

**EVALUACIÓN DEL IMPACTO FINANCIERO DE MICROSEGUROS DE AP-
VIDA EN AXA COLPATRIA PARA LOS ESTRATOS 1 Y 2 DEL SECTOR PATIO
BONITO EN BOGOTÁ.**

ADRIAN RODRIGUEZ

JHEIMY ESCOBAR

GLORIA ORELLANA

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIOA

GERENCIA FINANCIERA

BOGOTÁ 2015

ACEPTACIÓN

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

Día / Mes / Año

AGRADECIMIENTOS

A Dios por brindarnos salud y bienestar espiritual, a la Docente Alejandra Rojas por su ayuda incondicional y demás docentes que contribuyeron con la elaboración de este trabajo investigativo.

*Dedicada a nuestras familias por
Ser un apoyo incondicional para
Culminar esta etapa de nuestras
Vidas.*

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
JUSTIFICACIÓN	15
OBJETIVOS	16
HIPÓTESIS	16
3. MARCO TEÓRICO	17
3.1 Los Microseguros En Colombia	17
3.1.2 Marco Legal Y Constitucional De Los Microseguros En Las Aseguradoras	19
4. DISEÑO METODOLÓGICO	21
4.1 técnica de recolección de datos	21
4.1 Encuesta	22
4.2 técnicas para el procesamiento de la información	25
4.3 Ficha Técnica De La Entrevista	25
4.4 Etapas	26
5. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LAS FAMILIAS DE LOS ESTRATOS 1 Y 2 DEL BARRIO DE PATIO BONITO FRENTE A LA OBTENCIÓN DEL SERVICIO DE MICROSEGUROS	27
5.2 Prueba De Hipótesis	36
5.2 Proyecciones De La Población De Patio Bonito	39
6. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES EXTERNAS E INTERNAS DE LOS MICORSEGUROS EN COLOMBIA	41
6.1 Diagnostico Externo	41
6.1.1 Estructura Y Rivalidad De La Empresa	41
6.2 Condiciones De La Demanda	43
6.2.1 Producción	43

6.2.2	Canales	44
6.2.3	Comercio exterior	44
6.3	Industrias Relacionadas Y De Apoyo.....	45
6.4	Condiciones De Los Factores	46
6.5	Gobierno	46
6.5.1	Aspectos Políticos – Legales.	47
7.	Diagnostico interno	47
7.1	Presentación De La Empresa	47
7.1.1	Misión.....	47
7.1.2	Visión.....	47
7.1.3	Historia Empresarial	48
7.2	Política De Calidad	49
7.2.1	Control Interno	50
7.2.2	Producto Bandera	50
7.2.3	Estrategias empresariales.....	50
7.2.3	Estructura Perspectiva Procesos Internos	50
7.2.5	Perspectiva Del Cliente.....	51
7.2.6	Canales De Distribución	52
7.3.	Capital Intelectual.....	52
7.3.1	Perspectiva De Formación Y Crecimiento.....	52
RECOMENDACIONES.	58
CONCLUSIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍA.....	59
LISTA DE REFERENCIAS..... ¡Error! Marcador no definido.	

TABLAS

Tabla N° 1. Estados de Resultado Proyectado, propia

Tabla N° 2. Indicadores de Eficiencia, propia

Tabla N° 3. Flujos de Efectivo de la Inversión, propia

GRÁFICAS

Gráfica N° 1. Conocimiento de un microseguro

Gráfica N° 2. Tipos de microseguros

Gráfica N° 3. Beneficios para tener en cuenta al momento de obtener un microseguros

Gráfica N° 4. Impedimento para adquirir un microseguro

Gráfica N° 5. Elección de microseguro

Gráfica N° 6. Clasificación de ingresos

Gráfica N° 7. Adquisición de microseguro AP

Gráfica N° 8. Valor para adquirir un microseguro

Gráfica N° 9. Modalidades de pago

Gráfica N° 10. Acceso a los microseguros

Gráfica N° 11. Estadísticas por grupo de edad. DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística)

Gráfica N° 12. Población anual de patio bonito. DANE

Gráfica N° 13. Población de patio bonito. DANE

Gráfica N° 14. Evolución del PIB (Producto Interno Bruto). Banco de La República

Gráfica N° 15. PIB financiero. Banco de la República

Gráfica N° 16. Monto de emisión En primas. SFC (Superfinanciera de Colombia)

Gráfica N° 17. Monto Primas emitidas Marzo de 2014. SFC

Gráfica N° 18. Inversión extranjera Directa. Banco de la República

Gráfica N° 19. Evaluación técnica de Negocios. AXA COLPATRIA SA

RESUMEN

Esta investigación pretende Evaluar el impacto financiero en AXA COLPATRIA de los microseguros para los estratos 1 y 2 del Sector de Patio Bonito de la Ciudad de Bogotá, en la actualidad la aseguradora no emite microseguros siendo esta una debilidad que impide incrementar su portafolio de servicios y su respectiva rentabilidad.

Adicionalmente, se pretende Analizar la percepción de las familias de los estratos 1 y 2 del Sector de Patio Bonito frente a la obtención del servicio de microseguros, Como técnica se llevará a cabo una encuesta a 100 personas del Sector Patio Bonito, de los estratos 1 y 2, permitiendo cuantificar las variables que se estudiarán. Para esto se construirán preguntas enfocadas a personas de estratos 1 y 2 del Sector Patio Bonito, población de interés para el presente trabajo.

Con lo anterior se evidenció cierto desconocimiento frente a este tema, además de cierto temor a ser estafados y engañados por adquirir estos tipos de servicios. Sin embargo, también se presenta una gran disposición frente a la adquisición de estos portafolios, el 95% estaría de acuerdo con obtener dicho beneficio.

A hora bien se analizaran variables externas e internas de los microseguros en AXA COLPATRIA S.A. La compañía pertenece al sector asegurador; como Aseguradora se entiende toda actividad que implique asegurar los riesgos expuestos para personas naturales como jurídicas. De igual forma se pretende determinar la rentabilidad a partir de un presupuesto en el que nos arroja la factibilidad de inversión en este tipo de negocios. Brindando a las personas de bajos ingresos el poder adquirir un seguro de vida que los proteja en caso de presentar algún siniestro mejorando la calidad de vida entre otras.

Hasta el año 2014, en Colombia se ha trabajado en el acceso al seguro para toda la población ofreciendo seguros masivos de bajo costo, el cual se ha implementado como microseguros, sin tener en cuenta las condiciones, necesidades y calidad de vida de las familias de bajos ingresos, perdiendo así el concepto fundamental de microseguro responsable.

ABSTRACT

This investigation the financial impact tries To evaluate in AXA COLPATRIA of the microinsurances for the strata 1 and 2 of the Sector of Nice Court of the City of Bogota, at present the insurance one does not issue Microinsurances being this weakness that prevents from increasing his portfolio of services and his respective profitability.

Additional, there tries To analyze the perception of the families of the strata 1 and 2 of the neighborhood of Nice Court opposite to the obtaining of the service of microinsurances, Since technology will carry out a survey to 100 persons of the neighborhood nice court, of the strata 1 and 2, allowing to quantify the variables that will be studied. For this there will construct themselves questions focused on persons of strata 1 and 2 of the neighborhood Nice Court, population of interest for the present work.

With the previous thing I demonstrate certain ignorance opposite to this topic, besides certain dread of being defrauded and cheated for acquiring these types of services. Nevertheless, also one presents a great disposition opposite to the acquisition of these portfolios, 95 % would agree to obtain the above mentioned benefit.

An hour well there were analyzed the external and internal variables of the microinsurances in AXA COLPATRIA S.A. The company belongs to the insurance sector; since Insurance there is understood any activity that implies assuring the risks exposed for natural as juridical persons. Of equal form one tries to determine the profitability from a budget in the one that us throws the feasibility of investment in this business type. Offering to the persons of low income the power to acquire a life insurance that protects them in case of presenting some disaster improving the quality of life between others.

Until the year 2014, in Colombia one has been employed at the access to the insurance for the whole population offering massive insurances of low cost, which has been implemented as microinsurances, without bearing in mind the conditions, needs and quality of life of the families of low income, losing this way the fundamental concept of responsible microinsurance.

INTRODUCCIÓN

En Colombia se promueve el acceso de personas de bajos ingresos a los microseguros, prueba de ello es el alto porcentaje de participación en la economía con un PIB 4.7% (Banco de la Republica 2014). No obstante, el sector tiene muchos desafíos para mejorar su incursión en el mercado. Por ello, esta investigación pretende determinar el impacto financiero en AXA COLPATRIA de los microseguros para la población del estrato 1 y 2 en Patio Bonito, Bogotá, a partir del análisis de la percepción y el estudio de variables tanto internas como externas.

Es importante anotar que en la actualidad la aseguradora no emite Microseguros siendo ésta una debilidad que impide incrementar su portafolio de servicios y su respectiva rentabilidad. Adicionalmente, se pretende trabajar la inclusión social para los estratos 1 y 2 de Patio Bonito, que por sus bajos ingresos y su calidad de vida entre otras, son más propensos a sufrir cualquier tipo de siniestros. Razón por la cual es necesario la adquisición de microseguros, para así preservar la situación familiar, personal y socio-económica de las familias.

Hasta el año 2014, en Colombia se ha trabajado en el acceso al seguro para toda la población ofreciendo seguros masivos de bajo costo, el cual se ha implementado como microseguros, sin tener en cuenta las condiciones, necesidades y calidad de vida de las familias de bajos ingresos, perdiendo así el concepto fundamental de microseguro responsable.

Tomando como referencia las cifras reportadas por Federación de Aseguradores Colombianos (FASECOLDA) al año 2014, se han asegurado en pólizas de microseguros 6.09 millones de riesgos, correspondiendo a un porcentaje de introducción del 16.1%, sin embargo esta cifra se encuentra unificada con los seguros de bajo costo imposibilitando saber exactamente cuántos microseguros se han emitido. Razón por la cual FASECOLDA creó el Comité de Microseguro (CM), el cual se encarga de vigilar y controlar que los microseguros correspondan a la realidad de las necesidades de la población de bajos ingresos, sin embargo la información reportada por las aseguradoras no es consistente debido a la forma en que se recoge y recopila los datos, además que falta conciencia sobre la importancia del producto.

Para AXA COLPATRIA es primordial estar en constante contacto con los entes reguladores como son LA SUPER INTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA (SFC), MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL-SAYP, FEDERACIÓN DE ASEGURADORES COLOMBIANOS (FASECOLDA) y MINISTERIO DE SALUD y participar activamente de las mesas de trabajo realizadas por la CÁMARA TÉCNICA de FASECOLDA, con el fin de buscar e implementar buenas prácticas en la creación de los microseguros para cambiar y mejorar la perspectiva que las personas tienen sobre el producto, de esta manera lograr las metas propuestas en la maximización de la rentabilidad para la compañía.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

AXA COLPATRIA es la unión entre la aseguradora más importante a nivel mundial, AXA, la cual atiende a 102 millones de clientes en 57 países y administra activos cercanos a los US\$1.457 billones; y Seguros Colpatría, compañía con más de 50 años de experiencia en el mercado colombiano cuyo capital sólido y reputado le ha permitido destacarse en las líneas de negocio de Seguros Generales, Seguros de Vida, Salud, Riesgos Laborales y Capitalizadora.

“Históricamente, la lucha contra la pobreza ha sido un asunto fundamental en la agenda de los diferentes gobiernos y se ha convertido en una política de Estado para el desarrollo de Colombia” (Fasecolda, 2013,3). Por lo anterior, la entrada de los microseguros en Colombia va ligada a los ingresos que perciben los individuos.

La percepción de los estratos 1 y 2 es confusa frente a los seguro, ya sea por la falta de conocimiento, cultura o porque simplemente las características de dichos productos no les proporcionan ningún tipo de bienestar, o en su defecto no existe una relación con sus necesidades o capacidad de pago. Por esta razón, la población de los estratos 1 y 2 tiene cierto rechazo al acceso y piensan que las aseguradoras no están tan interesadas en abarcar dicho mercado. Sin embargo, el mercado financiero se ha encargado de crear productos y el gobierno central ha invertido esfuerzos para beneficiar a la población más vulnerable, entre estos servicios, están los Microseguros (Mariana Pinzón, 2011).

Los microseguros son aquellos que ofrecen protección a personas de bajos ingresos y sus bienes contra amenazas específicas. Se caracterizan por tener una cobertura limitada, siendo su principal objetivo el de preservar la situación socio económica a las familias en caso de adversidad, dependiendo del tipo de microseguro adquirido (vida, hogar, asistencia, etc.).

Las características más importantes que ofrece este tipo de productos es la prima, la cual es asequible en comparación a los seguros convencionales que ofrece el sector asegurador, adaptándose así a las necesidades de la población con menor capacidad de recursos. Los montos

asegurados son bajos, la cobertura es limitada y ofrece diferentes canales de distribución. Por esta razón los microseguros se han convertido en una alternativa para resguardar la economía de las familias en casos fortuitos.

Para las aseguradoras, ofrecer estos servicios a la población más vulnerable es un negocio que se está fortaleciendo en Colombia y que beneficiaría a muchas familias incluyéndolas en este importante rubro. Lo anterior conduce a la siguiente pregunta: ¿Qué rentabilidad obtendría la aseguradora AXA COLPATRIA al emitir este tipo de seguros en el mercado?, ¿Estarían dispuestos los ciudadanos de los estratos 1 y 2 del sector Patio Bonito a adquirir estos microseguros?

JUSTIFICACIÓN

La compañía aseguradora AXA COLPATRIA ingresará al mercado de los microseguros con estrategias basadas en los lineamientos centrales de la sencillez y rapidez, teniendo en cuenta las necesidades, características y privaciones de los perfiles medios bajos, con el propósito de promover el acceso al seguro por la población que no tiene acceso al mismo, y, a su vez, aprovechar la oportunidad de crecimiento y posicionamiento del ramo, sin dejar de lado la inclusión social.

Una de las tantas definiciones de los microseguros es la protección de seguros contra riesgos específicos enfocados a la población más vulnerable que debido a sus bajos ingresos no cuentan con la posibilidad de costear una prima alta. Adicionalmente, los estratos bajos corren con un mayor riesgo de desempleo, enfermedades, violencia, desastres naturales, etc., haciendo necesario este servicio, que busca ayudar a preservar la situación familiar, personal y socio-económica de las familias que sufran el tipo de siniestro frente al que están protegidas. Así, estos obtendrán un beneficio de protección y amparo.

Se presentará a Axa Colpatría la propuesta de incluir en su portafolio el ramo de microseguros de AP Vida cuyo sector objetivo sea las personas de los estratos 1 y 2 de Patio Bonito en Bogotá. El valor asegurado será establecido de acuerdo con las características de los mismos. La prima se calculará dependiendo de la severidad y el costo del siniestro. Por lo anterior, el objetivo principal de este proyecto es determinar el impacto financiero de este producto en la aseguradora, buscando maximizar la rentabilidad, minimizando costos por siniestros reportados y optimizando las posibilidades de adquirir este servicio en los estratos medios bajos, sin dejar de lado la búsqueda de equidad y responsabilidad social.

2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar el impacto financiero en AXA COLPATRIA de los microseguros para los estratos 1 y 2 del Sector de Patio Bonito de la Ciudad de Bogotá.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar la percepción de las familias de los estratos 1 y 2 del barrio de Patio Bonito frente a la obtención del servicio de microseguros.
2. Analizar las variables externas e internas de los microseguros en AXA COLPATRIA S.A.
3. Determinar la rentabilidad para AXA COLPATRIA S.A. de los microseguros a partir del presupuesto.

3. HIPÓTESIS

Los microseguros para las personas del estrato 1 y 2 de Patio Bonito son un producto rentable para AXA Colpatria?

4. MARCO TEÓRICO

3.1 Los Microseguros En Colombia

En Colombia, con la Ley 100 de 1993 se crea el Sistema de Seguridad Social Integral, como un conjunto de instituciones, normas y procedimientos que fija el Estado colombiano con el ánimo de garantizar protección integral a las personas frente “a las contingencias que menoscaban la salud y capacidad económica de los habitantes del territorio nacional” (Ley 100, 1993, preámbulo). Sin embargo, jurídicamente, en Colombia, no se ha establecido una legislación que regule los microseguros. Por esta razón se tomará la definición dada por Fasecolda (entidad constituida por 19 empresas de Seguros de Vida, 2 cooperativas y 24 empresas de Seguros Generales, siendo las aseguradoras más reconocidas Previsora, Suramericana, y Seguros Bolívar), la cual los define como: “...aquellos que ofrecen protección a personas de bajos ingresos y sus bienes contra amenazas específicas...” (2014, p.17).

Para Axa Colpatria las políticas, la regulación, la supervisión y el control son importantes para el futuro de los microseguros, debido a que una política de inclusión social y financiera para los estratos 1 y 2 generaría conciencia a la población, en cuanto a la necesidad de proteger los riesgos, generando conocimiento y confianza en los microseguros, aumentando así la probabilidad de adquirir el producto.

Como este proyecto tiene por objeto evaluar el microseguro de vida AP en AXA COLPATRIA, buscando maximizar la rentabilidad del ramo, para su desarrollo se tendrá en cuenta el estudio sectorial que realiza (FASECOLDA,2016) en acompañamiento con las aseguradoras autorizadas para permitir el acceso a productos de microseguros a la población que no tiene el acceso. Además, los textos, los documentos y las estadísticas publicados por la Iniciativa de Acceso a Seguros (A2ii), por la Asociación Internacional de Asesores de Seguros (IAIS), por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), por el Ministerio de Hacienda, por Bancoldex y Fasecolda.

Además, se tendrá en cuenta la encuesta realizada por el DANE en el año 2005, la cual determinó que la población Colombiana es de 41.464.384 personas, clasificados en estratos del 1 al 6, con la siguiente proporción: el 1.2% pertenecen al estrato 6, el 1.9% pertenece al estrato 5, el 6.4% al estrato 4, el 27.1% al estrato 3, el 41.2% al estrato 2 y el 22.3% al estrato 1, definiendo así que el 63.5% de la población total pertenecen a los estratos 1 y 2, siendo un mercado potencial a nivel nacional.

Para el proyecto se ha definido como población objetivo las personas de estratos 1 y 2 de Patio Bonito en Bogotá que con base en las cifras de Catastro publicadas en el Portal de Mapas de Bogotá comprende 568.31 personas por hectárea, haciendo de éste, el barrio con mayor densidad de Bogotá.

Debido a la necesidad de profundizar en el tema de investigación se toma como referencia la tesis de los autores: Díaz Granados Bolívar, Camila Andrea presentada a la Pontificia Universidad Javeriana (2011) titulada “el impacto financiero de un Microseguro general en La Equidad Seguros y en las finanzas de quienes adquieren el servicio”. En ella, se afirma que las variables principales de los microseguros se generan a través de la globalización y los constantes cambios económicos e inseguridad por la que atraviesa el país.

Para nuestra investigación hemos tomado como referencia a Fasecolda en su artículo (Microseguros en Colombia, P.2) “Desde 1976, la Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA, es la agremiación colombiana que representa a la totalidad de las compañías de seguros que operan en el país. Dentro de sus funciones y responsabilidades tiene el mandato de estudiar la evolución de la actividad aseguradora y la prioridad de estimular la penetración del seguro en Colombia”, en el que podemos ver como se regulan los microseguros en nuestro país, buscando la protección de la población en sus diferentes riesgos, siendo esta la principal característica de las aseguradoras.

3.1.2 Marco Legal Y Constitucional De Los Microseguros En Las Aseguradoras

En Colombia alrededor del 12,7% de la población cuenta con algún tipo de microseguros, razón por la cual el gobierno ha trabajado para ayudar a los menos favorecidos (Junguito, 2012). Además, de acuerdo con las cifras dadas por el Grupo Consultivo para la Asistencia de los pobres (CGAP) el 4.4% de los africanos y el 7.6% de los latinoamericanos se encuentran asegurados con un microseguro (Sergio Vélez, P.434,2013)

Estos datos muestran que los microseguros son un producto sostenible en el tiempo, ya que en caso de la ocurrencia de algún siniestro y teniendo en cuenta que Colombia es un país exitoso con los microseguros (Sergio Vélez, P.434,2013), se requiere que exista una normatividad que sea transparente tanto para los clientes como para las aseguradoras. Los entes reguladores de los microseguros como son: Fasecolda, Consorcio de Protección Social, Ministerio de Salud y la Superfinanciera de Colombia garantizan un mercado sano brindando seguridad a los que adquieren estos servicios.

De acuerdo con los apuntes dados por Wiedmaier – Pfister y Chaterjee, (Churchill, 2008, P. 488) existen tres maneras de identificar lo anteriormente mencionado.

- Protegiendo a los asegurados en general al garantizar la solvencia de los proveedores de los productos de microseguro, lo que incluye la autorización con la que deben contar dichas entidades para la promoción y colocación de estos.
- Protegiendo a los clientes en particular frente a ventas engañosas y malas gestiones en la atención de siniestros y quejas.
- Desarrollando los mercados de seguros, mejorando la eficiencia y propendiendo por un adecuado diseño de los productos y de los mecanismos de promoción, logrando el acceso a estos seguros por parte de las personas que usualmente no los tendrían o no podrían costearlos.” (Regulación en Microseguros, 2014)

Para Axa Colpatria las políticas, la regulación y la supervisión son pasos importantes para el futuro de los microseguros, por lo anterior sabe que una política de inclusión financiera para los estratos 1 y 2 aumentaría la posibilidad de adquirir el producto.

En Colombia no existe una regulación clara para los microseguros, por lo cual las aseguradoras aplican las políticas de los seguros tradicionales teniendo en cuenta las características de los mismos, los cuales son el interés asegurable, el riesgo asegurable, prima o precio del seguro y la obligación de la aseguradora, también los requisitos para adquirir un seguro como son objeto lícito, causa lícita, capacidad de quien suscribe y consentimiento, el objetivo principal de los microseguros será propender por la seguridad de los ciudadanos de bajos recursos para que en caso de siniestros puedan solventar la pérdida sin llegar a la pobreza total.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

Con los datos obtenidos de la encuesta realizada por el DANE, en la que se proyectó la cantidad de habitantes en la ciudad de Bogotá hasta el año 2015, se cuantificó cuántas personas se ubicaría por cada estrato, además se estableció la cantidad de habitantes por localidad y finalmente por barrio, se plantea que 7.750 personas aproximadamente pertenecerán al barrio Patio Bonito.

La investigación tendrá un tratamiento de datos llevados al enfoque mixto (cualitativo, se debe a que tomamos como referencia el sector de Patio Bonito específicamente los estratos 1 y 2 y cuantitativo, se tomarán datos estadísticos a través de 100 encuestas)

4.1 Técnica de recolección de datos

La encuesta es un método de investigación, en la cual se aplica un cuestionario sobre uno o varios temas debidamente seleccionados a una muestra de individuos. Ésta se lleva a cabo con el fin de conocer la percepción, opiniones, comportamientos, gustos, etc. de las personas.

Como técnica se llevará a cabo una encuesta a 100 personas del barrio patio bonito, de los estratos 1 y 2, permitiendo cuantificar las variables que se estudiarán. Para esto se construirán preguntas enfocadas a personas de estratos 1 y 2 del barrio Patio Bonito, población de interés para el presente trabajo.

4.1 Encuesta

La siguiente encuesta se realiza para analizar el grado de percepción que tienen los habitantes de los estratos 1 y 2 del barrio Patio Bonito en Bogotá sobre los microseguros.

NOMBRE _____

DIRECCION _____

BARRIO _____

TELÉFONO _____

CORREO ELECTRONICO _____

1. ¿Sabe usted que es un microseseguro?

SI ___ NO ___ MUCHO ___ ALGO ___ POCO ___

2. ¿Qué tipo de microseguros conoce?

a. AP_vida

b. Hogar

c. Automóviles

d. PYME

e. Desempleo

f. Otro

g. Ninguno

3. ¿De los siguientes beneficios cuál cree usted que lo impulsaría a adquirir un microseguro?

a. Proteger la economía de su familia

b. Seguridad

- c. Preservar sus bienes
 - d. Resguardar la salud de un miembro de la familia
 - e. Inversión
4. ¿Qué le impediría a usted adquirir un microseguro?
- a. Trámites para cobrar el seguro
 - b. No tener dinero para pagar el seguro
 - c. Engaño
 - d. Falta de conocimiento sobre seguros
 - e. Trámites para adquirir el seguro
5. ¿Si usted tuviese la oportunidad de adquirir o comprar un microseguro cuál de estos tomaría?
- a. Vida
 - b. Exequial
 - c. Enfermedad
 - d. Vivienda
 - e. Vehículo
6. ¿Dentro de la clasificación, en que rango de ingresos se ubica actualmente?
- a. Entre \$0 y \$100.000
 - b. Entre \$100.000 y \$200.000
 - c. Entre \$200.000 y \$300.000
 - d. Entre \$300.000 y \$400.000

- e. Entre \$400.000 y \$500.000
- f. Entre \$500.000 y \$600.000
- g. De \$600.000 o más

7. ¿Estaría usted dispuesto a pagar por un microseguro de AP_Vida?

Si _____ No _____

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un microseguro seguro de AP_Vida?

- a. Entre \$1.000 a \$3.000
- b. Entre \$3.000 a \$5.000
- c. Entre \$5.000 a \$7.000
- e. Entre \$7.000 a \$9.000
- f. Entre \$9.000 a más

9. ¿Bajo qué modalidad de pago estaría dispuesto a comprar un microseguro de AP_Vida?

- a. Factura directa
- b. Recibo de la luz
- c. Recibo del agua
- d. Recibo del gas
- e. Recibo de tv

10. ¿Cómo le gustaría adquirir el microseguro de AP_Vida?

- a. En un supermercado cerca a su casa
- b. En los recibos de los servicios públicos

- c. En un supermercado de grandes superficies
- d. En un centro comercial
- e. Por medio de un asesor

4.2 técnicas para el procesamiento de la información

Con los datos obtenidos de la encuesta realizada, se llevará a cabo al análisis estadístico, en el cual se tabularán los datos que serán presentados en tablas y gráficas de distribución.

4.3 Ficha Técnica De La Entrevista

LOS MICROSEGUROS	
Nombre del proyecto	EVALUACIÓN DEL IMPACTO FINANCIERO DE MICROSEGUROS DE AP-VIDA EN AXA COLPATRIA PARA LOS ESTRATOS 1 Y 2 DEL SECTOR PATIO BONITO EN BOGOTA.
Población Objetivo	Barrio patio Bonito en Bogotá, estratos 1 y 2
Tipo de muestreo	Probabilístico
Número de encuestados	100
Instrumento de recolección de datos	Encuesta
Método de aplicación	Encuesta personalizada
Trabajo de campo	de 12 marzo a 13 marzo de 2016
Encuestadores	Jheimy Escobar, Gloria Orellana, Adrián Rodríguez

4.4 Etapas

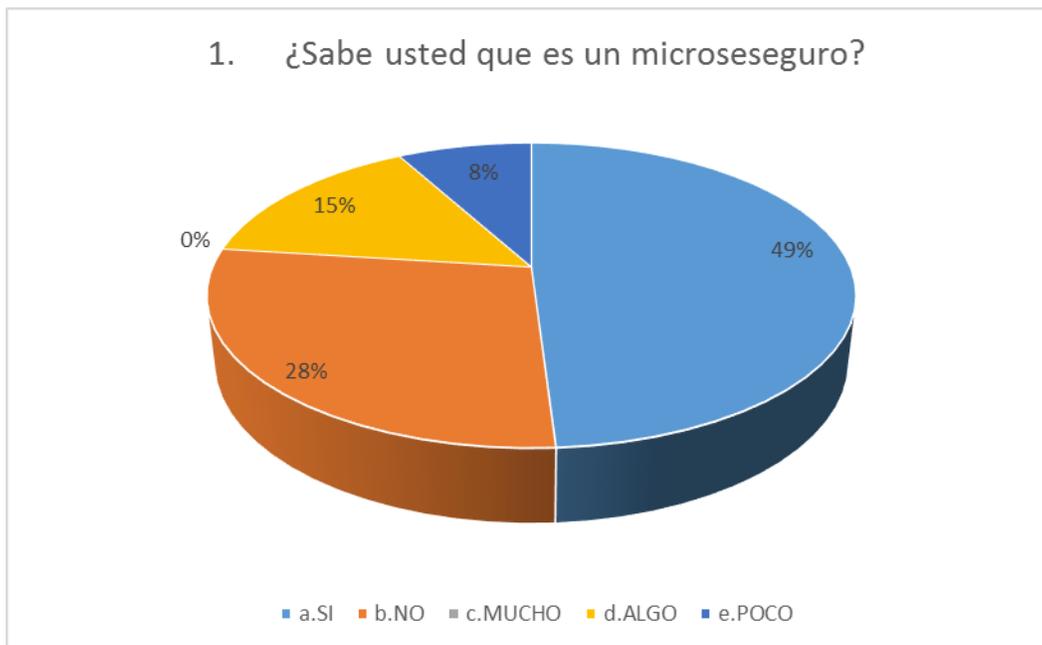
En el desarrollo de esta investigación se tendrá en cuenta las siguientes etapas según (Hernández Sampieri, 2010) para este tipo de investigación.

- Identificar la normatividad vigente de los microseguros en Colombia
- Realizar una muestra con 100 encuestados, con la cual se identifique el grado de aceptación de microseguros en los estratos 1 y 2 del barrio de Patio Bonito.
- Analizar la percepción de las familias de los estratos 1 y 2 del barrio de Patio Bonito frente a la obtención del servicio de microseguros, este punto se hace mediante los resultados de la encuesta realizada.
- Realizar el análisis cuantitativo de los resultados obtenidos de forma estadística apropiada, de modo que se pueda apreciar gráficamente la información suministrada por los hogares en cuanto a la percepción y aceptación de los microseguros de AP Vida (Accidentes personales).

5. ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LAS FAMILIAS DE LOS ESTRATOS 1 Y 2 DEL BARRIO DE PATIO BONITO FRENTE A LA OBTENCIÓN DEL SERVICIO DE MICROSEGUROS.

La siguiente encuesta tiene como propósito medir la percepción de la población de estratos 1 y 2 del sector de Patio Bonito frente a los microseguros. Para el presente trabajo se toma una muestra de 100 encuestas aplicadas en dicho sector y el análisis se realizará mediante el método estadístico por distribución normal y aplicación de prueba de hipótesis. Los análisis de las respuestas se presentan a continuación.

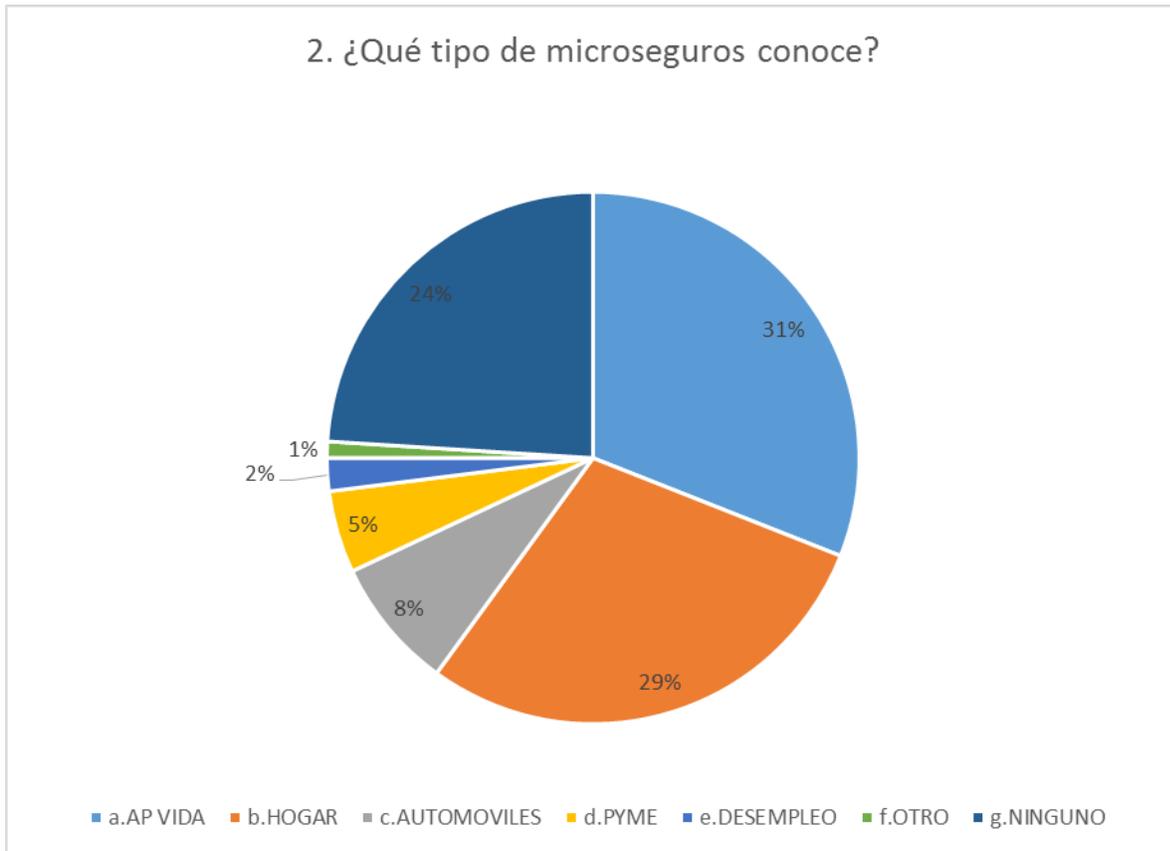
Gráfica N° 1. Conocimiento de un Microseguro



Uso: propio

El 49% de los encuestados responden que si saben que es un microseguro, el 28% no sabe o no conoce que es y tan solo el 8% tiene poco conocimiento sobre que es un microseguro. Los encuestados atribuyen a esta tendencia a que los conocen es porque han escuchados a diferentes personas sobre este tema, pero no porque la entidades financieras o empresas que emiten seguros hubiesen realizado esfuerzo alguno para que los habitantes de este sector conozcan sobre el tema de microseguros.

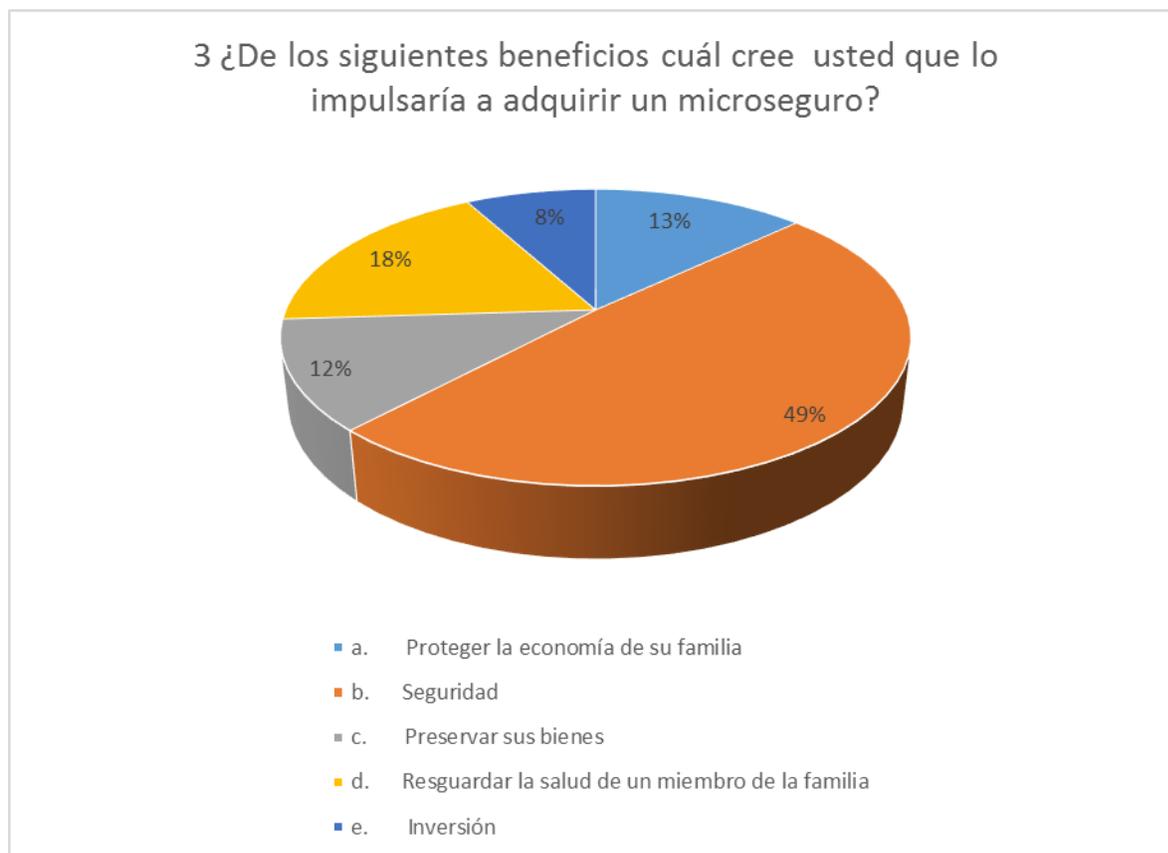
Gráfica N° 2. Tipos de Microseguros



Uso: propio

Respecto a los tipos de microseguros los ciudadanos respondieron que el 31% conoce este tipo de seguros de AP vida, el 29% indica que conocen microseguros para el hogar, el 24% no conoce ningún tipo de seguros. Esto muestra un mercado atractivo para Axa Colpatria en el momento que decida ampliar el portafolio de productos en cuanto a la emisión de los microseguros para los estratos 1 y 2 del sector de Patio Bonito.

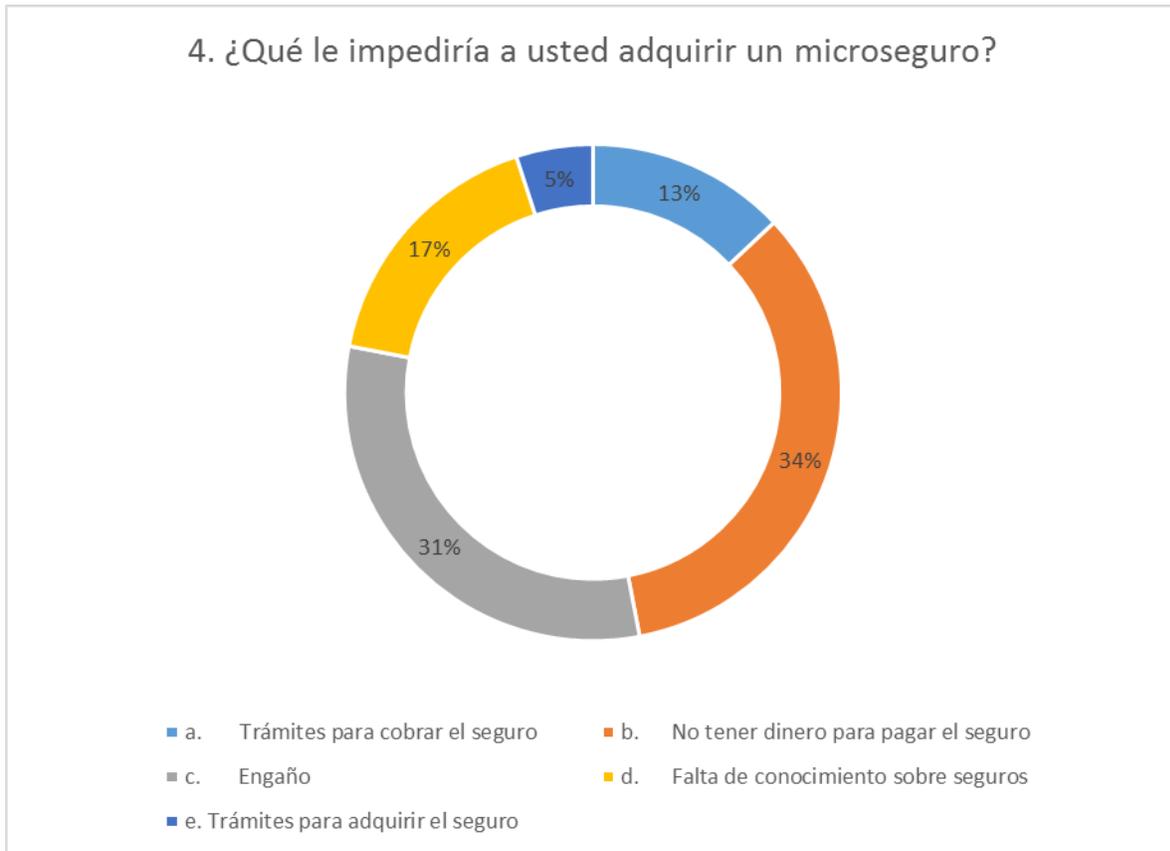
Gráfica N° 3. Beneficios para tener en cuenta al momento de obtener un microseguros



Uso: propia

El 49% de las personas entrevistadas sugiere que la razón que lo impulsaría a tomar un microseguro de vida es por seguridad, el 18% por resguardar la salud de un miembro de la familia, y el 13 % por proteger la economía de la familia, las personas afirman que al vivir en un estrato con pocas oportunidades de empleo, de salud y olvidadas por el gobierno, los riesgos y peligros de perder la vida, ser atacados o las posibilidades de enfrentarse a un enfermedad son muy altas.

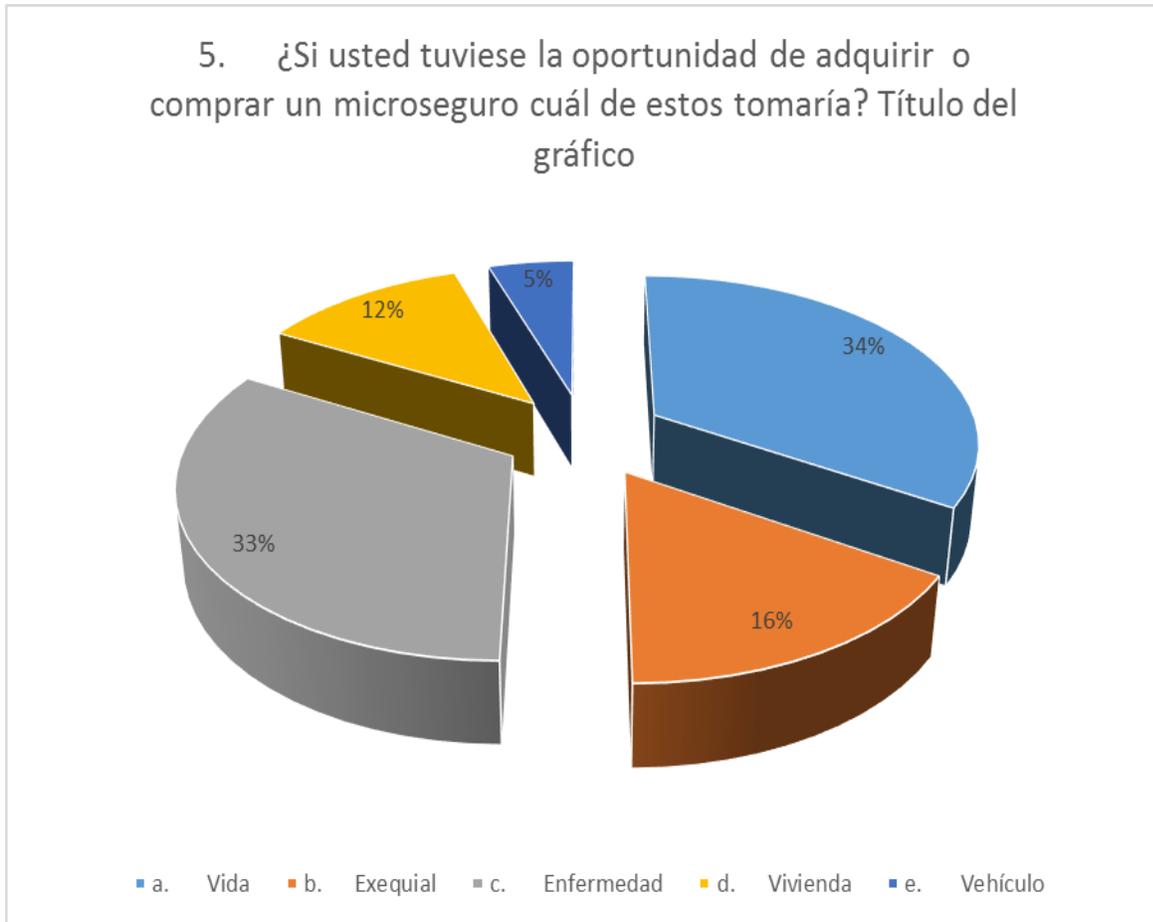
Gráfica N° 4. Impedimento para adquirir un microseguro



Uso: propio

El no tener dinero para pagar el seguro, el engaño y la falta de conocimiento sobre seguros son los rubros que la población encuestada afirma le impediría obtener un microseguro con: 34%, 31% y 17% respectivamente. Los transeúntes tienen una percepción de que es mejor tener problemas con cualquier persona menos con entidades financieras, por lo cual dicho temor se refleja al momento de adquirir este tipo de producto. No obstante, el engaño ocupa el 31% por lo que es un número interesante ya que la gente no tiene confianza en lo que lo ofrecen ni lo que le venden.

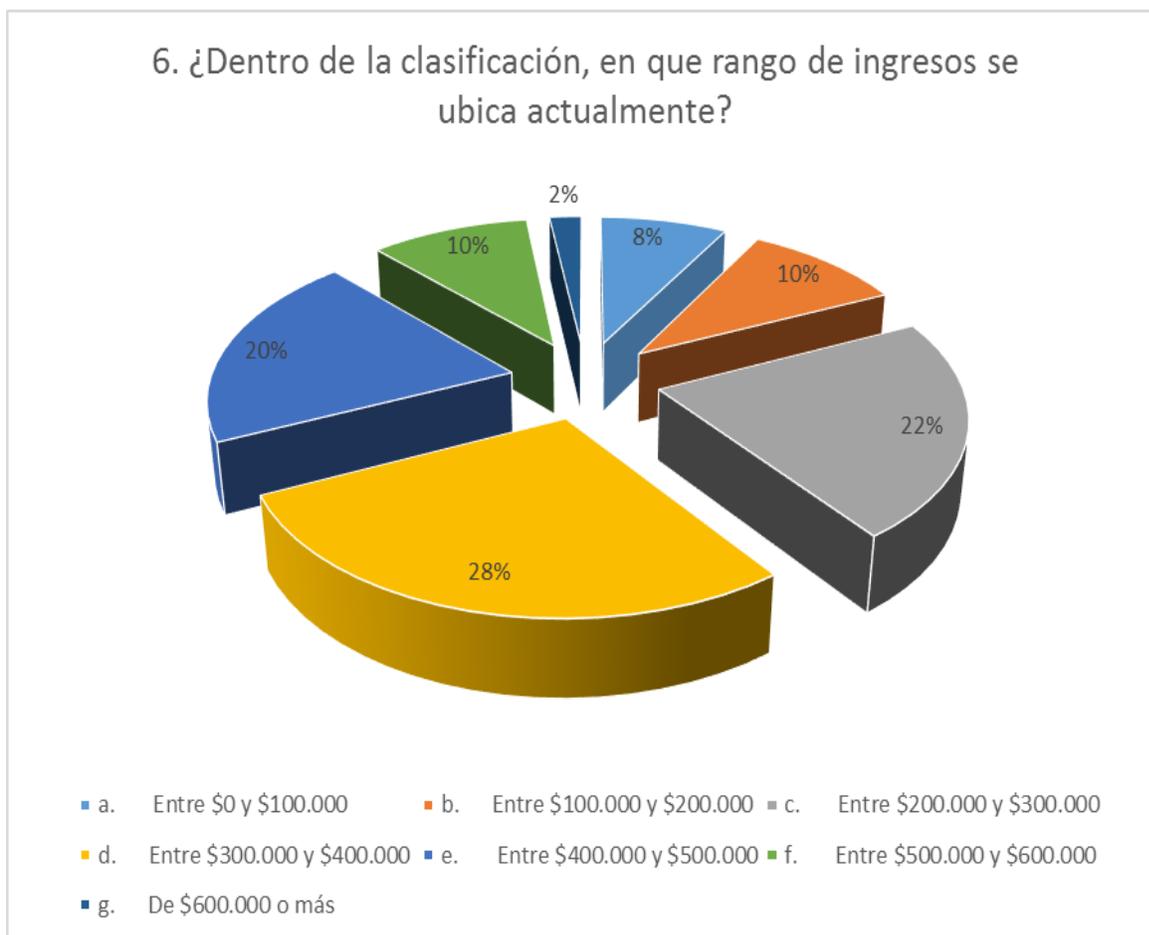
Gráfica 5: Elección de microseguro



Uso: propio

La diferencia entre las preferencias de adquirir un seguro de vida y de enfermedad es de tan solo el 1%, lo que muestra una relación de seguridad en la toma de estos productos financieros, para la cual las personas de estratos 1 y 2 del sector de Patio Bonito invertirían en un microseguro que les brinde cierto tipo de respaldo en el caso de muerte o por cualquier tipo de enfermedad.

Gráfica 6: Clasificación de ingresos



Uso: propio

Dentro de la clasificación, en los rangos en los que se ubican los encuestados están el 28% para personas con ingresos entre \$300.000 y \$400.000, el 22% entre \$200.000 y \$300.000 y el 20% entre \$400.000 y \$500.000 por lo que advierte que las personas que viven en los estratos 1 Y 2 del sector de Patio Bonito se encuentran con ingresos menos al salario mínimo en Colombia, lo que sugiere que esta población está dentro de los límites de pobreza.

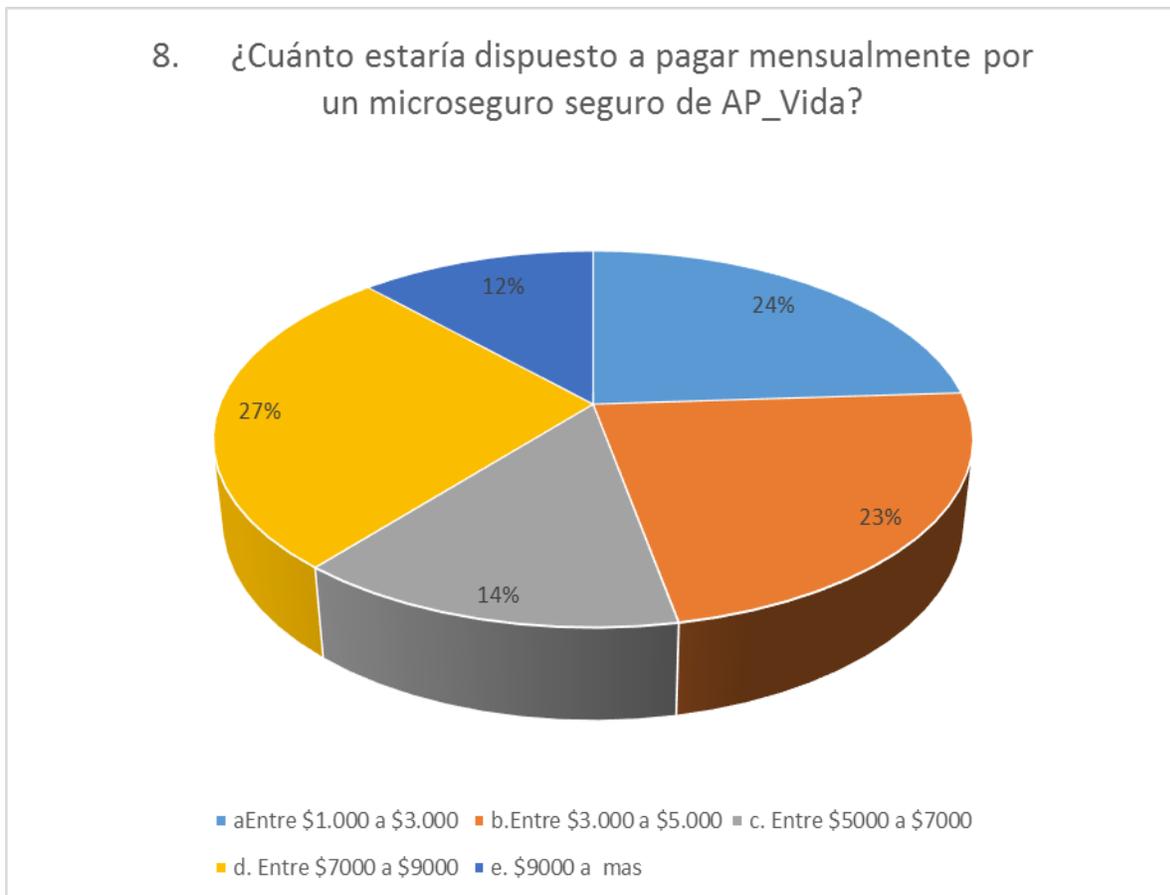
Gráfica 7: Adquisición de microseguro AP



Uso: propio

El 94% de las personas entrevistadas respondieron que si estarían dispuestos a pagar por este tipo de microseguros, las personas buscan obtener protección con respecto a cualquier tipo de calamidad, para la cual se hace necesario optar por cualquier tipo de respaldo por pequeño que este fuere en los hogares.

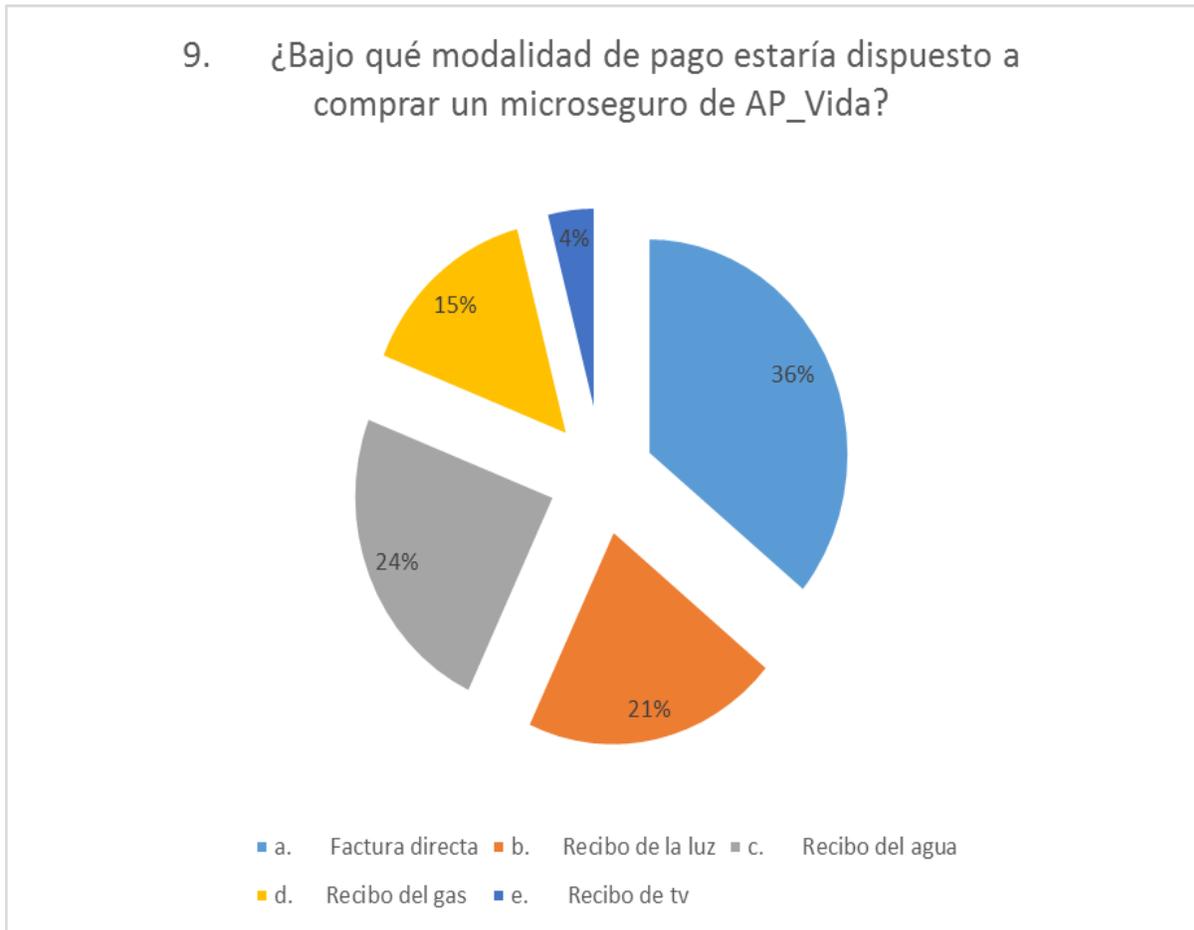
Gráfica 8: Valor para adquirir un microseguro



Uso: propio

El 27% de las personas están dispuestas a pagar mensualmente por un microseguro de vida entre \$7000 y \$9000 y el 24% entre \$1000 y \$3000, lo cual surge contradictorio con respecto al salario que estas personas devengan, pero lo que afirmaban, que era una forma segura de tener un ahorro en caso de ciertas eventualidades que en su localidad pasan con cierta frecuencia.

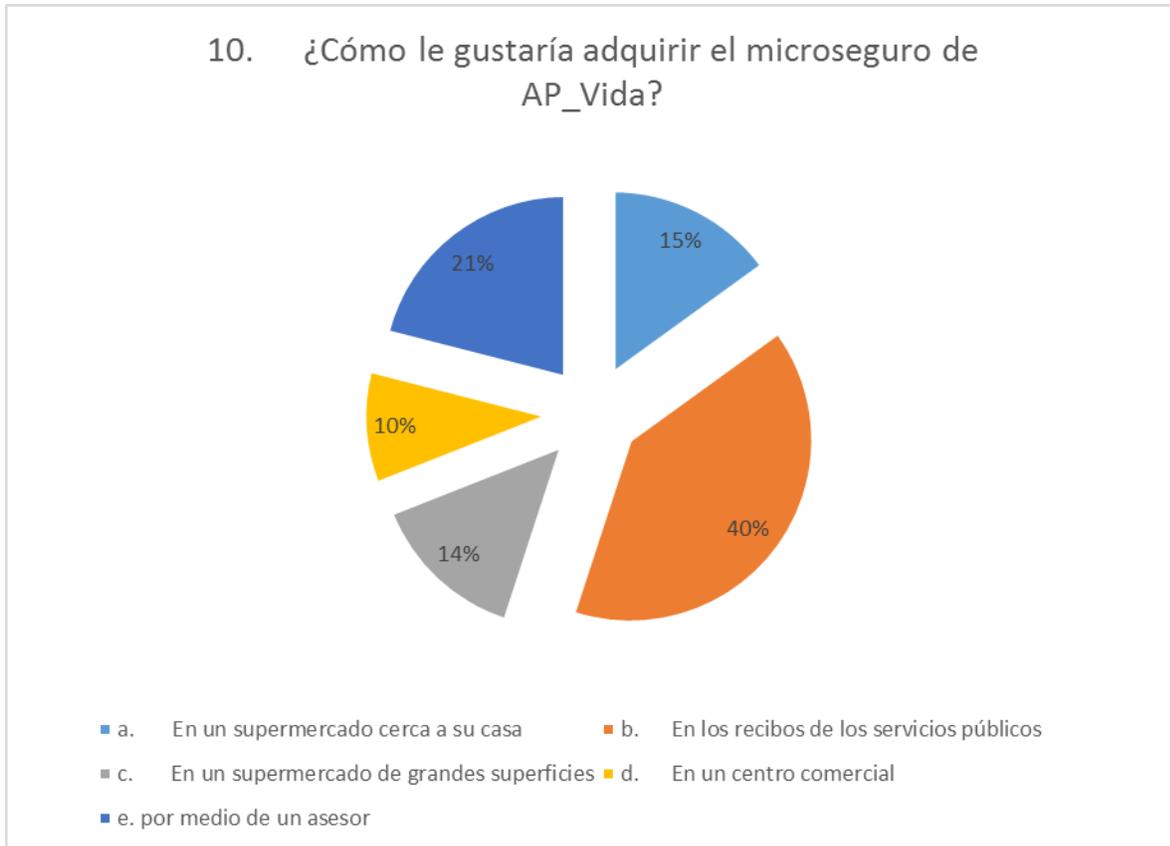
Gráfica 9: Modalidades de pago



Uso: propio

El 36% de los encuestados respondió que estarían dispuestos a comprar un microseguro a través de factura directa del emisor del seguro, el 24% lo realizaría por medio del recibo del agua y el 21% en el recibo de la luz, lo que para las personas es importante que exista un documento formal por parte del ente asegurador.

Gráfica 10: Acceso a los microseguros



Uso: propio

En cuanto a la preferencia de los entrevistados eligieron con un 40% que adquiriría el microseguro de vida por medio de los recibos públicos, y tan solo el 21% por medio de un asesor, lo que sugiere que la compra se realizaría a través de los recibos de los servicios públicos.

5.2 Prueba De Hipótesis

Supongamos que Axa colpatria desea incursionar en el mercado de los microseguros de vida en los estratos 1 y 2 del sector de Patio Bonito, a partir de la recolección de datos (encuesta) obtendríamos lo siguiente:

HO= El 30% o más compraría un seguro de vida

H1= Menos del 30% no compraría un seguro de vida

Donde

$$n=51$$

P= proporción de la muestra que compraría un seguro de vida 34%

μ = porcentaje de la hipótesis nula H_0

$$\sigma_p = (\mu (1 - \mu)/n)^{1/2}$$

$$\sigma_p = (0,30(1-0,30)/51)^{1/2}$$

$$\sigma_p = 0,05941$$

$$Z=0,34-0,30/0,05941$$

$$Z= 0,673$$

Determinamos la probabilidad

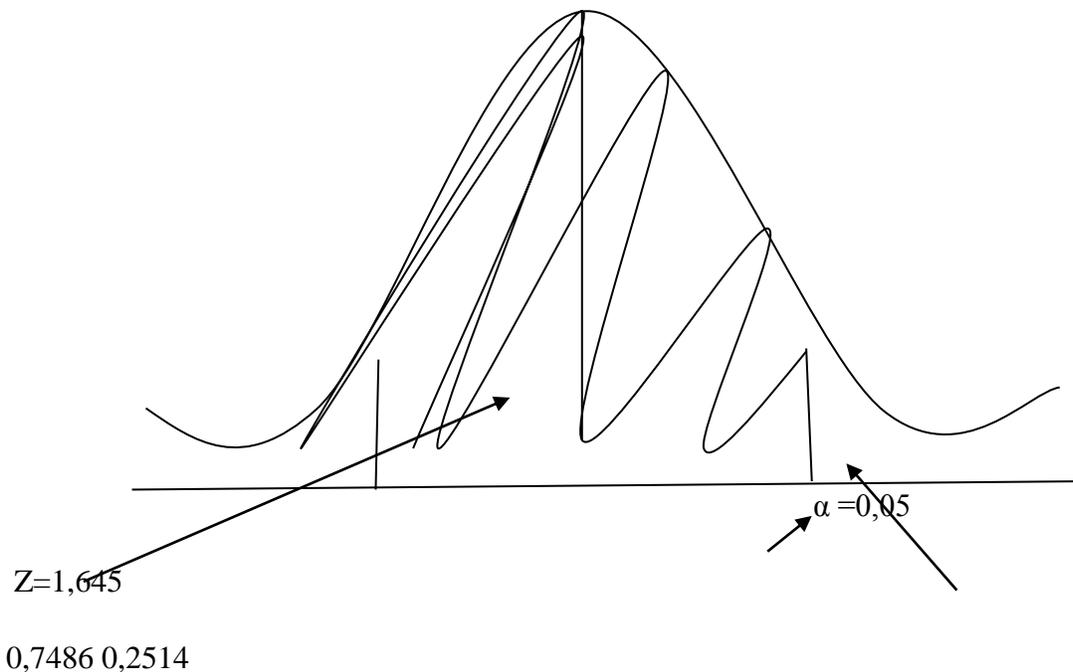
Para un nivel de confianza del 0,95% en este caso el valor en la tabla Z es de 1,645 y para nuestro caso el estadístico de prueba arrojó un resultado de 0,673 correspondiendo ese valor de 0.2486 en la tabla Z

$$0,5+0,2486=0,7486$$

Ahora

$$1-0,7486= 0,2514$$

Por lo que se concluye que el estadístico de prueba es igual a 0,673 y el valor crítico es de 1,645, es decir que al ser menor el estadístico de prueba con respecto al valor crítico existe la probabilidad del 74,86% de que la población compre un microseguro de vida, por lo cual se acepta la prueba de hipótesis H_0 .



Los resultados que arroja la encuesta evidencian que, aunque la población del sector de Patio Bonito de los estratos 1 y 2 están dentro de un rango de salario por debajo del mínimo legal vigente en Colombia, es decir entre \$ 300.000 y 400.000, con el 29% de los entrevistados, teniendo en cuenta que se encuentran en situaciones precarias en cuanto a sus derechos, falta de oportunidades, y el desinterés que muestra el gobierno central frente a estas poblaciones vulnerables, la población encuestada siente la necesidad de encontrar opciones diferentes a las gubernamentales en las que se les propongan protección y seguridad ante cualquier evento adverso.

Respecto al conocimiento de lo que es un microseguro y lo que este representa en cuanto a la cobertura, manejo de la información; existe cierto desconocimiento frente a este tema, además de cierto temor a ser estafados y engañados por adquirir estos tipos de servicios. Sin embargo, también se presenta una gran disposición frente a la adquisición de estos portafolios, ya que el 95% que estaría de acuerdo con obtener dicho beneficio.

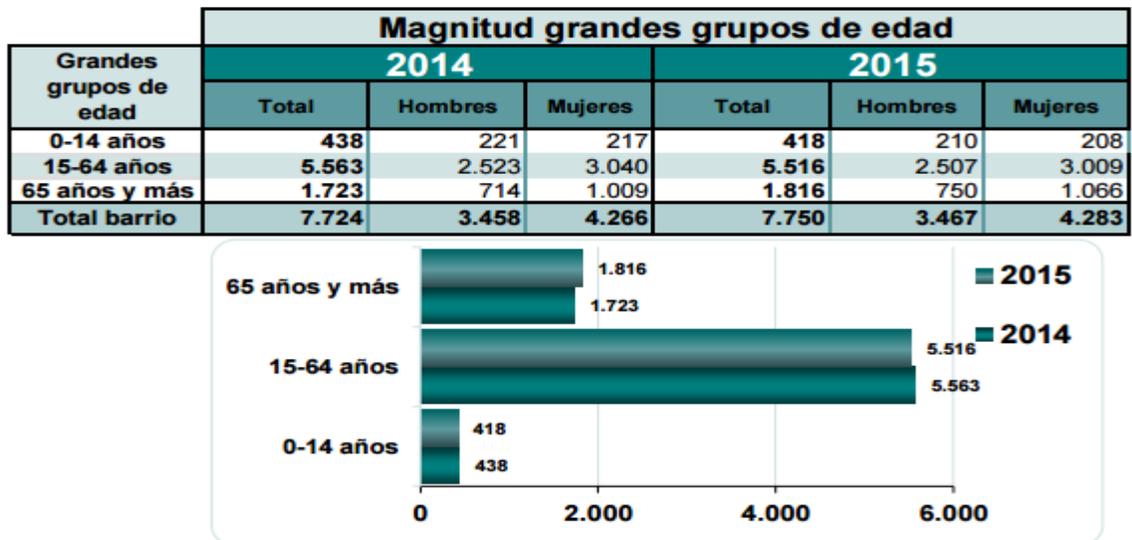
Los datos a simple vista son engañosos ya que si observa el dato de cuantas personas estarían dispuestas a adquirir un microseguro de vida, del 100% de la población, solamente el 5% no estaría dispuesto a pagar por un microseguro debido a sus bajos ingresos; afirman que es una carga financiera que no podrían soportar.

Vale la pena resaltar que el valor de las primas que las personas entrevistadas estarían dispuestas a pagar están entre \$7000 y \$9000 con el 27%; el 24% entre \$1000 y \$3000, seguido por el 23 % entre \$3000 y \$5000 mensuales, tomarían el riesgo de adquirirlo con el único propósito de tener un respaldo frente a cualquier caso fortuito y beneficiar a su familia.

5.2 Proyecciones De La Población De Patio Bonito

Con base en el censo realizado por el Dane en el año 2005, se observa que la población del sector de patio bonito ha aumentado, lo que nos conlleva a tener unas proyecciones positivas para nuestro proyecto. En las siguientes gráficas, se puede identificar como se encuentra segmentada la población en edades y su crecimiento anual, permitiéndonos analizar la viabilidad del estudio.

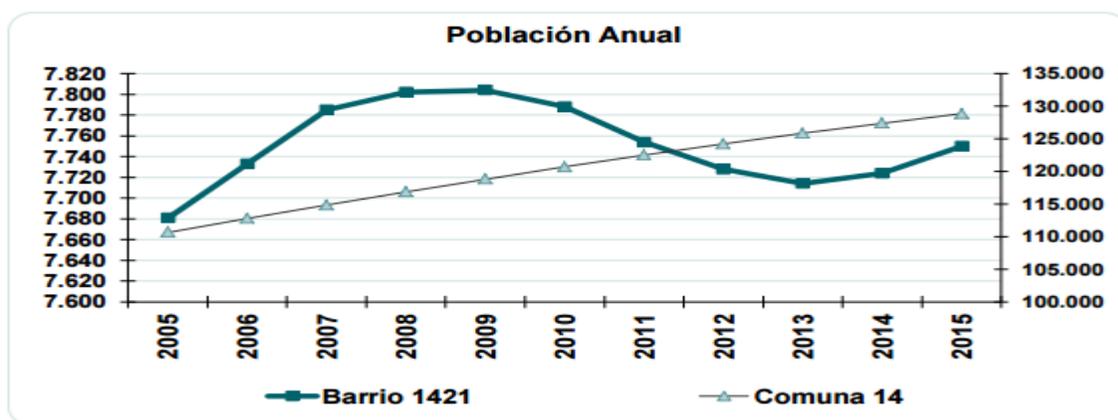
Gráfica N° 11. Estadísticas por grupo de edad, DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística)



Fuente: Censo DANE 2005 y proyecciones de población por comuna 2006-2015

Se evidencia que para el año 2015, frente al 2014, se presentó reducción de la población de 0 a 64 años, y un aumento para las personas de más de 65 años.

Gráfica N° 12. Población anual de patio bonito, DANE



Fuente: Censo DANE 2005 y proyecciones de población por comuna 2006-2015

Se observa que la población ha tenido momentos de disminución desde el año 2009 al 2013, a partir de este ha empezado a crecer nuevamente.

Gráfica N° 13. Población de patio bonito, DANE



Fuente: Censo DANE 2005 y proyecciones de población por comuna 2006-2015

Se observa que para el año 2015 aunque la población ha crecido, hay más mujeres que hombres. Es importante tener en cuenta que este sector recibe un número considerable de población desplazada.

6. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES EXTERNAS E INTERNAS DE LOS MICORSEGUROS EN COLOMBIA

6.1 Diagnostico Externo

6.1.1 Estructura Y Rivalidad De La Empresa

Los servicios de seguros hacen parte de los productos de interés de los hogares, como son: seguros de hogar, vida, salud, autos y capitalización. AXA COLPATRIA S.A (Portal AXA COLPATRIA S.A.) cuenta con más de 2.500.000.000 de usuarios distribuidos en los diferentes productos, los cuales confían en la solidez de los productos, posicionando la compañía como una de las aseguradoras más importantes del país.

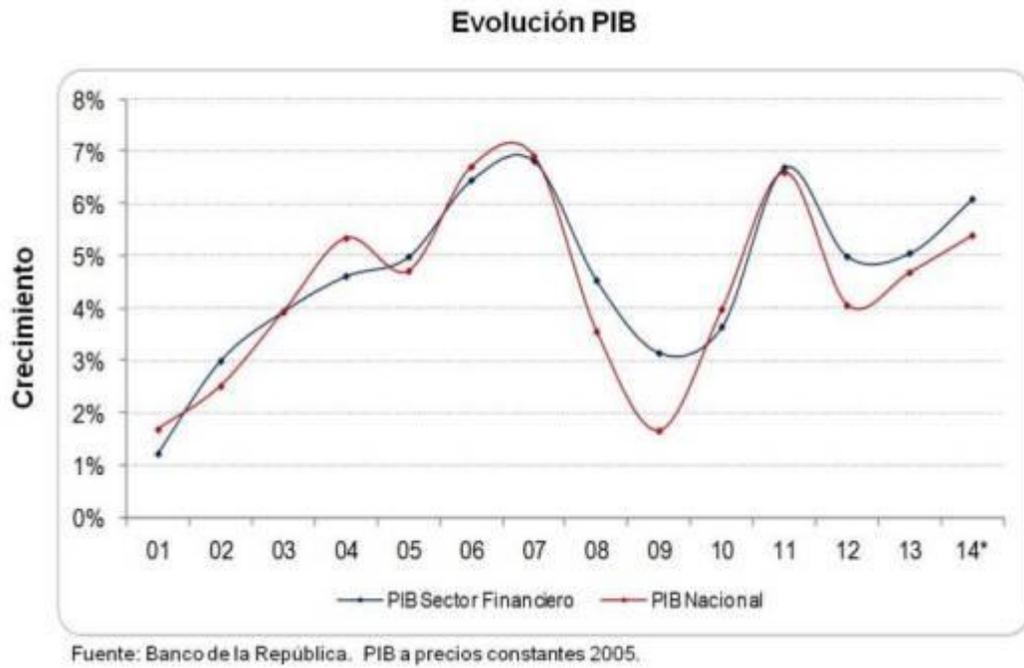
6.1.2 Participación en El PIB.

La actividad económica de AXA COLPATRIA S.A., pertenece al sector asegurador; como Aseguradora se entiende toda actividad que implique asegurar los riesgos expuestos para personas naturales como jurídicas.

La importancia del sector asegurador dentro de la economía no sólo radica en su aporte a la generación de ingresos y empleos, sino también en el enlace que establece entre las actividades de establecimientos financieros, de servicios e inmobiliarias. Durante los últimos cinco años ha incrementado la economía el PIB del país, reportada al cierre del 2013 (4.7%) respecto al 2012, representando \$493 billones, produciendo mayor optimismo. (Banco de la República, 2014)

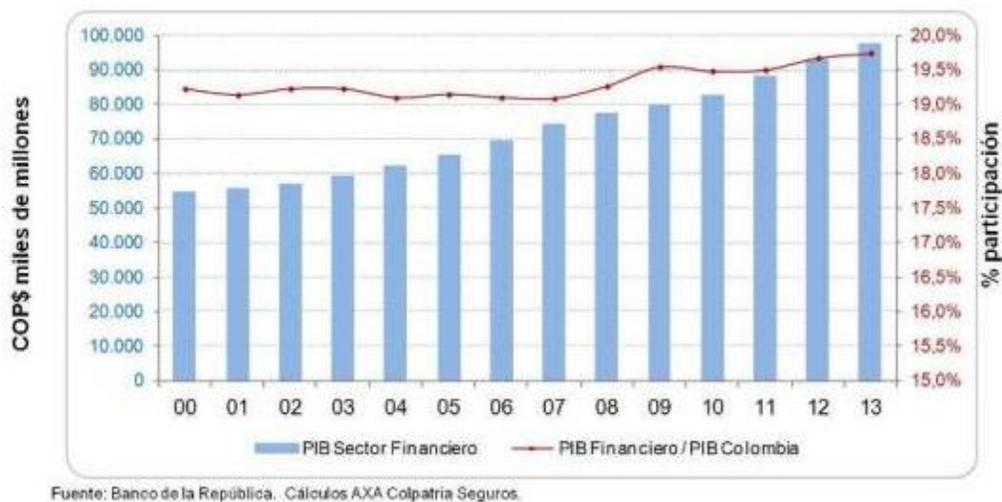
El crecimiento promedio anual aproximadamente es de 10.12% en primas emitidas.

Gráfica N° 14. Evolución del PIB (Producto Interno Bruto), Banco de La República



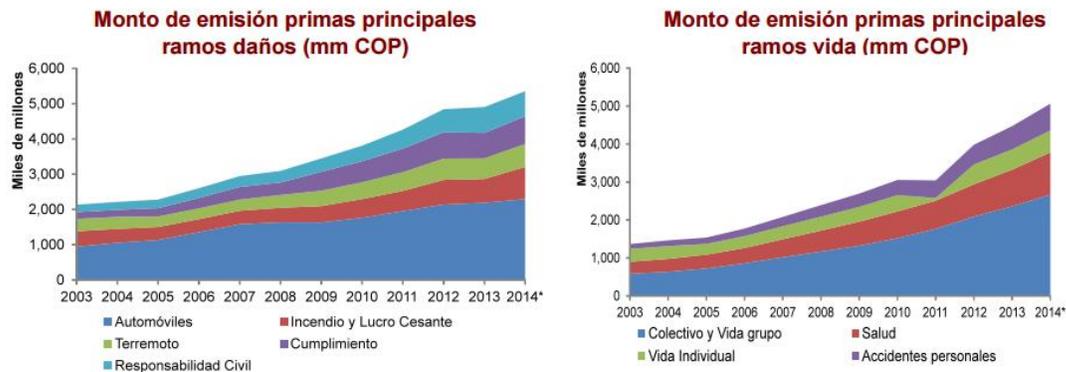
El 2013 el sector financiero reportó \$97.3 billones, representando el 19.7%, siendo el sector de mayor impacto, seguido por la industria manufacturera la cual representa el 11.3%. (Banco de la República, PIB)

Gráfica N° 15. PIB financiero, Banco de la República



Para el año 2013, los ingresos obtenidos por emisión de primas fueron apalancados por las pólizas de vida, tendencia que se mantuvo en el primer trimestre del 2014, el cual registró un crecimiento del 9.80% frente a un 4.39% en seguros de daños. (Hernández, 2014, P 6)

Gráfica N° 16. Monto de emisión En primas, SFC (Superfinanciera de Colombia)



Fuente: Datos SFC. *Información preliminar anualizada a marzo de 2014.

6.1.3 tamaño

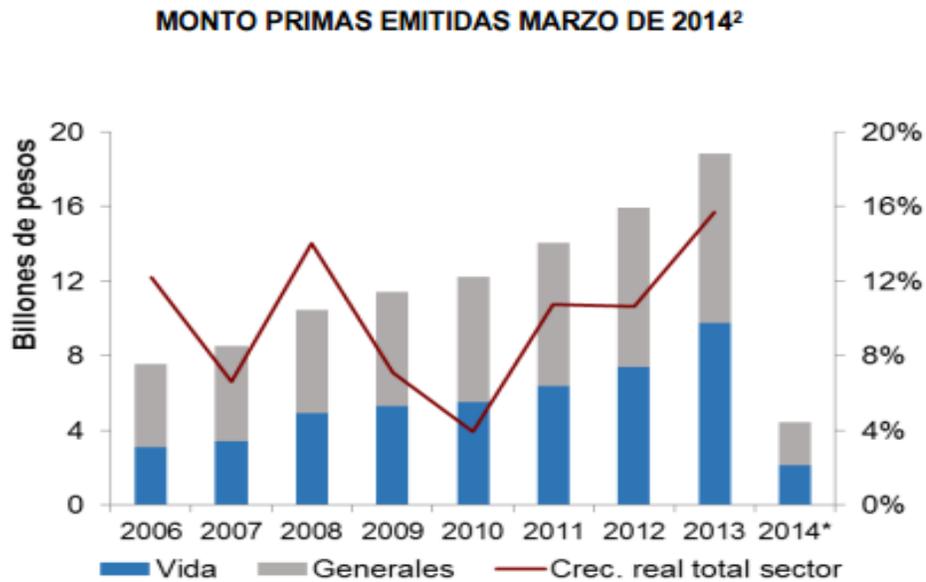
Existen 31 empresas pertenecientes al sector asegurador, dedicados a asegurar bienes y patrimonios de empresas pequeñas, medianas y grandes, como también a personas (Vida).

6.2 Condiciones De La Demanda

6.2.1 Producción

Colombia presenta niveles elevados de expansión en cuanto a los seguros, derivados a una reducción en la tasa de desempleo y el crecimiento económico que se ha venido presentado. En los últimos 5 años se ha alcanzado un crecimiento anual de 10.12% aproximadamente en primas emitidas. Colombia se ubica en el sexto puesto de mayor penetración en Latinoamérica, se encuentra por encima de México en 2% y Perú en 1.2%. (Hernández, 2013, P 5)

Gráfica N° 17. Monto Primas emitidas Marzo de 2014, SFC



Fuente. Superfinanciera

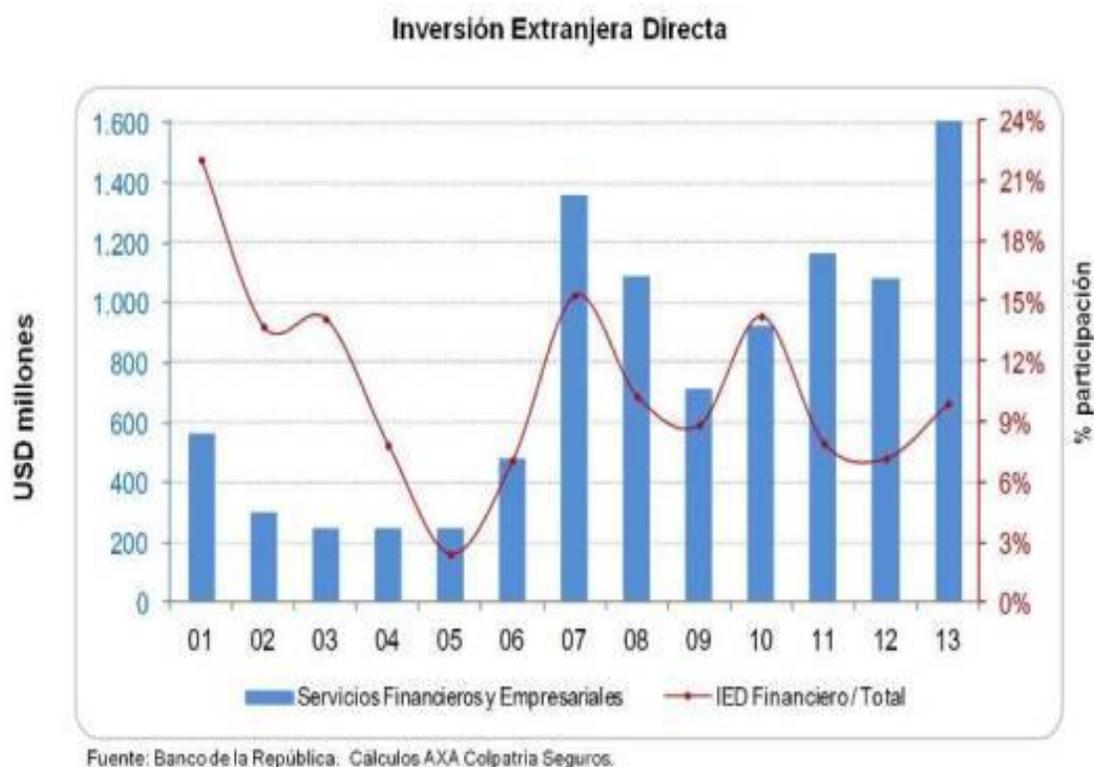
6.2.2 Canales

Una oportunidad de crecimiento de mercado para el sector asegurador, son los intermediarios, los cuales se denominan como personas naturales o jurídicas y que actúan entre las entidades y los clientes. Los intermediarios son quienes llevan a cabo la labor comercial, asesorando a los clientes y resolviendo posibles eventos, convirtiéndose en los pilares de las compañías de seguro por la promoción y captación de clientes.

6.2.3 Comercio exterior

En cuanto a comercio exterior, el año 2013 registró \$1.606 millones, representando el 99% del total y respecto al año 2012 representa el 49% de más con \$1.077 millones. En cuanto al año 2014 registró un flujo anual de inversión extranjera directa de US\$16.098 millones y un flujo anual de inversión extranjera de portafolio de US\$10.510 millones. Para el año 2014 el mercado de renta fija se benefició considerablemente gracias a los flujos de inversión extranjera de portafolio. (Banco de la República, 2014)

Gráfica N° 18. Inversión extranjera Directa, Banco de la República



6.3 Industrias Relacionadas Y De Apoyo

6.3.1 Empresas del Sector

Para el cierre del mes de abril del año 2014 se destacaron las siguientes 10 mejores aseguradoras en cuanto a primas emitidas: Suramericana de seguros se posicionó como la primera aseguradora con mayor margen de participación en primas emitidas la cual fue 13,7%, en el segundo puesto estuvo Seguros del Estado con una participación del 8.47%, en tercer puesto con una participación del 8.37% Mapfre, Liberty Seguros con una participación de 7.81%, en el cuarto puesto, en el quinto lugar se ubicó Allianz con el 7.67%, seguido de Axa Colpatria Seguros con el 7,48% en el sexto puesto, en el séptimo lugar La Previsora con el 6,82%; en el octavo puesto Seguros Bolívar con el 5,80%, QBE se posicionó en el noveno lugar con el 4,75% y en décimo lugar se ubicó Aseguradora Solidaria de Colombia con el 4,10% . (Lonergan, Kieran, 2014)

6.4 Condiciones De Los Factores

6.4.1 Aspectos tecnológicos.

Para el buen funcionamiento de todos los procesos de seguros se debe contar con un sistema operativo de alto rendimiento y calidad, de esa manera cumplir con los objetivos propuestos por la organización.

- **Sistemas operativos:** es el soporte principal para la organización ya que debe contar con la agilidad, eficiencia y eficacia en los procesos de informática y telecomunicaciones.

Es importante seguir con los lineamientos para cumplir con las expectativas de los clientes, los cuales se mencionan a continuación:

- **Desarrollo técnico actuarial:** encargados del diseño de productos competitivos, buscando maximizar rentabilidad al menor riesgo.
- **Proceso de suscripción de riesgos:** se evalúan los riesgos y se asignan los porcentajes de cobros en las primas, cubriendo contractualmente los riesgos.
- **Gestión de siniestros:** presta los servicios pactados anteriormente al cliente, teniendo la primicia de la prontitud, agilidad y eficiencia.
- **Distribución y comercialización:** los asesores de seguros son los encargados de esta labor, para incrementar sus ganancias en cuanto a comisiones, bonos, premios e incentivos.
- **Desarrollo de Recursos Humanos:** las aseguradoras gestionan políticas internas con el fin de comprometer a su fuerza laboral con los objetivos y estrategias de la compañía.
- **Control Financiero:** los aseguradores deben contar con un sistema de fácil manejo para la información de resultados, solvencia y estabilidad.

6.5 Gobierno

6.5.1 Aspectos Políticos – Legales.

No existen tratados internacionales y solo las entidades que estén reguladas por la Superintendencia Financiera podrán llevar a cabo los contratos de seguros. De acuerdo con lo estipulado en La Constitución Nacional, la actividad aseguradora en Colombia es de interés público, razón por la cual solo puede ser ejercida en el país previa autorización del Estado (Art. 335 C.N.)

7. Diagnostico interno

7.1 Presentación De La Empresa

AXA COLPATRIA S.A empresa especializada en seguros, destacando las líneas de negocio de Seguros Generales, Seguros de Vida, Riesgos laborales y Capitalizadora.

7.1.1 Misión

“Satisfacer de manera integral las necesidades de nuestros clientes en cuanto a protección, salud, ahorro e inversión ofreciendo un completo y rentable portafolio de productos y servicios para familias o pequeñas y medianas empresas. Nos diferenciamos por nuestras alianzas con canales de distribución alineados por segmento de cliente, con óptima gestión de riesgos de proveedores, alta eficiencia financiera, administrativa y tecnológica, estableciendo una cultura orientada a la excelencia y el servicio, generando valor para nuestros accionistas y para nuestra organización con sentido de responsabilidad social empresarial” (Axa Colpatría)

7.1.2 Visión

Cumplir con el compromiso de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y proyectar nuestros valores y beneficios ofrecidos más allá de las expectativas de los usuarios.

Teniendo en cuenta la misión y visión de Axa Colpatría se observa que lo primordial son sus clientes, quienes son el pilar para obtener las rentabilidades esperadas y cumplir con los objetivos de la organización en cuanto a la protección y seguridad de los mismos.

7.1.3 Historia Empresarial

AXA COLPATRIA es la unión entre la aseguradora más importante a nivel mundial, AXA, la cual atiende a 102 millones de clientes en 57 países y administra activos cercanos a los US\$1.457 billones; y Seguros Colpatría, compañía con más de 50 años de experiencia en el mercado colombiano cuyo capital sólido y reputado le ha permitido destacarse en las líneas de negocio de Seguros Generales, Seguros de Vida, Salud, Riesgos Laborales y Capitalizadora.

7.1.4 Evolución Histórica

- 1955 Seguros de Vida Colpatría
- 1959 sociedad Colombiana de Capitalización
- 1970 Banco Colpatría
- 1972 UPAC Colpatría
- 1977 Constructora Colpatría
- 1979 Financiera Colpatría
- 1980 Leasing Colpatría
- 1982 Salud Colpatría MMP
- 1992 Pensiones y Cesantías Colpatría
- 1995 Salud Colpatría EPA
- 1998 Se fusionaron el Banco y la Corporación de Ahorro y vivienda, absorbiendo los negocios de Financiera y Leasing bajo el nombre de Banco Colpatría RED MULTIBANCA COLPATRIA S.A. EN este año se crea la Unidad de Inversión.

- 1999 Pensiones y Cesantías fue comprado por El Banco Bilbao, la Administradora de Riesgos Profesionales ARP COLPATRIA se une a la compañía SEGUROS DE VIDA COLPATRIA S.A.
- 2007 El Banco Colpatría realiza un Joint Venture con GE Money
- 2009 el Grupo Colpatría adquiere CitiColfondos pensiones y Cesantías
- 2010 Banco Colpatría compra acciones de GE Money, volviendo a hacer el único dueño
- 2011 Banco Colpatría realiza alianza estratégica con el grupo Scotiabank
- 2014 Alianza entre Colpatría y la aseguradora francesa Axa quien adquirió el 51% de participación de la empresa.

7.2 Política De Calidad

Los objetivos están encaminados a atender el mercado de las PYMES aliándose con empresas corredoras de seguros. Enfocándose en cumplir con los principios empresariales, los cuales son:

1. Honestidad: obrar siempre con el criterio de lo justo, de lo bueno, de lo recto. Esto nos exige decir la verdad plena, ser transparentes e íntegros, rigurosamente fieles a los principios éticos para cumplir con los compromisos adquiridos con los demás.

2. Mística por el Cliente: las unidades de negocio AXA COLPATRIA son empresas consagradas al cliente y tienen como dogma la excelencia en el servicio y la calidad superior de sus productos. Tenemos la obligación de satisfacer con holgura las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

3. Respeto: la armonía en un conglomerado humano jamás podría existir sin la tolerancia de las individualidades. Cada funcionario, cada cliente, cada persona que se acerca a nuestro lugar, es tan importante y valiosa como única.

4. Excelencia Personal: el propósito es trabajar productivamente: Calidad, Innovación, puntualidad, responsabilidad y entusiasmo. Además, reconocer nuestros errores, ser prudentes, discretos y sinceros.

5. Bienestar Laboral: debemos promover un ambiente laboral armonioso que busque el crecimiento personal y organizacional, reflejado en un balance entre nuestra vida familiar y laboral.

7.2.1 Control Interno

Todas las personas que laboran en las compañías deben cumplir con el Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma internacional: INCONTEC con la Norma ISO 9001:2008.

7.2.2 Producto Bandera

Uno de los productos de mayor venta es los Seguros Generales donde ocupa el segundo lugar del mercado con una participación del 9%, en Riesgo laborales (ARL) ocupa el cuarto lugar con una participación del 14% y en Capitalización en el segundo lugar con una participación del 42%. (Portal AXA COLPATRIA, 2016)

7.2.3 Estrategias empresariales.

Como estrategia empresarial, Colpatria se alió con la marca más importante de seguros a nivel mundial AXA, la cual cuenta con más de 102 millones de clientes, en 57 países de Europa, América del Norte, Asia, oriente y América Latina. Además, administra activos aproximados de US\$1.457 billones. Axa adquirió el 51% de las compañías de Capitalizadora, Seguros y Medicina prepagada, esta alianza otorga la oportunidad de crecimiento en cuanto a oferta y portafolio. (Portal AXA COLPATRIA,2016)

7.2.3 Estructura Perspectiva Procesos Internos

Axa Colpatria tiene lineamientos para realizar el proceso de emisión hasta la indemnización, y cumple con los procesos de reportes de ley a fin de evitar sanciones económicas o suspensión del producto.

Gráfica N° 19. Evaluación técnica de Negocios



Fuente: AXA COLPATRIA SA

7.2.5 Perspectiva Del Cliente

Axa Colpatria cuenta con un área de atención integral conformada por un equipo de trabajo calificado para la atención de las solicitudes, novedades, quejas, comentarios, sugerencias que lleguen, con el fin de dar pronta solución y que la misma sea satisfactoria para el cliente.

El área comercial trabaja sobre las expectativas de los clientes, ofreciendo información clara y concisa sobre los productos ofrecidos, de esta manera fidelizarlos para el crecimiento de la organización.

7.2.6 Canales De Distribución

Los intermediarios y corredores de seguros, son el principal canal para que los productos lleguen a los clientes, Axa Colpatria los fideliza otorgando bonos, premios, viajes y otros beneficios enfocados al cumplimiento de metas.

7.3. Capital Intelectual

7.3.1 Perspectiva De Formación Y Crecimiento.

Axa Colpatria emplea 2.400 personas y sus productos están distribuidos a más de 1.3 millones de clientes en Colombia.

Axa Colpatria se preocupa por la formación y capacitación de su fuerza laboral, otorgando capacitaciones constantes enfocadas a los seguros, al manejo de herramientas tecnológicas y demás temas de interés, tiene convenios con entidades como el SENA y la Universidad Politécnica Gran Colombiano, además cuenta con su propia planta de docentes para los diplomados internos.

8. PRESUPUESTO DE RENTABILIDAD PARA AXA COLPATRIA S.A. EN LA EMISIÓN DE MICROSEGUROS

Se desarrollará el análisis de los indicadores financieros, permitiendo interpretar los resultados al cierre de los años 2012 al 2015 a partir de la información suministrada por la empresa Axa Colpatria SA. Con un estado de resultado proyectado de 2016 al 2019 de creación propia, en el cual se evidencia la rentabilidad en la emisión de microseguros. Estos datos han sido tomados de acuerdo a la aceptación en el PIB de los microseguros, teniendo en cuenta que la tasa de incursionamiento en el mercado según Fasecolda al 2104 fue del 16.1%, con base a este nuestra tasa de incursión en el mercado de microseguros es del 8% para la tasa de oportunidad.

Para este trabajo se utilizarán los indicadores de liquidez, los cuales muestran la capacidad que tiene la compañía para cumplir sus obligaciones en corto plazo, y los indicadores de Eficiencia que miden el grado de cumplimiento de objetivos en el modelo de operación, el logro de resultados propuestos o proyectados.

Tabla N° 1. Estados de Resultado Proyectado, propia

AXA COLPATRIA SEGUROS DE VIDA SA				
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016-2017-2018-2019 EN PESOS				
860002183-9				
PRIMAS EMITIDAS	552.292.084.593	557.828.561.614	594.029.724.099	603.443.953.161
PRIMAS CEDIDAS EN REASEGURO	2.275.906.574	2.159.321.769	(2.393.239.633)	(2.416.143.892)
TOTAL PRIMAS RETENIDAS	550.016.178.019	555.669.239.845	591.636.484.466	601.027.809.269
CONSTITUCION DE RESERVA TECNICA	(733.625.954.048)	(706.803.620.620)	(692.161.980.569)	(653.632.732.544)
LIBERACION DE RESERVA TECNICA	692.300.918.681	677.893.249.651	649.220.400.302	604.299.315.919
TOTAL PRIMA DEVENGADA	508.691.142.652	526.758.868.876	548.694.904.199	551.694.392.644
SINIESTROS				
SINIESTROS PAGADOS	420.325.940.269	397.171.656.824	337.903.896.273	334.620.988.714
REEMBOLSO SINIESTROS SOBRE CESIONES	5.830.053.782	4.827.306.263	6.071.441.572	7.626.053.605
TOTAL SINIESTROS RETENIDOS	426.155.994.051	401.998.963.087	343.975.337.845	342.247.042.319
CONSTITUCION DE RESERVAS SINIESTROS	(330.529.339.203)	(273.002.415.117)	(178.474.118.571)	(168.386.506.745)
LIBERACION RESERVA SINIESTROS	221.343.486.556	200.285.508.888	170.053.478.760	162.961.841.713
VARIACION RESERVA SINIESTRO	(109.185.852.647)	(72.716.906.229)	(8.420.639.811)	(5.424.665.032)
TOTAL SINIESTROS INCURRIDOS	316.970.141.404	329.282.056.858	335.554.698.034	336.822.377.287
UTILIDAD TECNICA BRUTA	191.721.001.248	197.476.812.018	213.140.206.165	214.872.015.357
GASTOS DE VENTAS	(77.686.861.866)	(82.348.073.577)	(87.288.957.992)	(92.526.295.472)
UTILIDAD EN ACTIVIDADES DE SEGUROS OP	114.034.139.382	115.128.738.441	125.851.248.172	122.345.719.885
INGRESOS FINANCIERO				
DIVIDENDOS	388.131.900	392.013.219	395.933.351	399.892.685
RENDIMIENTOS POR PERDIDA RENTA VARIABLE	22.028.373.501	22.248.657.236	22.471.143.808	22.695.855.246
RENDIMIENTOS RENTA FIJA	91.272.379.772	92.185.103.570	93.106.954.606	94.038.024.152
OPERACIONES DERIVATIVAS	(19.188.580.358)	(19.380.466.162)	(19.574.270.823)	(19.770.013.532)
OPERACIONES REPO	(5.678.295.686)	(5.735.078.643)	(5.792.429.430)	(5.850.353.724)
OTRAS INVERSIONES	21.964.554.286	22.184.199.828	22.406.041.827	22.630.102.245
TOTAL PRODUCTOS	110.786.563.414	111.894.429.049	113.013.373.339	114.143.507.072
GASTOS FINANCIEROS	(988.491.119)	(589.448.989)	(440.523.790)	(755.135.800)
GASTOS DE ADMINISTRACION	(79.913.678.248)	(83.910.929.414)	(89.643.978.242)	(95.147.752.887)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS SOBRE LA REN	143.918.533.430	142.522.789.086	148.780.119.479	140.586.338.271
PROVISION IMPUESTOS SOBRE LA RENTA Y CR	(106.499.714.738)	(105.466.863.924)	(110.097.288.415)	(104.033.890.321)
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	37.418.818.692	37.055.925.162	38.682.831.064	36.552.447.950

Fuente: Uso Propio

8.1 Análisis Del Estado De Resultados

El estado de resultados es un estado básico, que proporciona información sobre los resultados de la gestión, no solo de la administración, sino también de los socios, en cuanto a la capacidad para negociar costos de financiación menores para la empresa. En este estado se puede monitorear uno de los riesgos más importantes que es el de continuidad. Se analizaran 4 periodos contables, de 2016 a 2018, observando variaciones considerables en las cifras debido a los proyecciones con un promedio del 4% en ventas, un 5% en costos, 6% en gastos de administración y ventas, ingresos financieros en 1%. Además, se tuvo en cuenta el 1% en la proyección dado que para el modelo financiero este rubro hace parte de ingresos directos de la compañía.

De acuerdo a las cifras generadas el estado de resultado nos arroja utilidades, siendo este resultado factible para la compañía.

Tabla N° 2. Indicadores de Eficiencia, propia

INDICADORES DE EFICIENCIA PROYECTADO					
Eficiencia Operacional					
Margen bruto	Utilidad Bruta/Ventas Netas	37,7%	37,5%	38,8%	38,9%
Rentabilidad / Ventas	Utilidad Neta/ Ventas netas	7,4%	7,0%	7,0%	6,6%

Fuente: Uso Propio

8.2 Margen Neto.

Muestra la capacidad que tiene la compañía en cuanto a sus ventas, para generar utilidades brutas. Para Axa Colpatria SA su margen neto se encuentra en aumento, en un promedio de 38% de 2016 al 2019, lo cual indica que la empresa de acuerdo con el presupuesto incrementa sus ingresos y mantiene su relación costo e ingresos.

Rentabilidad sobre las ventas: es la relación que existe entre las utilidades que generan después de impuestos, de acuerdo a este indicador puede decirse que las utilidades de Axa Colpatria SA en su proyectado generaría utilidades después de impuestos.

Tabla N° 3. Flujos de Efectivo de la Inversión, propia

FLUJO DE EFECTIVO	37.418.818.692	37.055.925.162	38.682.831.064	36.552.447.950	
INVERSION INICIAL	2.500.000.000				
VALOR DE SALVAMENTO	300.000.000				
AÑO	0	1	2	3	4
INVERSION INICIAL	2.500.000.000				
VALOR DEL SALVAMENTO					300.000.000
FLUJOS DE EFECTIVO	(2.500.000.000)	37.418.818.692	37.418.818.692	37.418.818.692	37.718.818.692
VALOR PRESENTE	(2.500.000.000)	34.647.054.344	32.080.605.875	29.704.264.699	27.724.457.751
VALOR PRESENTE NETO	121.656.382.668				
VALOR PRESENTE NETO FORM	121.656.382.668				
TIR	1496,73%				
SUMATORIA FLUJO EFECTIVO	147.475.274.768				
IIR	58,99				
TASA DE DESCUENTO	8%				

Fuente: Uso Propio

Para este proyectado se tomó como inversión inicial \$2.500.000.000 debido al aumento en los ingresos en su proporción con un valor de salvamento \$300.000.000. Este valor es el estimado que se obtendrá al finalizar la inversión. Teniendo en cuenta estos valores, se obtuvo una TIR 1496.73%, una tasa de descuento del 8%, IIR 58.99% (Tasa interna de rendimiento) la inversión inicial sobre el total de los flujos proyectados indica que el proyecto es favorable para la compañía ya que su TIR es mayor a la tasa de descuento,

El proyecto de inversión tiene un VAN (Valor Presente Neto) positivo, el cual nos indica que el proyecto es rentable.

CONCLUSIONES

El desarrollo de esta investigación tiene por objeto evaluar el impacto financiero en AXA COLPATRIA de los microseguros para los estratos 1 y 2 del Sector de Patio Bonito de la Ciudad de Bogotá, como también analizar la percepción de estas familias frente a la obtención del servicio de microseguros y determinar la rentabilidad al incursionar la compañía en este nicho de mercado asegurador.

La emisión de microseguros pretende trabajar la inclusión social, permitiendo que las personas de bajos ingresos tengan acceso a estos servicios. Por lo anterior se tuvo una percepción de tendencia que corresponde a las preferencias de los encuestados en cuanto a seguridad y los beneficios que las familias de los estratos 1 y 2 del Sector de Patio Bonito obtendrían debido al alto grado de vulnerabilidad en que se encuentran.

Cabe resaltar que esta población está integrada por personas desplazadas por la violencia siendo este un factor importante para la compañía, su trabajo es informal por ende no cuentan con un nivel salarial en que pueden obtener un seguro de vida.

De acuerdo a las estadísticas, muestra porcentajes relevantes en un 34 % el temor a adquirir un seguro por incumplir con dicha obligación, factor que predomina en este sector debido a que las condiciones de empleo no son favorables, un 31% radica en el engaño, sensación que genera desconfianza al momento de tomar la decisión de obtener un microseguro. Para el equipo de investigación es una situación que tendría que ser aprovechada por AXA COLPATRIA, es decir la generación de confianza de las personas como primer paso a la aproximación de concretar la relación aseguradora cliente.

No obstante otro de los rubros importantes dentro del análisis de percepción es la disposición dentro del sondeo realizado, el 94% podría pagar por un seguro AP VIDA y causa desconcierto ya que el 28% obtiene ingresos mensuales entre \$300.000 y \$400.000, el 22% entre \$200.000 y \$300.000, seguido con el 20% entre \$400.000 y \$500.000 respectivamente, en cuanto al pago de la prima el 27% invertiría por un microseguro AP VIDA entre \$7000 y \$9000, sin embargo acierta la mayoría en la decisión de invertir en protección y seguridad para su familia.

Al obtener los resultados de los análisis financieros en cuanto a la liquidez de AXA COLPATRIA, tomando como base la aceptación en el PIB de los microseguros y teniendo en cuenta la tasa de incursión de microseguros en el mercado según Fasecolda del 16.1% para el año 2014, se toma la tasa de oportunidad del 8%, los resultados para los años comprendidos entre 2016 y 2019 arroja el 37.7% para el primer año 37,5%, 38,8% y finalizando con el 38,9% de acuerdo al presupuesto. El margen neto arroja un resultado de sus ingresos de manera ascendente y mantiene la relación costos e ingresos, en cuanto a la rentabilidad sobre las ventas, el resultado es positivo ya que el proyectado esta alrededor del 7% por tal razón AXA COLPATRIA generaría utilidades después de pagar sus impuestos.

Finalmente se toma como inversión para el proyecto un valor de \$2.500.000.000 y valor de salvamento de \$3.000.000.000, para una tasa esperada del 8% y bajo el análisis del Valor Presente Neto el proyecto es rentable, para AXA COLPATRIA es rentable la incursión de microseguros en su compañía generando rentabilidad.

RECOMENDACIONES.

- Realizar un estudio a fondo sobre la aceptación de los microseguros teniendo en cuenta la encuesta realizada al sector de Patio Bonito, verificando a nivel nacional su aceptación, medir los riesgos en cuanto a la siniestralidad.
- Implementar una política de acción respecto a los altos siniestros, primas, con el fin de disminuir el costo de ellas, razón por la cual los costos de venta bajarían y a la vez generaría una mejora en la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Encuesta sobre la situación del microcrédito en Colombia. Banco de la República, 2015
- Indicadores de desempeño en microseguros. Manual para practicantes en microseguros, segunda edición, John Wipf y Denis Garand, Abril 2012.
- Marco legal colombiano microcrédito, entre otros: Decreto 519 de 2007; Ley 546 de 1999
- Reporte de la situación del microcrédito en Colombia. Banco de la República, mínimo los del 2015
- Yunus, M., (2006). El banquero de los Pobres: Los microcréditos y la batalla contra la Pobreza en el mundo. Barcelona. Ediciones Paidós Iberica S.A.

CIBERGRAFÍA DE APOYO

- Como se logra una venta costo efectiva. Recuperado de <http://www.fomin.org>
- Diagnóstico sobre microseguros en Colombia. Recuperado de <http://www.bancadelasoportunidades.gov.co>
- Estudio de demanda para los microseguros en la población de Familias en Acción. Recuperado de <http://www.bancadelasoportunidades.com.co>
- Experiencias de microseguros en Colombia, Perú y Brasil. Modelo socio agente. Recuperado de <https://www.fundacionmapfre.org>
- Fondo para la innovación en microseguros protección d los trabajadores. Recuperado de <http://nacionesunidas.org.co>
- Microseguros en Colombia. Recuperado de <http://www.fasecolda.com.co>
- Mejorar el valor para el cliente de los microseguros. Recuperado de <http://www.microfinancegateway.org>
- Microseguros: Análisis de experiencias destacables en Latinoamérica y el Caribe. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org>
- Microseguros. Recuperado de <https://www.accion.org>

