)	Alto
Ejecución de Ventas/Precios	Normal
Penetración de mercado	Normal
Ejecución de Marketing	Normal
Experiencia de clientes	Normal
Operación	Normal

Tabla 1. Criterios de evaluación para la habilidad de ejecución.

En cuanto a la evaluación sobre la capacidad de Visión, los proveedores deben ser capaces de plantear de forma convincente y lógica sus consideraciones acerca del futuro de la tecnología, las innovaciones, las necesidades del mercado y las acciones de la competencia. Los criterios de evaluación sobre esta capacidad se pueden apreciar en la Tabla 2.

Criterio de Evaluación	Ponderación
Entendimiento del Mercado	Alto
Estrategia de Marketing	Normal
Estrategia de Ventas	Normal
Estrategia de colocación del producto	Alto
Modelo de Negocios	Normal
Estrategia de la industria	Normal
Innovación	Normal
Estrategia Geográfica	Normal

Tabla 2. Criterios de evaluación para la capacidad de visión.

De todas las recomendaciones encontradas en el Cuadrante, se han pre-seleccionado tres por contar con representación local y buen posicionamiento. Estas son:

- Avaya
- Cisco
- Nortel

4.2 Evaluación.

En esta sección serán analizados los tres productos pre-seleccionados, destacando las fortalezas y precauciones de cada uno de ellos.

Avaya	
Fortalezas	-Vasta experiencia en el mercado de telefonía. -Importante participación de mercado -Soluciones de fácil uso e instalación -En los últimos dos años ha realizado adquisiciones que le agregan valor. -Excelente opción para las empresas interesadas en aprovechar todo el potencial de las soluciones de Comunicación Unificada.
Precauciones	-Posee gran experiencia en funcionalidades básicas de telefonía pero nunca ha sido líder en innovación. -La empresa se encuentra inmersa en un proceso de fusión, aunque los adquirientes han garantizado que no habrá cambios significativos en la estrategia, es conveniente tener precaución hasta que se vislumbre una meta claramente definida. -La empresa debe clarificar su camino hacia el futuro para no quedar atrás en el desarrollo del mercado.

A pesar de los trastornos que provoca el proceso de fusión en el que está sometido este competidor, no deja de ser una buena opción por su experiencia en el ramo de las comunicaciones y por su estrategia de expansión en los mercados emergentes. Esto puede abrir las puertas para lograr extraordinarias negociaciones.

Cisco	
Fortalezas	-Cisco posee un amplio portafolio de productos, en los últimos años ha fortalecido sus soluciones de video conferencia hasta llegar a ser el líder en este segmento. Esto le provee una ventaja competitiva de cara al futuro de las comunicaciones. -La empresa posee uno de los sistemas de distribución más efectivos del mundo, su liderazgo en comunicación de data y el prestigio que ha alcanzado le permiten gozar de buena aceptación entre los clientes. -Es una buena opción para quienes tienen instalada la base de comunicación de data y planean incursionar en video conferencia y funciones de comunicación avanzadas.
Precauciones	-Las soluciones de Cisco están muy centradas en la red, esto crea una dependencia entre los equipos de red y los equipos de comunicación que debe ser manejada con mucho cuidado. Además, el poco desarrollo de la parte de software hace más difícil la integración entre los sistemas de comunicación y las aplicaciones de negocios. -Cisco debe expandir sus relaciones con los proveedores de aplicaciones de negocios para hacer de sus soluciones más productivas y atractivas. -Su amplio portafolio debe integrarse aún más, se percibe cierto desenfoque en algunos de sus productos y falta de integración en algunos componentes de la solución. -El dominio de mercado en comunicación de datos puede entorpecer el desarrollo de las características de software necesarias para dominar el mercado de comunicación unificada.

La mejor carta de Cisco es la gran presencia en el mercado de las comunicaciones, algo que puede convertirse en una gran debilidad si no asumen una postura de colaboración e integración con terceros.

Nortel	
Fortalezas	-La empresa posee vasta experiencia en funciones básicas de telefonía y ha probado ser muy eficiente trabajando con otros proveedores para complementar sus soluciones, como el caso de Microsoft. -La alianza con Microsoft le abre las puertas a un mundo posibilidades, ampliando su portafolio con productos de comunicación de gran madurez y liderazgo en el mercado. -Las empresas que poseen bases instaladas de Nortel o Microsoft, deben considerar esta opción.
Precauciones	-Problemas financieros han debilitado su posicionamiento en el mercado. -Si bien la alianza con Microsoft ofrece muchas ventajas, existen riesgos asociados con la responsabilidad e integración de ambas compañías. Resultaría muy traumático separar los productos en caso de un rompimiento de la alianza.

Para Nortel se visualiza un futuro lleno de expectativas, la alianza con Microsoft le abrió muchas puertas y se espera que empiece a rendir frutos en cualquier momento, en cambio, sus problemas económicos han representado un tropiezo para su desarrollo. Se considera una buena opción a futuro, aunque todavía no se ha establecido claramente una estrategia conjunta que garantice la inversión de los clientes.

La siguiente fase del proceso de evaluación es determinar los criterios a evaluar y su ponderación. Una vez establecidos los criterios con sus respectivas ponderaciones, se procederá a elaborar una Matriz de Preferencias, la cual deberá ser completada por cada miembro del comité evaluador y desde las cuales se extraerá el promedio de puntuación que determinará cuál es la solución que más conviene a la empresa.

Los criterios de evaluación seleccionados son:

Criterio	Ponderación
Características Técnicas	60%
Precio	5%
Posicionamiento	25%
Proveedor	10%

En base a esta información se ha elaborado la matriz de preferencias que servirá de base para la evaluación (ver Matriz de Preferencias).

		Avaya		Cisco		Nortel	
Criterio de evaluación	Pond.	Valoración	Puntaje	Valoración	Puntaje	Valoración	Puntaje
Características Técnicas	60%						
Precio	5%						
Posicionamiento	25%						
Proveedor	10%						
Totales	100%						

Matriz de Preferencias.

La matriz de preferencias debe ser llenada asignando una valoración de 0 a 4 a cada criterio de cada solución, en donde:

0	1	2	3	4
No posee	**Deficiente**	**Promedio**	**Excede**	**Excelente**
Carece de la características	Posee la característica con ciertas excepciones	Posee la característica con el mismo nivel de funcionalidad que los demás	Posee la característica con algunas mejoras con relación a los demás	Ofrece características que los demás no pueden

Las valoraciones serán asignadas a cada criterio de acuerdo a las siguientes premisas:

Características técnicas

- Recepcionista Digital
- Fecha y Hora
- Transferencia Ciega (automática)
- Records de Detalles para Llamadas
- Forward en Ocupado, y en No Contesta
- Forward Variable (condición determinada por una variable)
- Monitoreo de Llamadas
- Transferencia de Llamadas
- Llamadas en Espera

- Identificador de Llamada, Bloqueo de Identificador de Llamada, Identificador de Llamada con Llamada en Espera
- Recogida Remota de Llamadas
- Extensiones Roaming
- Intercom (Overhead Paging)
- Conferencia de Llamadas (3-way calling)
- Puente de Conferencias (Bridging. Crear una llamada conferencia entre múltiples personas usando múltiples tecnologías)
- Buzón de Voz:
  - Indicador Visual para Mensaje en Espera
  - Tono de Marcado Interrumpido para Mensaje en Espera
  - Correo de Voz a E-mail
  - Grupos de Correo de Voz
  - Interface Web de Correo de Voz
- E911 (Integración con servicios de emergencia: policía, bomberos, etc.)
- Transmitir y Recibir Fax
- Música en Transferencia y en Espera
  - Sistema Flexible de MP3
  - Reproducción al Azar o Lineal
  - Control de Volumen
- Agentes Locales y Remotos

- Listado de Directorio Interactivo
- Almacenamiento/Consulta de Llamadas en una Base de Datos
- Integración con Base de Datos (buscar una aplicación práctica para explicarlo)
- Almacenamiento/Consulta de Llamadas en una Base de Datos
- Integración con Base de Datos (buscar una aplicación práctica para explicarlo)
- Timbrazo Distintivo
- IVR (Interactive Voice Response), se utilizará para la automatización del menú de respuesta.
- Mensajería SMS
- Soporte Remoto de Oficina (Habilidad de conectar teléfonos en una oficina remota a la central como si fueran extensiones locales)
- Discado por Nombre

Precio

- Costo Total
- Facilidades de pago

Posicionamiento

- Participación de mercado local
- Participación de mercado Internacional

Proveedor

- Experiencia
- Estructura de servicios
- Respaldo del fabricante
- Solvencia

La valoración de cada criterio será multiplicada por la respectiva ponderación, el resultado corresponderá al puntaje, el cual al ser sumado determinará el ganador por mayoría de puntos.

La selección de la mejor opción es el parte más importante de todo el proceso, es por esto que debe hacerse con mucho cuidado y de manera metodológica. Lo primero es hacer una depuración de soluciones, ya que resultaría muy cuesta arriba poder evaluar efectivamente la gran cantidad de soluciones que existen en el mercado.

Partiendo de esta premisa, se decidió tomar como referencia las recomendaciones de Gartner para soluciones de Comunicación Unificada. Gartner es una prestigiosa firma de consultoría internacional que realiza análisis y estudios para las grandes corporaciones, empresas cuya representación en sus respectivos países se asemeja a lo que Seguros Universal significa para República Dominicana. Una vez reducido el grupo de opciones a las recomendaciones de Gartner, se utilizó otro filtro para reducir aún más la cantidad de participantes, los mismos son: representación local y buen posicionamiento.

El resultado de este proceso fue la consideración de tres soluciones: Avaya, Nortel y Cisco. Las mismas fueron evaluadas a alto nivel, destacando las fortalezas y precauciones de cada una. Cualquiera de estas tres soluciones puede satisfacer las necesidades inmediatas y a futuro de Seguros Universal en cuanto comunicación se refiere. Por esta razón se provee una metodología para que la empresa realice una evaluación más detallada de las soluciones propuestas afín de determinar cuál es la más conveniente según los planes y estrategia pautados.

Dicha metodología incluye una descripción de los criterios a evaluar, la herramienta de selección y el proceso a seguir. Con estos elementos se podrá dar el último paso del proceso, que es seleccionar las dos opciones que se consideren más convenientes y efectuar una última ronda de negociación que permita obtener el mejor precio y el mayor beneficio.

Capítulo 5

Impacto de la Telefonía IP en Seguros Universal

Capítulo 5. Impacto de la Telefonía IP en Seguros Universal.

Ya se ha establecido cómo la Telefonía IP está impulsando a empresas en todo el mundo a ser más competitivas y eficientes en sus operaciones, así como las etapas hacia las cuales está evolucionando la comunicación. Por otra parte, se ha determinado la importancia que tiene Seguros Universal cómo líder del mercado asegurador en la República Dominicana. La relevancia que tienen sus actividades en la economía y el sector seguros.

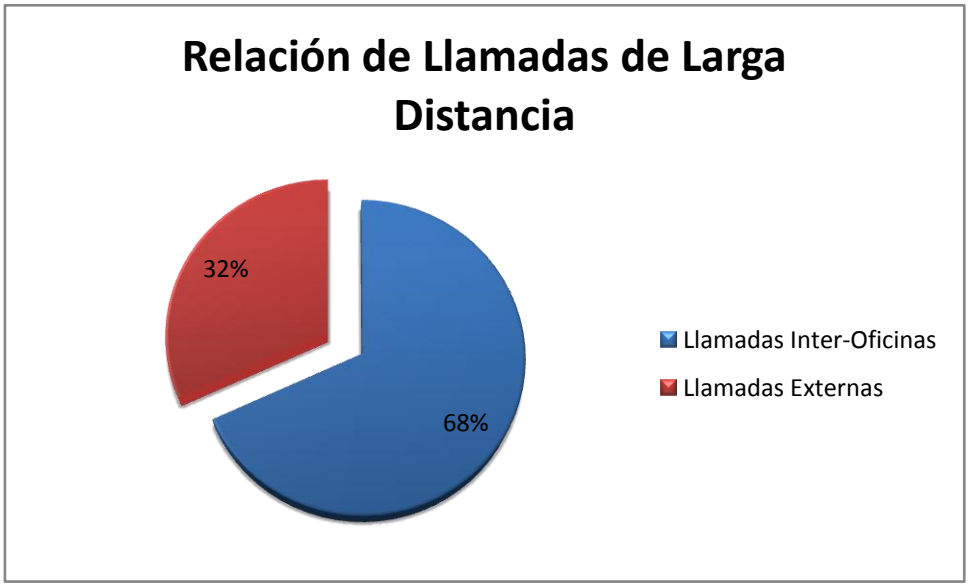
Ahora será analizado el impacto que tendría la implementación de la Telefonía IP en Seguros Universal. El mismo será realizado en dos vertientes: impacto económico e impacto en el servicio.

5.1 Impacto Económico.

Uno de los grandes beneficios de la Telefonía IP es su capacidad de reducir costos a través de la eliminación de cargos por llamadas de larga distancia y por la consolidación de servicios.

Actualmente el 70% de las llamadas de Larga Distancia de la empresa se realizan entre las oficinas o hacia localidades donde existe una oficina, esto representa alrededor de 1.05 millones de minutos al año (ver Gráfica 8, *Relación de llamadas de Larga Distancia*), que a un costo de RD$2.80 por minuto resulta en un pago de RD$3,763,200 incluyendo los impuestos (28%). El 30% restante de las llamadas se realiza o recibe de clientes y personal externo.

El objetivo económico del proyecto es ahorrar el total de las llamadas inter-oficinas y disminuir los cargos de llamadas de larga distancia al utilizar las oficinas remotas como transporte para la recepción y salida de llamadas en las localidades donde estén instaladas, esto producirá un ahorro estimado de alrededor de 3.8 millones de pesos al año. Lo que representa cerca de un 3% de los beneficios netos obtenidos en el último cierre.



Gráfica 8. *Relación de llamadas de Larga Distancia*

Otros beneficios económicos que pueden obtenerse consisten en la disminución de la cantidad de líneas de voz instaladas en las agencias, esto es posible porque al utilizar las líneas de data como canales de comunicación disminuye la necesidad de líneas directas desde las oficinas. El monto de este ahorro va a depender de la estrategia y el volumen de llamadas que se maneje.

5.2 Impacto en el Servicio.

En la sección anterior quedó establecido cual es el impacto económico directo del proyecto, ahora serán analizados los beneficios en cuanto a productividad y eficiencia, los cuales se traducirán luego en el incremento de los ingresos. Estos beneficios tienen un importante impacto económico, aunque indirecto y difícil de establecer y medir.

Entre los beneficios operativos que aportaría el proyecto se pueden destacar:

- **Renovación y estandarización de Tecnología:** el parque de centrales telefónicas actual es obsoleto, propio del tipo de tecnología utilizada y la forma en que se ha desarrollado. Al sustituir todo por una nueva solución, se le provee a todo el personal las mismas capacidades y herramientas, esto facilita la

operación de los equipos y elimina las limitaciones de interconexión entre diferentes soluciones.

- **Administración Centralizada:** los equipos de los cuales se dispone hoy día no tienen capacidad de ser administrados remotamente, peor aún, la empresa no dispone de técnicos especializados que puedan administrar efectivamente los equipos. La solución de Telefonía IP le brinda la facilidad de ser administrada desde una consola central, facilitando la administración de todos los dispositivos no importa donde se encuentren físicamente. Además, la orientación técnica está diseñada para que los profesionales de TI (Tecnología de Información), específicamente del área de comunicaciones, estén en capacidad de administrar la solución con un entrenamiento básico.
- **Directorio Centralizado:** hoy día resulta imposible mantener actualizados los múltiples directorios que posee cada central, por el contrario, la Telefonía IP permite tener un solo directorio al cual pueden acceder todos los usuarios. Esto facilita el proceso de actualización, lo cual ayuda a los usuarios cuando desean obtener la información de contacto de un colaborador.
- **Generación de Reportes:** a diferencia de la telefonía tradicional, la Telefonía IP ofrece las herramientas para generar un gran número de reportes que pueden ser analizados y servir como punto de referencia para tomar decisiones orientadas a hacer más eficiente el servicio.

La Telefonía IP puede contribuir en el incremento de la eficiencia de los usuarios de las siguientes formas:

- **Unificación de la red telefónica:** el disponer de una única red telefónica le facilita a los usuarios la comunicación con sus colaboradores, la posibilidad de tener acceso a cualquier otro colaborador en cualquier parte del país a través de un marcado de 4 dígitos e incluso poder ver con anticipación si el mismo está disponible para contestar, definitivamente incrementaría la eficiencia de ambos.
- **Funcionalidades a nivel empresarial:** las funcionalidades básicas que hoy se poseen por separado en cada localidad serán consolidadas para beneficio de toda la empresa. Servicios como:

- Identificador de llamadas: que le permitirá a todos los usuarios saber quien está llamando no importa dónde esté ubicado.
- Desvío de llamadas: la colaboración entre los empleados no tendrá fronteras, cuando un cliente desee comunicarse con un representante de servicios y este no esté disponible, el sistema podrá redirigir la llamada hacia cualquier otro lugar dónde haya alguien disponible.
- Mensajería: el servicio de buzón de llamadas permitiría no sólo almacenar los mensajes, sino enviar un mensaje grabado a otro colaborador.

- **Monitoreo de llamadas:** el sistema permitiría monitorear las llamadas a los representantes de servicios de todas las oficinas, lo que permitiría medir el desempeño de los mismos.
- **Extensiones Roaming:** esta funcionalidad permitiría que los usuarios que están en constante movimiento dispongan de su extensión telefónica en cualquier lugar donde se encuentren, de forma que no pierdan el contacto con los clientes ni los demás colaboradores.

Todos estos beneficios ayudarán a los empleados a efectuar una labor más eficiente, lo que a su vez se traducirá en un mejor servicio y por ende mayor satisfacción de parte de los clientes. Estos beneficios, intangibles por el momento, permitirán que la empresa reafirme su posición de liderazgo en el mercado, el cual está basado en su orientación por el servicio y la confianza de sus clientes.

Al efectuar este proyecto la empresa obtendrá beneficios directos a través del ahorro y beneficios indirectos al incrementar la eficiencia de sus operaciones y su calidad en el servicio. Estos beneficios pueden llegar a representar una suma significativa de los ingresos, lo cual serviría para cubrir los costos de la nueva tecnología y una vez completado el Retorno de Inversión, los mismos se convertirían en eficiencia operativa.

Conclusiones

La evolución de los sistemas económicos en todo el mundo hacia la denominada "Era de la Información", ha obligado a las empresas a fortalecerse en términos de eficiencia y productividad para poder sobrevivir ante los competidores mundiales que amenazan el mercado global. Hoy día, los mercados no se limitan a las fronteras de los países, la globalización y los tratados de libre comercio han abierto las fronteras económicas que protegían los negocios locales. Ante esta realidad, las empresas enfrentan desafíos y retos de sobrevivir la envestida de corporaciones con más recursos económicos y experiencia.

Las empresas dominicanas no escapan de estas amenazas, en todos los segmentos de actividades económicas del país se puede apreciar la incursión de empresas extranjeras que buscan abrirse paso en el mercado. Un ejemplo se encuentra en el sector seguros, donde en los últimos años se ha visto como la oferta de servicios se ha ampliado con la llegada de nuevos jugadores tanto nacionales como internacionales. Esto ha creado un mercado altamente competitivo, donde se puede destacar el desempeño de la empresa Seguros Universal, la cual se ha mantenido como líder del sector con una participación de mercado de más de 30%.

Este liderazgo es seriamente amenazado por sus competidores, los cuales poseen mucho respaldo económico y en algunos casos pertenecen a grandes corporaciones internacionales. Considerando estos datos, Seguros Universal debe poner en ejecución una estrategia agresiva que le permita sacar el mayor provecho de la tecnología en vías de desarrollar y fortalecer las ventajas competitivas que le permitirán mantenerse como la mejor opción. Dentro de este contexto se puede identificar a la comunicación como un elemento diferenciador que puede impulsar la estrategia de buen servicio que la empresa ha seleccionado como piedra angular de su éxito.

Los avances tecnológicos en el segmento de la comunicación están dotando a las empresas de todo el mundo de herramientas que les permiten incrementar la productividad y reducir costos operacionales. Ambas actividades son imprescindibles para cualquier empresa que desee mantenerse en el mercado actual. Las nuevas

soluciones de comunicación se basan en el desarrollo de la Telefonía IP como sustituto de la telefonía tradicional, aportando nuevas funcionalidades y ventajas que contribuyen al incremento de la colaboración entre los empleados. Los sistema de comunicación modernos no pueden limitarse a proveer simplemente un medio de enlace, los mismos deben ser integrales y poner a la disposición de los usuarios múltiples canales que se adapten a las necesidades y operaciones del negocio.

A través de este análisis ha quedado demostrado cómo Seguros Universal puede disminuir significativamente sus costos operacionales al ahorrar cuantiosos recursos que actualmente se utilizan para el pago de la factura telefónica. Esto gracias a la capacidad de las soluciones de Telefonía IP de utilizar las redes de datos como canales de comunicación, logrando una integración de servicios que se traduce en ahorros.

Por otra parte, queda establecido que la Telefonía IP puede incrementar la productividad del personal a través de soluciones estandarizadas y nuevas funcionalidades que serían imposibles de adquirir a través de los sistemas actuales. Además, ejecutar este proyecto le permitirá crear las bases para en el futuro desarrollar una plataforma de Comunicación Unificada.

El objetivo de este análisis ha sido demostrar la importancia que tiene para Seguros Universal sustituir su plataforma telefónica actual por una solución de Telefonía IP, determinar cómo esta se ajusta a su estrategia de servicios y la importancia de la misma para que la empresa se mantenga en el liderazgo del mercado.

Bibliografía

Kolon, W. G. (1999). *IP Telephony.* New Jersey: McGraw-Hill Companies.

Ritzman, L. J. (2000). *Administración de Operaciones.* México: Pearson.

Seguros Universal. (2006). *Memorias 2005-2006.* Santo Domingo: Seguros Universal.

Takahashi, T. (2004). *Corporate VoIP Market, 2004-2008.* Radicati Group.

Poe, R. (2007). Report Shows Global VoIP Growth, But Not Revolution. *VOIP-News* , 1.

Superintendencia de Seguros. (2004). *Reporte Mercado Asegurador.* Santo Domingo: Superintendencia de Seguros.

Cámara Dominicana de Aseguradores y Reaseguradores, CADOAR, (s.f.). Encontrado el 15 de Febrero de 2008. En la World Wide Web:

http://www.cadoar.org.do/informaciones/historia_sasegurador.html

Genworth Seguros. (s.f.). *Genworth Seguros - Historia del Seguro*. Encontrado el 15 de Febrero de 2008. En la World Wide Web:

http://www.geseguros.com/Otros/HistoriaSeguro.aspx

IDSS. (s.f.). Encontrado el 17 de Febrero de 2008. En la World Wide Web:

http://www.idss.org.do/historia.htm

Seguros Universa. (s.f.). *Seguros Universal Historia*. Encontrado el 27 de Febrero de 2008. En la World Wide Web:

http://www.universal.com.do/portal/page?_pageid=33,120515&_dad=portal&_schema=PORTAL

ANEXOS