



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**PREFACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA CORREDURÍA
DE SEGUROS EN SAN PEDRO SULA**

SUSTENTADO POR:

**MARJORY JANNETH ALVARADO CHÁVEZ
SUSANA PATRICIA TORRES CASTILLO**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS
HONDURAS, C.A.**

MARZO, 2019

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

**UNITEC
FACULTAD DE POSTGRADO**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**RECTOR
MARLON BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL
ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTORA ACADÉMICA
DESIREE TEJADA CALVO**

**VICEPRESIDENTE UNITEC, CAMPUS S.P.S
CARLA MARIA PANTOJA**

**DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO
CLAUDIA MARIA CASTRO VALLE**

**PREFACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA CORREDURÍA
DE SEGUROS EN SAN PEDRO SULA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO
ABEL EDGARDO SALAZAR MEJÍA**

**ASESOR TEMÁTICO
HECTOR ORLANDO PERDOMO**

MIEMBROS DEL COMISIÓN EVALUADORA

**DIANA IVETTE BRIZUELA MARTINEZ
JAVIER ENRIQUE MATUTE TORRES**

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2019

MARJORY JANNETH ALVARADO CHÁVEZ
SUSANA PATRICIA TORRES CASTILLO

Todos los derechos son reservados.

**AUTORIZACIÓN DEL AUTOR(ES) PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE POSTGRADO**

Señores

**CENTRO DE RECURSOS PARA
EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)
SAN PEDRO SULA**

Estimados Señores:

Nosotros, Marjory Janneth Alvarado Chávez y Susana Patricia Torres Castillo, de San Pedro Sula, autores del trabajo de postgrado titulado: Prefactibilidad de creación de una correduría de seguros en San Pedro Sula, presentado y aprobado en Marzo 2019, como requisito previo para optar al título de máster en Dirección Empresarial y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestrías de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizo a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de UNITEC, para que con fines académicos puedan libremente registrar, copiar o utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

- 1) Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.
- 2) Permita la consulta y/o la reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son

personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables. Asimismo, el autor cede de forma ilimitada y exclusiva a UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC

En fe de lo cual se suscribe el presente documento en la ciudad de San Pedro Sula, a los 20 días del mes de marzo del año 2019.

Marjory Janneth Alvarado Chávez

21623002

Susana Patricia Torres Castillo

21623023



FACULTAD DE POSTGRADO

PREFACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE UNA CORREDURÍA DE SEGUROS EN SAN PEDRO SULA

AUTORES

MARJORY JANNETH ALVARADO CHÁVEZ

SUSANA PATRICIA TORRES CASTILLO

RESUMEN

La presente investigación muestra los resultados de un estudio de prefactibilidad para la creación de una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula, Cortes. Actualmente, solo se cubre un porcentaje mínimo del mercado en primas de seguros a pesar de que los antecedentes muestran que en los últimos años se ha incrementado el interés en la población por obtener seguros para cubrir diferentes riesgos. Se estableció como objetivo determinar si es factible o no crear una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula. La hipótesis de investigación indica que es económicamente rentable si genera una TIR mayor al costo de capital. Se implementó una metodología con enfoque mixto, diseño no experimental, transeccional y alcance descriptivo. Se aplicaron 384 encuestas para determinar la demanda del mercado. Se definió el equipo mínimo requerido, la localización, la estructura de personal, procesos y base legal a requerir. Se efectuaron los cálculos económicos para determinar la rentabilidad. Los resultados obtenidos demuestran un VPN L 288,766.31 y una tasa de retorno del 21% mayor al costo de capital del proyecto, recuperando la inversión en 4 años y 8 meses por lo que se acepta la hipótesis de la investigación planteada y se concluye que es factible crear la correduría de seguros en San Pedro Sula.

Palabras claves: (Seguros, correduría de seguros, prefactibilidad, primas, corredor)



POSTGRADUATE FACULTY

PREFACTIBILITY OF CREATING AN INSURANCE BROKERAGE IN SAN PEDRO SULA

AUTHORS

MARJORY JANNETH ALVARADO CHÁVEZ

SUSANA PATRICIA TORRES CASTILLO

ABSTRACT

The present investigation shows the results of a pre-feasibility study for the creation of an insurance brokerage in the city of San Pedro Sula, Cortes. Currently, only a minimum percentage of the market in insurance premiums is covered, although the prior history shows that in recent years there has been an increase in interest of the population to obtain insurance to cover different risks. The objective is to determine if it is feasible or not to create an insurance brokerage in the city of San Pedro Sula. The research hypothesis indicates that it is economically profitable if it generates an IRR greater than the cost of capital. A methodology with mixed approach, non-experimental and transactional design and descriptive scope was implemented. 384 surveys were applied to determine the market demand. The minimum required equipment was defined, the location, the people structure, processes and legal basis to be required. The economic calculations were made to determine the profitability. The results obtained shows a VPN L 288,766.31 and a return rate of 21% higher than the capital cost of the project, the recovery of the investment is in 4 years and 8 month for which the hypothesis of the proposed research is accepted and it is concluded that is feasible create the insurance brokerage in the city of San Pedro Sula.

Key Words: (Insurance, brokerages, prefeasibility, premium, brokers)

DEDICATORIA

Este logro lo dedico primeramente a Dios, por su fidelidad, su amor, por darme las fuerzas y sabiduría necesaria para lograr esta meta.

A mi amado esposo René Pazzetti por su amor incondicional, por brindarme todo su apoyo y paciencia.

A mis hijos, Alessandro Daniel Pazzetti Alvarado y Gianluca Pazzetti Alvarado porque son la razón y el motor que impulsan y motivan a hacer de todo lo que hago.

A toda mi familia en general por su apoyo y palabras de aliento y motivación para culminar este proyecto.

MARJORY JANNETH ALVARADO CHÁVEZ

Este logro lo dedico a Dios por brindarme la sabiduría, amor y bienestar para lograr alcanzar esta meta, porque de Él viene mi fortaleza y la fuerza que me empuja a seguir en el camino al éxito.

A mi amado esposo, Ramón Alfredo Osorio Durón, por su amor, su apoyo incondicional y animarme a ser perseverante hasta el final en el alcance de mis sueños.

A mis hijos, Eduardo Andrés Osorio Torres y Diego Alfredo Osorio Torres, por ser mi fuente de inspiración y mi razón de ser.

A mi familia y amigos en general por motivarme a crecer y apoyarme en la realización de mis objetivos.

SUSANA PATRICIA TORRES CASTILLO

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Centroamericana por brindarnos la oportunidad de adquirir el conocimiento para transformarnos en profesionales de alto nivel.

A todos los catedráticos que formaron parte de nuestra preparación académica, por su esfuerzo e interés de transmitir sus conocimientos profesionales.

A nuestro asesor MBA. Abel Salazar, por su dirección, valioso tiempo y apoyo en la conclusión de esta tesis.

A nuestro asesor MBA. Héctor Orlando Perdomo, por su buena disposición como guía y apoyo profesional incondicional en la realización de esta tesis.

Al ing. José Rodolfo Sorto por su apoyo y buena disposición, por brindarnos orientación y asesoría para culminar la tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	8
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	9
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	10
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	11
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	12
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	15
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO.....	18
2.2 TEORIA DE SUSTENTO.....	22
2.2.1 SEGUROS.....	22
2.2.2 PREFACTIBILIDAD.....	25
2.2.3 ESTUDIO DE MERCADO.....	26
2.2.4 ESTUDIO TÉCNICO.....	28
2.2.5 ESTUDIO ECONÓMICO.....	30
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN.....	32
2.3.1 INGRESOS.....	33
2.3.2 COSTOS.....	34
2.3.3 DEMANDA.....	34
2.3.4 OFERTA.....	35
2.3.5 SERVICIO.....	35
2.3.6 PRECIO.....	36

2.3.7 COMERCIALIZACIÓN	36
2.3.8 LOCALIZACIÓN	36
2.3.9 PROCESOS.....	37
2.3.10 EQUIPO	37
2.3.11 TAMAÑO	38
2.3.12 INSUMOS.....	38
2.3.13 ORGANIZACIÓN HUMANA	38
2.3.14 ORGANIZACIÓN JURÍDICA	39
2.3.15 INFLACIÓN	39
2.3.16 TASA DE INTERÉS.....	40
2.3.17 INVERSIÓN INICIAL	40
2.4 INSTRUMENTOS	41
2.4.1 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	42
2.5 MARCO LEGAL.....	42
2.5.1 INSTITUCIONES QUE REGULAN EL RUBRO DE SEGUROS	42
2.5.2 INTERMEDIACIÓN DE SEGUROS Y FIANZAS.....	44
2.5.3 REGLAMENTO DE INTERMEDIACIÓN DE SEGUROS Y FIANZAS.....	46
2.5.4 GARANTÍAS.....	47
2.5.5 CÓDIGO DE COMERCIO.....	47
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	49
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA	49
3.1.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	51
3.1.2 HIPÓTESIS.....	57
3.2 ENFOQUE Y METODOS.....	57
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	59
3.3.2 MUESTRA.....	61
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	63
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA	63
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	63
3.4.1 INSTRUMENTOS	63
3.4.2 TÉCNICAS	65

3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN	66
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS.....	66
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	66
3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO.....	67
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	68
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	68
4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS.....	69
4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL.....	70
4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO	71
4.5 ESTUDIO DE MERCADO	71
4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA.....	72
4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	76
4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO	83
4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO	83
4.6 ESTUDIO TÉCNICO.....	86
4.6.1 LOCALIZACIÓN	87
4.6.2 TAMAÑO	88
4.6.3 EQUIPO	88
4.6.4 INSUMOS.....	89
4.6.5 PROCESOS.....	90
4.6.6 ORGANIZACIÓN HUMANA	94
4.6.7 ORGANIZACIÓN JURÍDICA	97
4.7 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	98
4.7.1 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO.....	98
4.7.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL	99
4.7.3 COSTO DE CAPITAL.....	100
4.7.4 FINANCIAMIENTO	101
4.7.5 CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN	103
4.7.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS	103
4.7.7. PRESUPUESTO DE COSTOS POR COMISIONES	104
4.7.8 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	106

4.7.9 ESTADO DE RESULTADOS.....	108
4.7.10 BALANCE GENERAL	108
4.7.11 PRESUPUESTO DE EFECTIVO PROYECTADO.....	109
4.7.12 FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO DEL PROYECTO.....	110
4.7.13 PUNTO DE EQUILIBRIO	111
4.7.14 TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL	111
4.7.15. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	113
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
5.1 CONCLUSIONES.....	116
5.2 RECOMENDACIONES	117
BIBLIOGRAFÍA	118
ANEXOS	122
ANEXO 1. REGISTRO DE AGENTE DE SEGURO Y SOCIEDADES DE CORRETAJE	122
ANEXO 2. REGISTRO DE CORREDORES Y CORREDURÍAS.....	124
ANEXO 3. ENTREVISTA.....	125
ANEXO 4. ENCUESTA	127
ANEXO 5. FIABILIDAD DE LA ENCUESTA POR ALFA DE CRONBACH.....	133
ANEXO 6. PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS	134
ANEXO 7. PRECIOS DE MOBILIARIO Y EQUIPO.....	135
ANEXO 8. PRECIOS DE INSUMOS DE OFICINA.....	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Mayores aseguradores europeos, 2017	13
Tabla 2. Compañías aseguradoras operando en Honduras.....	20
Tabla 3. Matriz metodológica	49
Tabla 4. Operacionalización de las variables	54
Tabla 5. Diseño estratégico de la investigación	60
Tabla 6. Cálculo del tamaño de la muestra	62
Tabla 7. Cuantificación de la demanda por tipo de seguro	83
Tabla 8. Prima promedio en el mercado nacional.....	86
Tabla 9. Matriz de selección de localización.....	88
Tabla 10. Equipo y mobiliario de oficinas.....	89
Tabla 11. Insumos de oficina.....	90
Tabla 12. Sueldos y salarios.....	97
Tabla 13. Marco jurídico para operar legalmente.....	97
Tabla 14. Plan de inversión Inicial.....	99
Tabla 15. Cálculo del capital de trabajo.....	99
Tabla 16. Estructura de capital.....	100
Tabla 17. Costo de capital fondos propios	100
Tabla 18. Costo promedio de capital.....	101
Tabla 19. Programa de amortización del préstamo.....	102
Tabla 20. Depreciaciones.....	103
Tabla 21. Demanda proyectada en numero de pólizas de seguro.....	104
Tabla 22. Presupuesto de ingresos.....	104
Tabla 23. Costos por comisiones por volumen de ventas	105
Tabla 24. Salario base por asesor de ventas	105
Tabla 25. Proyección de salarios asesores de seguros	106
Tabla 26. Resumen de costos del personal de ventas.....	106
Tabla 27. Sueldos y beneficios sociales personal administrativo	107
Tabla 28. Resumen de gastos administrativos.....	108
Tabla 29. Estado de resultados proyectado.....	108

Tabla 30. Balance general proyectado.	109
Tabla 31. Presupuesto de efectivo proyectado	110
Tabla 32. Flujo del proyecto.	110
Tabla 33. Cálculo del punto de equilibrio.	111
Tabla 34. Periodo de recuperación	112
Tabla 35. Flujo del proyecto. Escenario 1.....	113
Tabla 36. Técnicas de presupuesto de capital. Escenario 1.	114
Tabla 37. Flujo del proyecto. Escenario 2.....	114
Tabla 38. Técnicas de presupuesto de capital. Escenario 2.	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados en ventas del corredor de seguros (2015-2018)	2
Figura 2. Comparación de la situación de primas por ramo de seguros.....	4
Figura 3. Comportamiento del parque vehicular en Honduras	4
Figura 4. Comportamiento del sector de construcción 2017.....	5
Figura 5. Oferta de hospitales a nivel nacional	5
Figura 6. Población de San Pedro Sula beneficiada por el IHSS.....	6
Figura 7. Resultados del Producto Interno Bruto per Cápita	7
Figura 8. Comportamiento del mercado de primas totales en seguros.....	8
Figura 9. Mercado total: ranking total de grupos aseguradores europeos, 2017.....	14
Figura 10. Mayores Brokers de Seguros en el Mundo	15
Figura 11. Crecimiento económico del mercado asegurador en América Latina y el PIB.....	16
Figura 12. Primas totales por compañía aseguradora (en millones de Lempiras).....	21
Figura 13. Estructura del análisis de mercado.....	27
Figura 14. Estructura del estudio técnico	29
Figura 15. Estructura del análisis económico.....	31
Figura 16. Relación de las variables independiente sobre las variable dependiente.....	33
Figura 17. Variación interanual de inflación en Honduras 2012-2018.....	40
Figura 18. Estudios que afectan a la variable dependiente.	51
Figura 19. Variables independientes del estudio de mercado y sus dimensiones	52
Figura 20. Variables independientes del estudio técnico y sus dimensiones.....	52
Figura 21. Variables independientes del estudio económico y sus dimensiones	53
Figura 22. Esquema metodológico.....	59
Figura 23. Esquema de servicios en lo que se destaca.	69
Figura 24. Modelo de negocios de la correduría de seguros R-MAG SEGUROS.	70
Figura 25. Esquema del modelo de las cinco fuerzas de Porter	72
Figura 26. Disposición e interés en utilizar una correduría de seguros asesoramiento.....	77
Figura 27. Nivel de importancia de los servicios del proceso de asesoría.	77
Figura 28. Valor de mercado de vehículos de encuestados.....	78
Figura 29. Valor de cobertura para seguro de gastos médicos hospitalarios	79

Figura 30. Valor de cobertura para seguro de accidentes personales.....	80
Figura 31. Valor de cobertura para seguro de Vida	80
Figura 32. Valor de cobertura para seguro de Incendio	81
Figura 33. Frecuencia de usos de los medios de comunicación.....	81
Figura 34. Micro localización de oficinas para correduría de seguros.....	87
Figura 35. Proceso de venta en oficina.	91
Figura 36. Proceso de venta de campo.	92
Figura 37. Proceso de reclamos.....	93
Figura 38. Estructura organizacional.	94

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente Capítulo I, se establecen los elementos fundamentales para llevar a cabo el proceso de investigación, definiendo claramente los antecedentes que respaldan el estudio, los objetivos, las preguntas de investigación y por último la justificación de este estudio. Esta estructura definirá de una forma clara y precisa todos los detalles de la idea de investigación.

1.1 INTRODUCCIÓN

Si bien es cierto que comprar un seguro para prevenir eventualidades no es una característica predominante en las costumbres de consumo de las personas en general, encontramos que las necesidades de seguridad y protección son propios del comportamiento del ser humano, tal como lo manifiestan las teorías psicológicas propuestas por Abraham Maslow. En la búsqueda de cubrir estas necesidades, a lo largo de la historia de la humanidad las personas han recurrido a diferentes mecanismos para satisfacer estas necesidades, luego de haber cubierto las necesidades vitales de supervivencia, de tal manera que se obtenga una base que asegure su integridad física, ingresos y recursos.

Tratándose de esta cultura de prevención y aseguramiento, el sistema económico de las grandes sociedades ha puesto a disposición de sus miembros una variedad de instrumentos de cobertura de riesgo para diferentes tipos de eventualidades, entre los más comunes encontramos los seguros de vida, seguros médico hospitalario, seguro de accidentes personales, de protección patrimonial, etc. En la ciudad de San Pedro Sula actualmente operan 11 compañías aseguradoras que ofrecen este tipo de productos para cobertura de riesgos. Estas compañías se apoyan en agentes que promueven el uso de los seguros y son denominados corredores de seguros y corredurías.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en los últimos años, un corredor de seguros que maneja una cartera de aproximadamente 170 clientes entre personas naturales y clientes corporativos, ha manifestado su deseo de constituir una correduría para continuar creciendo eficientemente.

Para ello, le hemos propuesto realizar un estudio de prefactibilidad que nos ayudará a determinar la demanda actual del mercado, la viabilidad técnica, económica y financiera de organizar una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula.

Para realizar dicho estudio se hace uso de los procesos señalados por la metodología de investigación, con el objetivo de obtener los datos necesarios para analizar las probabilidades de éxito o fracaso de dicho ejercicio. Asimismo, se analizan los antecedentes del problema y de la situación actual del mercado de seguros a nivel global y local. Se realiza la revisión de la literatura para obtener datos en forma clara y objetiva que ayude a determinar las respuestas de la investigación.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Desde que el corredor de seguros inició sus operaciones, ha obtenido un crecimiento en sus ventas y en el número de clientes que atiende.

Los siguientes datos son valores relacionados al volumen de ventas obtenido en los últimos años, proporcionado por el corredor de seguros:

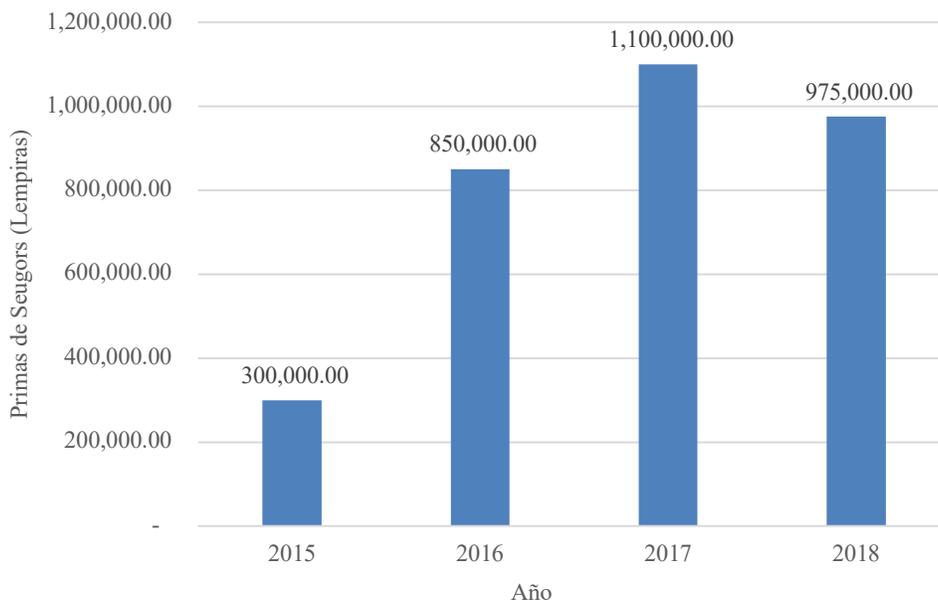


Figura 1. Resultados en ventas del corredor de seguros (2015-2018)

Fuente: (René Pazzetti, 2019)

En la Figura 1 se puede observar el comportamiento ascendente de los resultados de las ventas realizadas por el corredor de seguros en los últimos cuatro años. Cabe mencionar que el último año, el corredor de seguros no sobrepasó el resultado del año anterior por no haber podido cumplir con requisitos de documentación y temas administrativos para lograr facturar un número determinado de pólizas, lo cual impactó en el resultado de su cierre anual.

El sueño del corredor es dejar un legado a sus hijos, sobre todo a su hijo mayor que es de condición especial, por tal motivo anhela dejar la correduría como legado.

Adicional y yendo al caso más extremo; si el corredor de seguros queda inhabilitado su cartera de clientes se le asignaría a otra persona o en su defecto bajo la administración de las aseguradoras; por lo tanto, no podría ceder su cartera a quién el designe y perdería los ingresos.

Entre la variedad de coberturas de riesgo que actualmente ofrecen las compañías aseguradoras en San Pedro Sula, se enumeran las siguientes:

- 1) Seguros de vida (individual y colectivo)
- 2) Seguros de accidentes personales
- 3) Seguros por enfermedades y hospitalización
- 4) Seguros contra incendios
- 5) Seguros de vehículos

De acuerdo con el informe preliminar de información financiera del sector asegurador hondureño al 30 de septiembre de 2018, el ramo con mayor cuota de mercado en primas resultó ser Vida Colectivo con un total de L. 2,240.1 MM, seguido por Incendio y Líneas Aliadas con L. 1,731.5 MM y en tercer lugar el rubro de Salud y Hospitalización con L.1,500.5 MM, los tres rubros anteriores representan el 65.7% del total del primaje del sistema asegurador. (CAHDA, 2018)

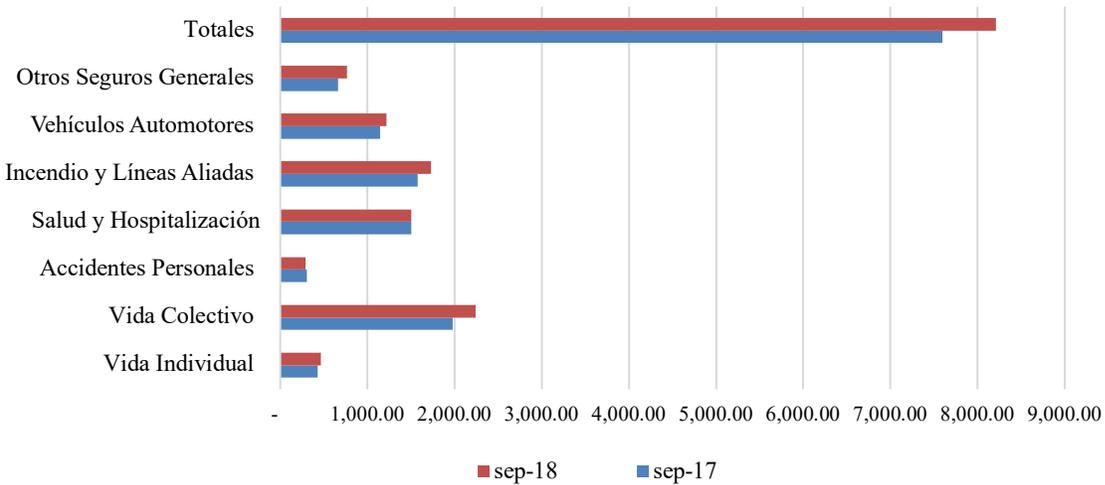


Figura 2. Comparación de la situación de primas por ramo de seguros
Fuente: (CAHDA, 2018)

La Figura 2 muestra los resultados del sistema asegurador en primas de seguros, en el cual se observa un crecimiento del mercado entre septiembre 2017 y septiembre 2018.

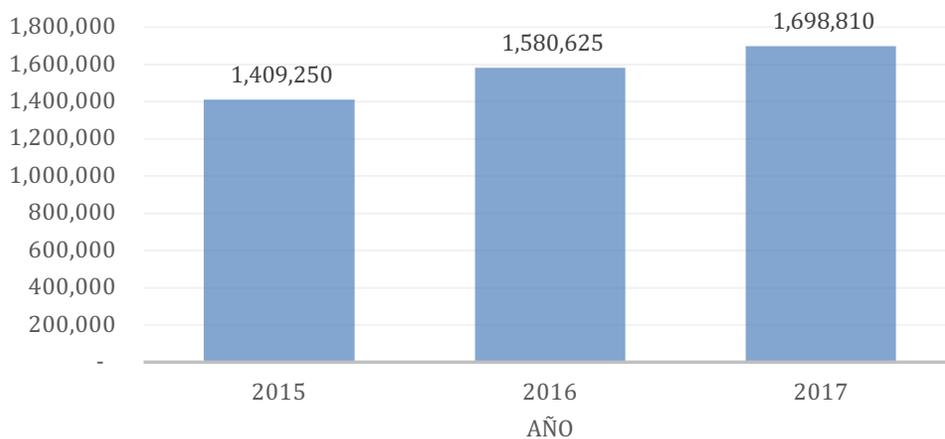


Figura 3. Comportamiento del parque vehicular en Honduras
Fuente: (BCH, 2018)

Se puede considerar una oportunidad para aumentar las ventas en seguros de vehículos y automotores, la tendencia de crecimiento del parque vehicular reflejado en los últimos años, ver figura 3, tal como lo muestran los datos proporcionados por el Banco Central de Honduras en su Informe Honduras en Cifras 2015-2017 (BCH, 2017, p. 26).

En dicho informe también se observa un crecimiento en la construcción de edificaciones para residencias, edificios comerciales, industriales y otros que también representan una oportunidad para la oferta de coberturas de seguros para este sector. La figura 4 muestra el crecimiento de este rubro.

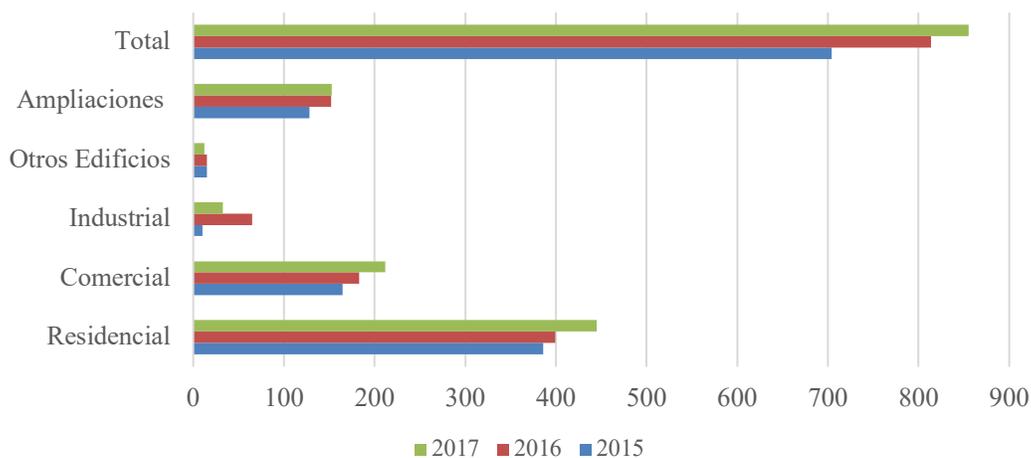


Figura 4. Comportamiento del sector de construcción 2017

Fuente: (BCH, 2018)

Uno de los sectores de mayor preocupación entre la población es la cobertura relacionada con salud, dado que el aumento en el número de hospitales que dispone el sistema de salud pública no es proporcional al crecimiento de la población. La figura 5 muestra esta diferencia entre número de hospitales públicos y privados.

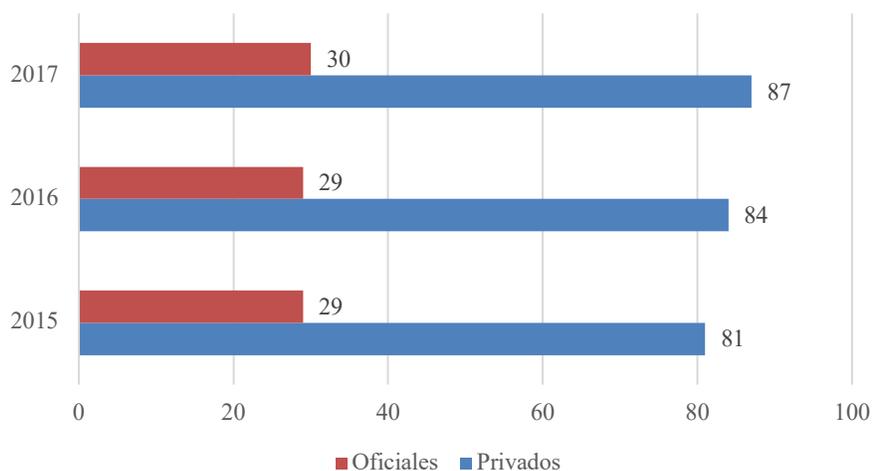


Figura 5. Oferta de hospitales a nivel nacional

Fuente: (BCH, 2018)

La Figura 5 se observa que el sector privado ha venido realizando inversión en el sector de hospitalización, no así las instituciones del estado encargadas de la construcción y mejoras a la infraestructura de este tipo de edificaciones, en lo cual existe una necesidad de la población de hacer uso de los sistemas de salud en el sector privado.

Otra situación que se manifiesta en el sector de salud se refleja en la Figura 6, donde muestra los datos relacionados al número de asegurados por el Instituto Hondureño de Seguridad Social y que actualmente está siendo beneficiada por este sistema de protección, en comparación con el total de la población que reside en la ciudad de San Pedro Sula.

De acuerdo con esta información, existe un aproximado de 536,000 ciudadanos que viven en San Pedro Sula que no alcanzan este beneficio. Las observaciones efectuadas anteriormente suponen un interés de la población de obtener coberturas de seguros en el sector de salud para cubrir situaciones de riesgo por enfermedades o accidentes personales.

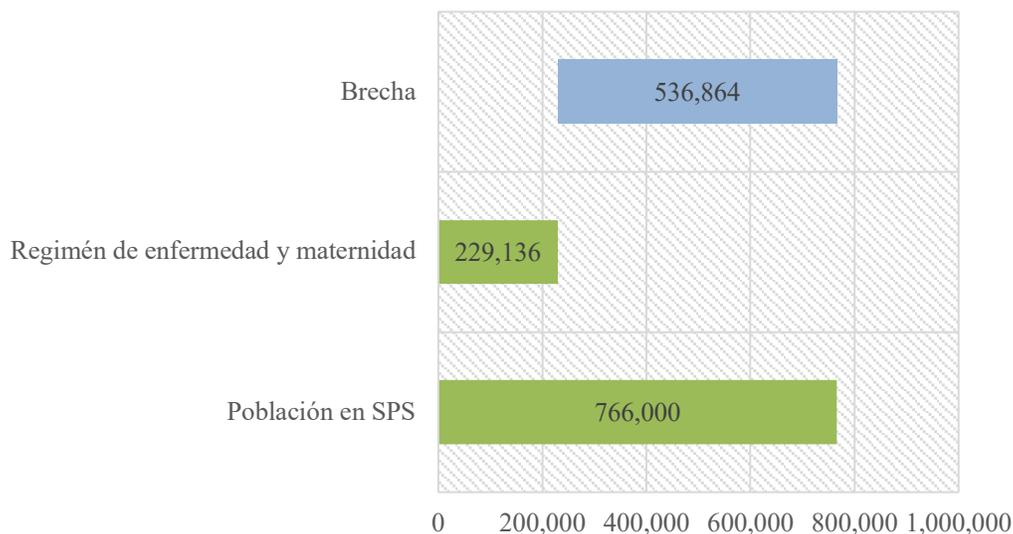


Figura 6. Población de San Pedro Sula beneficiada por el IHSS

Fuente: (BCH, 2018)

Adicionalmente y tomando en cuenta los resultados del indicador en el Producto Interno Bruto de los últimos años, el país muestra un crecimiento en dicho factor de evaluación, lo que supone una mejora proporcional del ingreso per cápita que se traduce en mejora del poder adquisitivo de los ciudadanos, tal como lo muestra la Figura 7 elaborada de acuerdo con la

información proporcionada por el Banco Central de Honduras en su informe Honduras en Cifras 2015-2017.

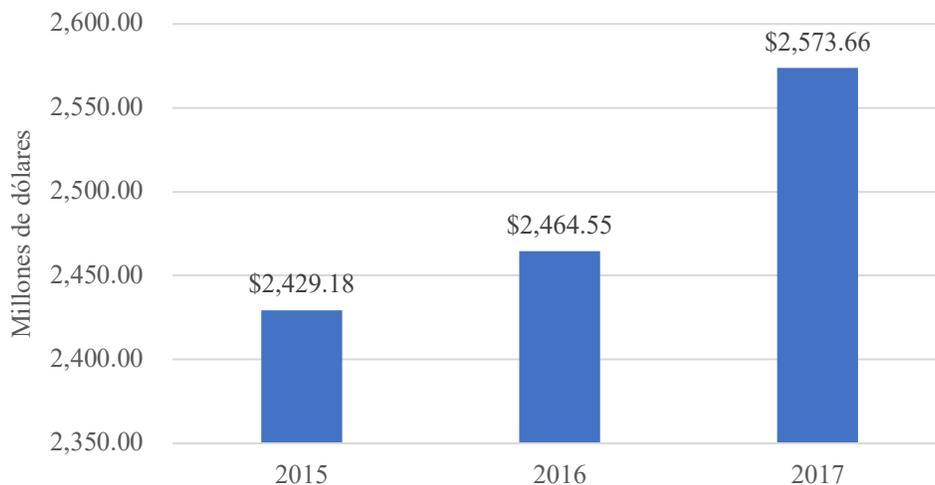


Figura 7. Resultados del Producto Interno Bruto per Cápita

Fuente: (BCH, 2018)

Adicional a los antecedentes descritos, se realizaron acciones con el objetivo de obtener acceso a estudios previos relacionados con el tema de investigación.

Al respecto, se logró obtener acceso en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), campus de San Pedro Sula, a una tesis de postgrado desarrollada en el 2013, nombrada Evaluación de la Prefactibilidad de una Correduría de Seguros en San Pedro Sula, Cortés, sustentada por Luis Alain Castro Quesada y Daniel Andres Kattan Lockmer. La investigación realizada en esta tesis mostró que existe un mercado que tiene interés en este tipo de servicio y concluyó que era factible la creación de la correduría en San Pedro Sula, después de haber realizado la evaluación económica y de haber obtenido una TIR mayor a su costo de capital.

Se realizaron visitas a la Universidad Nacional Autónoma de Honduras en su campus en San Pedro Sula, pero no se obtuvo ningún resultado de la búsqueda, dado que el personal encargado de la biblioteca no tiene disponible las tesis para quién desea revisarlas, debido a que se encuentran almacenadas en las bodegas de la universidad.

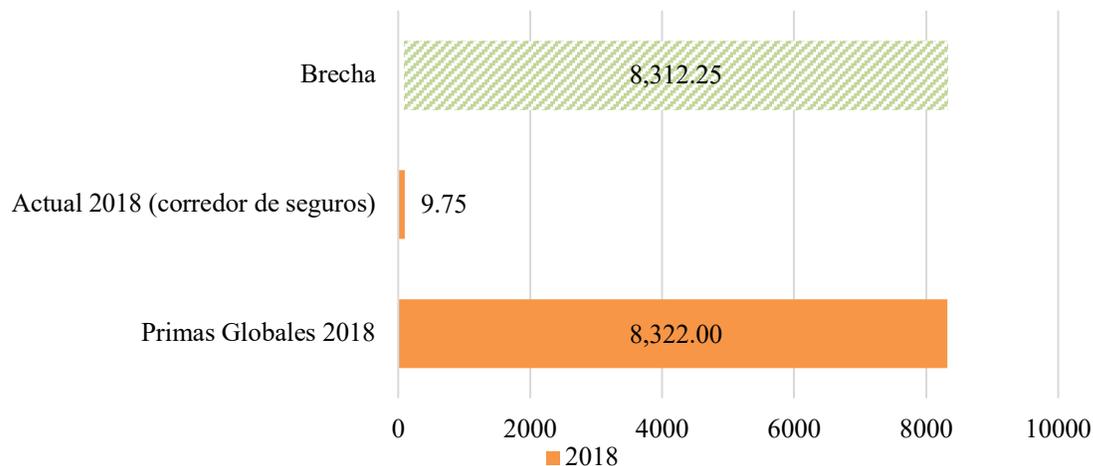


Figura 8. Comportamiento del mercado de primas totales en seguros

Fuente: (CAHDA, 2018)

Asimismo, se visitaron los campus de la Universidad Católica de Honduras (UNICAH) y de la Universidad de San Pedro Sula (USAP), y no se encontró ninguna tesis de investigación sobre el tema de prefactibilidad de creación de una correduría de seguros.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Tomando como base la información proporcionada por el corredor en cuanto al incremento de la cartera de clientes que ha venido obteniendo año con año, y los datos proporcionados por la Cámara Hondureña de Aseguradores; se realizará un estudio de mercado, técnico y financiero para determinar si es factible crear una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En los últimos años ha incrementado la producción de primas de seguros en los diferentes tipos que existen y el corredor de seguros únicamente está cubriendo una mínima parte del mercado asegurador, lo que significa la existencia de una brecha que representa una oportunidad de mercado y crecimiento, además de cumplir el sueño de dejar el legado a sus hijos y amparar la cartera de clientes bajo una correduría constituida. Sin embargo, se desconoce si abrir una correduría de seguros en San Pedro Sula es realmente factible en cuanto a rentabilidad del proyecto.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La formulación del problema respalda el objetivo general de la investigación formulada a través de una pregunta clara para orientar su solución.

¿Es factible desde la perspectiva del estudio de mercado, técnico y financiero abrir una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- 1) ¿Cuál es la demanda actual en el mercado de San Pedro Sula hacia la adquisición de seguros?
- 2) ¿Cuáles son las corredurías de seguros que hay en el mercado de San Pedro Sula?
- 3) ¿Cuáles son los tipos de seguro más solicitados en San Pedro Sula?
- 4) ¿Cuánto están dispuestos a pagar las personas por un seguro?
- 5) ¿Cuáles son las mejores estrategias de venta para ofrecer seguros?
- 6) ¿Cuáles son los requerimientos legales que se deben cumplir para establecer una correduría de seguros?
- 7) ¿Cuál es la localización más adecuada para establecer la oficina de correduría?
- 8) ¿Cuál es la estructura organizacional mínima para un manejo eficiente de una correduría?
- 9) ¿Cómo funciona la relación entre la aseguradora, la correduría y el cliente?
- 10) ¿Cuál será el espacio físico necesario para las operaciones de la empresa?
- 11) ¿Qué mobiliario y equipo se requerirá para las oficinas de la empresa?
- 12) ¿Qué insumos se necesitan para el funcionamiento de la empresa?
- 13) ¿Cuáles son los convenios o alianzas entre las aseguradoras y corredurías de seguros en cuanto a pago de comisiones?
- 14) ¿Cuáles son los costos en que incurre una correduría de seguros?
- 15) ¿Cuál será la inversión inicial para este proyecto?
- 16) ¿Cómo afecta la inflación al mercado de seguros?
- 17) ¿Cuál es la tasa de interés para préstamos actual en el mercado?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

En el presente estudio se establecen objetivos que darán la orientación a la investigación para lograr conocer y entender los resultados que se obtengan.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general nos dirigirá hacia la búsqueda de la solución del problema, y se plantea en tres niveles esenciales: ¿qué hacer?, ¿cómo hacerlo? ¿y para qué hacerlo?

Determinar si es factible crear una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula, Honduras.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Determinar la demanda actual del rubro de seguros a través de un estudio de mercado.
- 2) Identificar los equipos, ubicación, organización humana y jurídica y los procesos necesarios para llevar a cabo el proyecto por medio del estudio técnico
- 3) Evaluar si la creación de una correduría es rentable o no mediante un estudio financiero aplicando las técnicas de TIR y VPN.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Es conveniente llevar a cabo esta investigación pues a través de ella se determinará si la creación de una correduría de seguros en San Pedro Sula será rentable o no. Los resultados del estudio serán de utilidad para el corredor de seguros debido a que obtendrá toda la información necesaria para poder evaluar todas las ventajas y riesgos que podría tener al poner en marcha el proyecto.

Asimismo, la investigación proporcionará implicaciones prácticas. De acuerdo con los resultados publicados por la CAHDA en los últimos cinco años ha existido aumento en la producción de las primas de seguro, el cual nos indica que hay interés en las personas en la adquisición de seguros, lo cual representa una oportunidad de crecimiento para el corredor de seguros.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se realiza una revisión bibliográfica de las fuentes de información orientadas al tema de investigación. Se citan las fuentes más importantes y relevantes que aportan el sustento de la investigación.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La industria de seguros es un sector vinculado al sector económico y financiero, por lo que se hace necesario revisar las perspectivas y previsiones a nivel global y sus efectos en el mercado asegurador.

De forma trimestral, la Fundación MAPFRE, realiza una serie de publicaciones de los resultados de sus investigaciones relacionadas al comportamiento de las economías a nivel global y sectorial, y sus efectos en la industria de los seguros.

De acuerdo con el informe denominado Panorama Económico y Sectorial 2019, la economía mundial se acerca a un ciclo de desaceleración producto de las políticas de proteccionismo de la administración Trump y sus efectos en la economía China. Se anticipa un crecimiento mundial para el 2019 cerca del 3.3% en comparación con 3.6% del 2018, con el resultado de un aumento en los costos financieros (Fundación MAPFRE, 2019b, p. 13).

El crecimiento de la actividad económica favorece al mercado asegurador a nivel global, al aumentar los índices del Producto Interno Bruto producirá un incremento en las primas de seguros mundiales, dada su fuerte vinculación con el comportamiento del ciclo económico. De igual forma el aumento en los tipos de intereses ayudará a mejorar la rentabilidad de las compañías aseguradoras con la mejora en el negocio asegurador de vida y rentas vitalicias (Fundación MAPFRE, 2019b, p. 73).

Es importante destacar el papel que desempeñan las corredurías de seguro en el mercado de seguros. Ser mediadores entre las aseguradoras y el cliente, hace que el éxito de su desempeño sea proporcional a la calidad de su asesoría individual. Las corredurías se encargan de gestionar ante las aseguradoras las necesidades del cliente y apoyarles en casos de siniestros.

El rol que realizan las corredurías tiene cada vez mayor importancia en el mercado de los seguros, la competencia es cada día más fuerte entre las aseguradoras y cada vez son más las personas que prefieren los servicios de una correduría con el objetivo de obtener una comparación de los productos de seguros existentes en el mercado asegurador.

En función de esta preferencia, se abre una oportunidad para las corredurías y los corredores de seguros que, al cumplir con su función de intermediario, obtiene el beneficio subyacente en el pago de las primas de seguros contratadas por el mercado objetivo.

En un escenario donde la globalización, los avances en tecnologías y comunicaciones avanzan a pasos acelerados, es vital adoptar estrategias que permitan a las compañías aseguradoras y corredurías ofrecen un servicio diferenciado que aporte valor agregado al cliente. La digitalización de la información provee a los usuarios de seguros la oportunidad de estar más informados sobre sus gestiones, así como de acceder de forma inmediata a las coberturas incluidos en sus pólizas.

De acuerdo con la publicación en su sitio web, Deloitte afirma que los nuevos avances tecnológicos transformarán el sector de las compañías aseguradoras en el mundo, dejando a un lado la actual oferta. El aprovechamiento de la digitalización promete grandes cambios, para el año 2020 la cuota de mercado de las compañías que ofrezcan soluciones digitales superará su facturación más allá de los 15 billones de euros (Deloitte Global, 2019).

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

El Ranking de los Mayores Grupos Aseguradores Europeos, es publicado por la Fundación Mapfre en su portal en línea. El informe realiza este análisis conforme al volumen de primas a nivel global. Para la elaboración de este ranking, la institución hace uso de los datos publicados por los propios grupos aseguradores en sus informes anuales.

Para el 2017 los resultados de la evaluación se vieron afectados por dos hechos importantes, los bajos intereses en sector financiero que afectaron el desarrollo de los negocios en vida ahorro y rentas vitalicias, así como el rendimiento de las inversiones.

Por otra parte, los fenómenos catastróficos en diferentes regiones que impactaron en forma

negativa en los resultados de negocios en el ramo de No Vida, debido a la elevada siniestralidad. (Fundación MAPFRE, 2018b, p. 11).

Los resultados en este ranking entre grupos de aseguradores son afectados por diferentes circunstancias presentes en la región en la que llevan a cabo sus operaciones. Para el caso, los grupos con operaciones en el Reino Unido, ha sido afectados por la revisión de la tasa impuestos que es utilizada para calcular las indemnizaciones en caso de lesiones corporales. Otros grupos de aseguradores europeos han sido afectados por la reforma fiscal estadounidense.

Otros factores que afectaron las operaciones de las aseguradoras fueron las catástrofes naturales, principalmente las que afectaron al continente americano.

Los huracanes Harvey, Irma y María que impactaron en el litoral atlántico de Norteamérica y en el Caribe en el tercer trimestre del año, los dos terremotos acaecidos en México en septiembre, y los incendios forestales de California en el cuarto trimestre de 2017, influyeron negativamente en el resultado técnico de la mayoría de los grupos. (Fundación MAPFRE, 2018b, p. 17)

En el ranking total de aseguradores en Europa mostrado en la tabla 1, el grupo francés Axa lidera por los resultados en el volumen de primas al 2017. Axa tiene mucha presencia en Europa y es una de las aseguradoras más importantes en España por su volumen de negocios.

Tabla 1. Mayores aseguradores europeos, 2017

#	GRUPO	PAÍS
1	AXA	Francia
2	ALLIANZ	Alemania
3	GENERALI	Italia
4	PRUDENTIAL	Reino Unido
5	ZURICH	Suiza
6	TALANX	Alemania
7	CNP	Francia
8	AVIVA	Reino Unido
9	CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES	Francia
10	MAPFRE	España
11	AEGON	Holanda

Continuación de tabla 1.

	GRUPO	PAÍS
12	BNP PARIBAS CARDIFI	Francia
13	POSTE VITA	Italia
14	ERGO	Alemania
15	COVÉA	Francia

Fuente: (Fundación MAPFRE, 2018b)

Un criterio de clasificación similar se presenta entre las empresas de correduría a nivel mundial. De acuerdo con el volumen de ingresos obtenido en el 2017, la revista Business Insurance publica el ranking de los diez primeros brokers de seguros en el mundo, que generaron en conjunto un total de ingresos de 47 mil millones de dólares, un crecimiento del 2.7% más que el 2016.

Brokers es el término utilizado en el mundo anglosajón para referirse a los corredores o corredurías de seguros.

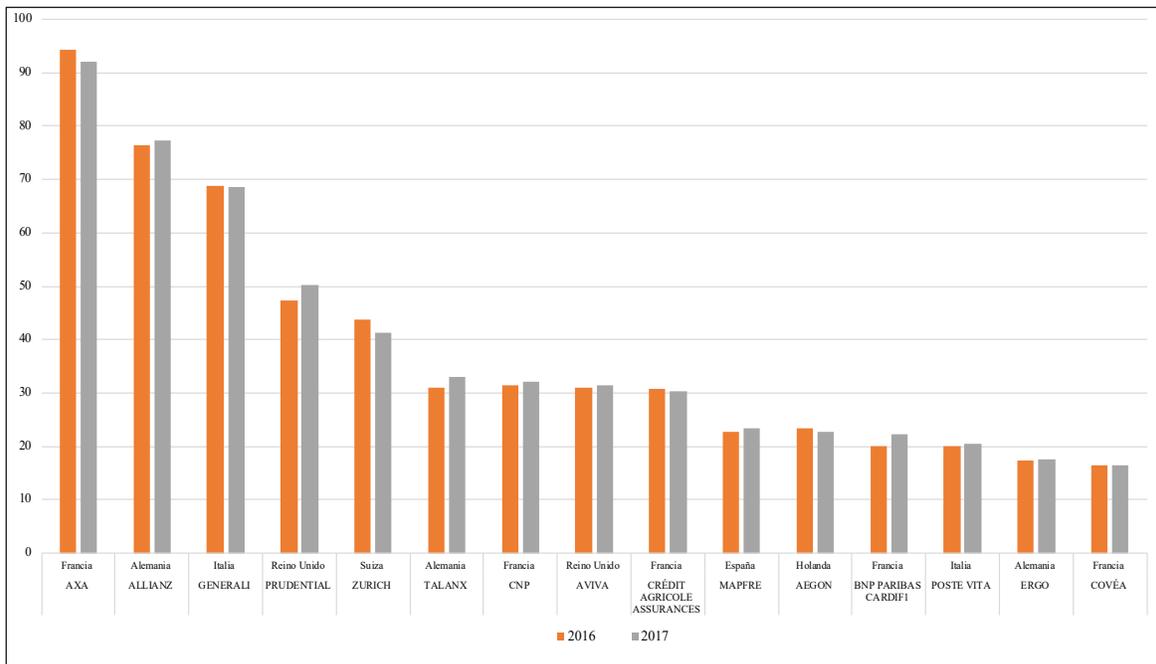


Figura 9. Mercado total: ranking total de grupos aseguradores europeos, 2017.

Fuente: (Fundación MAPFRE, 2018b)

El Grupo Marsh & McLennan Companies, que posee una plantilla de 54,000 empleados en el mundo y está presente en más de 100 países, lidera al 2017 el ranking mundial de brokers de

seguros, seguido de Aon y Willis Towers Watson. Bussines Insuranse afirma que “El aumento en las fusiones y adquisiciones en los últimos años ha traído un cambio significativo a la industria de seguros, lo que se refleja en la clasificación de Business Insurance de las firmas de la industria (Business Insurance, 2019)

Rank	Company	2017 brokerage revenue
1	Marsh & McLennan Cos. Inc. ¹	\$14,035,000,000
2	Aon PLC	\$9,966,000,000
3	Willis Towers Watson PLC	\$8,116,000,000
4	Arthur J. Gallagher & Co.	\$4,539,400,000
5	BB&T Insurance Holdings Inc.	\$1,918,256,000
6	Hub International Ltd.	\$1,870,974,000
7	Jardine Lloyd Thompson Group PLC	\$1,865,107,940
8	Brown & Brown Inc.	\$1,857,270,207
9	USI Insurance Services LLC ²	\$1,635,038,677
10	Lockton Cos. LLC	\$1,564,289,000

¹ Announced agreement to buy Jardine Lloyd Thompson Group PLC in September 2018; ² Acquired Wells Fargo Insurance Services USA Inc. in November 2017, Key Insurance & Benefits Services Inc. in May 2018.

Source: BI survey

Figura 10. Mayores Brokers de Seguros en el Mundo

Fuente: (Business Insurance, 2019)

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

En la revisión de las fuentes bibliográficas sobre estudios de investigación relacionada con el mercado de seguros, encontramos las publicaciones realizadas por la Fundación MAPFRE cuyo objetivo es difundir el conocimiento, la cultura del seguro y de la previsión social.



Figura 11. Crecimiento económico del mercado asegurador en América Latina y el PIB
Fuente: (MAPFRE, 2018a)

En su informe El Mercado Asegurador Latinoamericano en 2017, se afirma que en la última década se han producido cambios importantes en el mercado asegurador en América Latina a partir de la actualización de legislaciones que han propiciado la apertura de los mercados y la creación y distribución de productos más accesibles a la población. (Fundación MAPFRE, 2018a, p. 9)

De acuerdo con el estudio, América Latina recuperó el crecimiento en 2017 (1.3% del PIB). En el 2017, el volumen total de primas en América Latina y el Caribe ascendió a 159,217 millones de dólares. (Fundación MAPFRE, 2018a, p. 25)

Esta recuperación económica ha favorecido al desarrollo del mercado asegurador, el cual se encuentra ligado al comportamiento del ciclo económico de la región. La figura 11 refleja el comportamiento de las primas de seguros comparada con la evolución del PIB a nivel regional.

Siendo América Latina una región vulnerable a las catástrofes naturales, es importante destacar que durante el 2017 se produjeron 19 catástrofes naturales y siniestros provocados por la mano del hombre en el medio ambiente. Estos incidentes causaron 1,375 víctimas y daños económicos estimados en 31.6 mil millones de dólares, de los cuales solo 5.1 mil millones estaban asegurados.

En conjunto, los huracanes Harvey, Irma y María, causaron más de 200 muertes y pérdidas económicas estimadas en 196 y 342 mil millones de dólares.

A las estimaciones anteriores, se suman otras catástrofes que tuvieron impacto importante en América Latina, los terremotos de México que ocasionaron 298 muertes y pérdidas económicas entre 1.3 y 3.7 mil millones de dólares (Fundación MAPFRE, 2018a, p. 25).

Las previsiones en seguros sobre las catástrofes naturales tendrán un impacto notable en las tarifas de seguros y las contrataciones de los reaseguros, debido al impacto de la siniestralidad sobre el resultado de las operaciones de las empresas.

El estudio realizado por (Fundación MAPFRE, 2018a, p. 25) denominado El Mercado Asegurador Latinoamericano en 2017, hace referencia en un apartado especial al tema de Inclusión Financiera en Seguros, cuyo enfoque se determina por el acceso de la sociedad a productos que permitan la protección contra riesgos básicos (vida, salud, accidentes, propiedad y responsabilidad).

El análisis de las barreras a la inclusión financiera en seguros es definido desde la perspectiva de la demanda por la reducida renta de la población objetivo que apenas alcanza para cubrir las necesidades básicas de la población y con pocas posibilidades de crecimiento a futuro, y por otro lado el bajo grado de educación financiera que caracteriza a la población.

La otra perspectiva es la oferta por la existencia de modelos de negocios que no se adaptan a las condiciones de los mercados, el diseño mismo de los productos que permita la simplificación del para enfrentar los bajos niveles de educación financiera, y por otro lado los mecanismos de distribución que hacen uso de los tradicionales agentes y corredores, haciendo necesaria la adaptación de nuevos canales de distribución que sea más accesibles a la población.

Adicionalmente, se requiere adoptar ciertos cambios en las leyes relacionadas que permitan el crecimiento de seguros a la medida de las necesidades de la población excluida, mediante incentivos para la innovación de productos, incentivos de reducción de costos y la implementación de proyectos pilotos sobre nuevos productos y mecanismos de distribución.

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

Para abordar el tema de seguros y la demanda de los mismos entre la población hondureña, abordamos el tema a partir de la perspectiva de cultura de aseguramiento, participación del mercado y oferta de productos.

2.1.3.1 CULTURA DE ASEGURAMIENTO

El seguro es un instrumento utilizado por el sistema financiero que ofrece a las personas naturales y organizaciones un mecanismo de prevención contra riesgos de diferentes tipos. El estudio de investigación denominado: Definición y Medición de la Cultura Aseguradora. Aplicación al caso español, realizado por el área de Seguro y Previsión Social de MAPFRE, define el termino cultura de aseguramiento de la siguiente forma:

En concreto, la cultura aseguradora se define como el proceso por el cual los ciudadanos mejoran su comprensión de la actividad aseguradora, sus conceptos y riesgos y, a través de la información, la enseñanza y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza precisas para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades que ofrece el seguro, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y llevar a cabo cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar y seguridad. (Cabo Serrano, Alcalá López, & Rodríguez Lupiáñez, 2015)

En este sentido, la labor que realiza el corredor de seguros y las corredurías se vuelve fundamental en su papel de asesor y educador, ofreciendo la información amplia y objetiva de las opciones que hay en el mercado asegurador en Honduras, para prevenir riesgos en diferentes áreas. Se trata de una relación de apoyo que va más allá de la venta del instrumento financiero, dado que el corredor procura brindar ayuda no solo en el momento de la contratación del seguro, sino también en casos de siniestros.

Es importante puntualizar que la cultura de aseguramiento debe ser una conducta que la población debe de obtener a través del conocimiento de la prevención y de los mecanismos que el sistema financiero ofrece. Estos términos y sus condiciones son parte de la educación financiera que debe estar disponible para la población a través de las instituciones públicas y privadas del país, para asegurar la correcta toma de decisiones a corto y largo plazo.

El Banco de Desarrollo de América Latina en su documento denominado: La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas, define el término educación financiera así:

La educación financiera se define como: el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico. (García, Grifoni, López, & Mejía, 2013, p. 15)

Actualmente, el gobierno de Honduras lleva a cabo un programa de desarrollo como Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), en el que la educación financiera se presenta como un pilar cuyo objetivo es minimizar las barreras de acceso a los servicios financieros de la población.

Parte de esta estrategia está siendo apoyada a través de la Comisión Nacional de Bancas y Seguros (CNBS) por medio de una unidad definida como Gerencia de Protección al Usuario Financiero, cuyo objetivo primordial es difundir la educación financiera a nivel de todo el país, en colaboración con diferentes instituciones públicas y privadas.

Recientemente, se realizó un Mapeo de Iniciativas de Educación Financiera en Honduras que actualmente existe una creciente oferta de iniciativas de educación financiera cuyos objetivos están direccionados a la generación de una cultura financiera, oferta que está concentrada en su mayor parte en los departamentos de Cortés y Francisco Morazán, específicamente en las zonas urbanas.

El conocimiento en la temática financiera abrirá el camino hacia la comprensión del uso de los seguros, el funcionamiento de los diversos productos de protección de riesgos, las regulaciones sobre los mismos y los beneficios que se obtienen a través de estos.

2.1.3.2 PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

De acuerdo con la información publicada por la Comisión Nacional de Bancas y Seguros (CBNS) en su página web, a diciembre de 2018 operan en el país 12 compañías aseguradoras legalmente autorizadas. Diez de ellas tienen sus oficinas principales operando en la ciudad de Tegucigalpa y 2 en San Pedro Sula. Interamericana de Seguros, con el nombre comercial Ficohsa Seguros, lidera el grupo con la mayor cantidad de funcionarios y empleados (Comisión Nacional

de Bancos y Seguros, 2018). La tabla 2 muestra el listado de estas compañías. La figura 12 muestra sus resultados en primas totales entre 2017 y 2018.

Las cifras publicadas en el Informe Preliminar de Información Financiera del Sector Asegurador Hondureño, publicado por la Cámara Hondureña de Aseguradores (CAHDA), muestran los resultados de la participación de las compañías aseguradoras en las primas totales obtenidas en el año 2018, mostrando resultados positivos en este ranking para Interamericana de Seguros, seguida por Mapfre y Seguros Atlántida. (CAHDA, 2018, p. 4)

Tabla 2. Compañías aseguradoras operando en Honduras.

No	Instituciones de Seguros	Nombre de la Referencia	Fecha Inicio de Operaciones	Sucursales	Agencias	No. de Funcionarios y Empleados
1	Seguros Bolívar Honduras, S.A.	Seguros Davivienda	17-ene-1917	0	3	153
2	Pan American Life Insurance Company	Palic	31-mar-1944	0	0	78
3	MAPFRE SEGUROS HONDURAS, S.A.	MAPFRE SEGUROS	9-jul-1954	2	0	182
4	Interamericana de Seguros, S.A.	Ficohsa Seguros	12-abr-1957	1	1	361
5	Seguros Continental, S.A. 4/	Continental	15-oct-1968	0	1	67
6	Seguros Atlántida, S.A.	Atlántida	1-ene-1986	4	0	228
7	Seguros Crefisa, S.A.	Crefisa	1-sep-1993	0	2	114
8	Seguros Equidad, S.A.	Seguros Equidad	24-mar-2000	1	2	101
9	Seguros del País, S.A	Seguros del País	7-feb-2002	1	0	79
10	Seguros Lafise (Honduras), Sociedad Anónima	Seguros Lafise	1-dic-2009	0	4	72
11	ASSA Compañía de Seguros, S.A. Sucursal Honduras	ASSA	1-mar-2013	0	1	52
12	Seguros Banrural Honduras, Sociedad Anónima	Seguros Banrural	25-ago-2016	0	0	25
	Subtotal			9	14	1,512

Fuente: Comisión Nacional de Bancas y Seguros (CNBS, 2018)

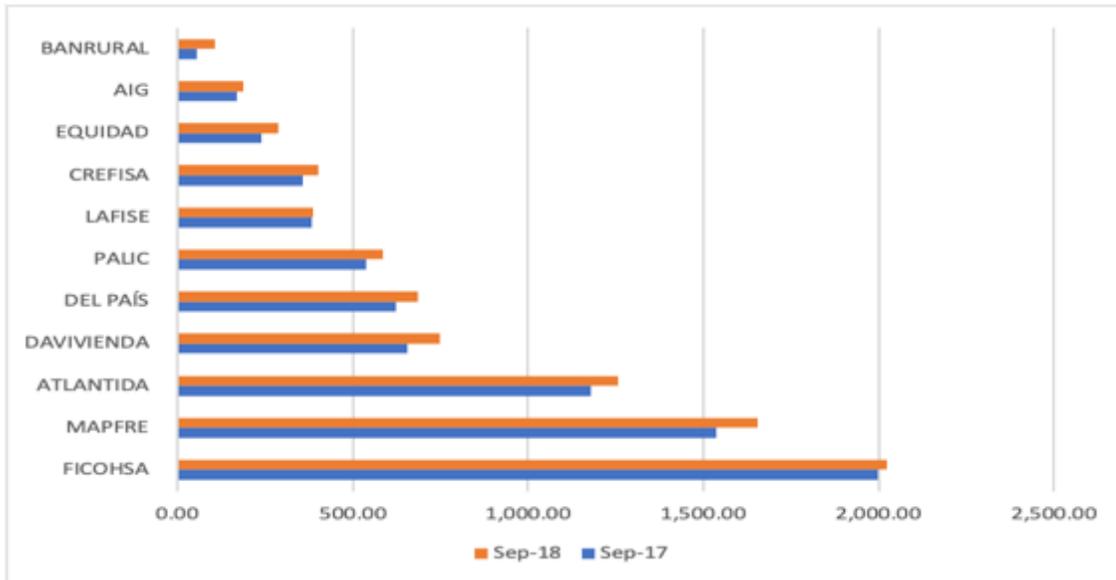


Figura 12. Primas totales por compañía aseguradora (en millones de Lempiras)

Fuente: (CAHDA,2018)

El volumen de primas totales del mercado asegurador en Honduras en el 2018 ascendió a 8,322.8 millones de Lempiras. Este crecimiento representó el 7.4% con respecto al 2017.

De acuerdo con la tabla de proyecciones de crecimiento de América Latina y el Caribe, 2018-2019, publicados por la CEPAL, Honduras mostrará un crecimiento de 3.6% en el Producto Interno Bruto, siguiendo un comportamiento similar al 2017 y 2018. A pesar de que no se muestran cambios nobles de crecimiento económico, esta proyección favorece al mercado asegurador al mostrar resultados positivos que generan un ambiente estable del mercado.(CEPAL, 2018).

De la misma forma que la CNBS controla lo relacionado con las compañías aseguradoras en el país, también interviene en todo lo relacionado con el funcionamiento de los intermediarios de seguros, pudiendo ser estos agentes independientes autorizados (corredores) o sociedades de corretaje (corredurías), quienes deben de someterse a todas las regulaciones para poder operar de forma autorizada en la República de Honduras.

Año con año estos intermediarios de seguros están obligados a presentar la renovación de su inscripción ante la CNBS. Ninguna compañía aseguradora podrá pagar comisiones a los

intermediarios sino ha renovado su inscripción. De acuerdo con el registro publicado por la Gerencia de Protección al Usuario Financiero (GPUF), actualmente se encuentran registradas y debidamente autorizados un aproximado de 390 corredores y 160 corredurías a nivel nacional. (GPUF, 2019).

2.1.3.3 OFERTA DE PRODUCTOS DE SEGUROS

La oferta de productos de seguros que existe en el mercado hondureño se concentra en similares características entre las 12 compañías aseguradoras que operan en el país. El siguiente es el listado de seguros en ramos de vida y no vida:

Seguros de Vida

- 1) Seguro de vida individual
- 2) Seguro de vida colectivo

Seguros No Vida

- 1) Seguro de accidentes personales
- 2) Salud y Hospitalización
- 3) Incendio
- 4) Vehículos automotores

2.2 TEORÍA DE SUSTENTO

En esta sección se detallan las teorías de sustento acerca del rubro de seguros, en donde se definirán y establecerán las dimensiones, las variables y medición que ayudarán a lo largo de la investigación.

2.2.1 SEGUROS

2.2.1.1 DEFINICIÓN DE SEGUROS

CAHDA (2018), menciona que los seguros son un instrumento de previsión personal.

Definen los seguros como una actividad de servicios financieros por la que se obliga a una persona por medio del cobro de una prima, en caso llegar a existir una eventualidad, indemnizar a otros el daño producido.

2.2.1.2 TIPOS DE SEGUROS

Actualmente existen dos ramos de seguros, que son seguros de daños y seguros de personas. Dentro de estos ramos existen diferentes tipos de seguros que pueden ofrecer las diferentes aseguradoras, cada una acorde al ramo autorizado que tiene por la CNBS.

Cada institución de seguros tiene ciertas características y condiciones que cada una determinan. A continuación, se detallan los diferentes tipos de seguros en forma general:

- 1) Seguros de vida: El seguro de vida es el pago del cual se depende del fallecimiento o supervivencia del asegurado en un tiempo determinado (Fundación MAPFRE, 2019a)
- 2) Seguros de accidentes personales: Son seguros individuales que cubren cualquier riesgo o accidente de acuerdo con las condiciones de cada aseguradora y lo estipulado en la póliza. (Fundación MAPFRE, 2019a)
- 3) Seguros por enfermedades y hospitalización: Comúnmente se le llama seguro de gastos médicos. La finalidad de este seguro es pagar solo un porcentaje del costo total de cualquier eventualidad, el cual varía y dependerá de lo que establece la póliza de seguro del asegurado. (Fundación MAPFRE, 2019a)
- 4) Seguros de vehículos: Seguro que cubre cualquier eventualidad o accidente vehicular, siempre bajos los acuerdos establecidos en la póliza de seguro. (Fundación MAPFRE, 2019a)
- 5) Seguros de incendios: Este seguro tiene la finalidad de compensar los daños ocasionados a algún bien que está bajo cobertura de una póliza de seguro. (Fundación MAPFRE, 2019a)

2.2.1.3 PÓLIZAS DE SEGUROS

Las pólizas de seguros son contratos o documentos legales en donde se establecen todas las condiciones generales y específicas, se determinan las cláusulas y términos de la cobertura

dependiendo del tipo de seguro que el asegurador adquiriera.

“Es la evidencia escrita y válida entre el asegurado y la aseguradora” (Cámara Hondureña de Aseguradores (CAHDA), 2018).

Todas las pólizas de seguros emitidas por las instituciones aseguradoras deben cumplir con los requerimientos y regulaciones de la Comisión ya que de lo contrario será penalizada por no cumplir con lo que establece la institución reguladora. (Poder Judicial de Honduras, 2001)

2.2.1.4 CORREDURÍA DE SEGUROS

Son sociedades mercantiles de cualquier naturaleza, inscritas en el Registro de Agentes y Corredores de la Comisión, cuya función es ser intermediario en los negocios de seguros entre las personas que requieren el seguro y las aseguradoras. (Comisión Nacional de Banca y Seguros, 2019)

Quien vende el producto, que en este caso es el seguro, es la aseguradora por medio de una correduría que sirve de intermediario y que a su vez cuenta con corredores de seguros que están autorizados para servir como asesor para el cliente final.

A cambio de este servicio de ser intermediario, perciben una comisión y sin relación de dependencia con las partes.

Según la Ley de instituciones de seguros y reaseguros, basado en el artículo 94; todo corredor independiente, dependiente o correduría de seguros se requiere la autorización previa de la Comisión Nacional de banca y Seguros y debe mantener vigente el certificado que emite esta institución y además deberá sujetarse a todas las demás disposiciones que demande la Comisión.

También menciona que todo corredor independiente o correduría de seguros está regulado por un contrato con las aseguradoras con quien trabaja como intermediario en el asegurador y la aseguradora. El contrato pasa por la Comisión para llevar un control y que se respeten los acuerdos y artículos que se estipulan en la ley de seguros y reaseguros.

2.2.1.5 PRIMAS DE SEGUROS

Se define prima de seguros a la cuota monetaria que el asegurado debe pagar a cambio de la cobertura del riesgo que el contrato de seguro convenido garantiza. (Poder Judicial de Honduras, 2001)

El asegurador paga la prima y puede llegar a negociar si el pago lo hace de un solo o en cuotas. Toda esta información se revisa con el corredor de seguro y él se encarga de tramitar esto con la aseguradora.

2.2.2 PREFACTIBILIDAD

2.2.2.1 DEFINICIÓN

Prefactibilidad es un estudio que ayuda a determinar si es viable o no llevar a cabo un proyecto, con el fin de tomar decisiones correctas. Se analiza toda la información necesaria para que el riesgo económico sea lo mínimo posible.

“En esta etapa se profundizan la investigación con fuentes secundarias y primarias para el estudio de mercado” (Baca Urbina, 2013, p.5)

Adicional, se analiza la parte técnica, económica y financiera para poder determinar si el proyecto resulta rentable o no. A continuación, se desglosa como se estructura el proceso de un estudio de prefactibilidad.

2.2.2.2 PROCESO DE PREPARACIÓN DE LA PREFACTIBILIDAD

En esta parte de la investigación, se describen los procesos generales y las interpretaciones de un estudio de factibilidad. En la literatura encontramos diversas metodologías que describen estos procesos que en general guardan similitudes.

En el caso de Chain (2007) determina la necesidad de realización de cuatro tipos estudios: el de mercado, técnico, organizacional-administrativo-legal y el financiero. Agregando a los

anteriores el estudio o análisis de impacto ambiental. Mientras los primeros proporcionarán la información relacionada con los costos y beneficios, el último se concentrará en la búsqueda de un proceso continuo de mejoramiento ambiental a partir de toda la cadena de producción.

Para Baca Urbina (2001), “la estructura general de evaluación proyectos se enfoca en el análisis de mercado, análisis técnico operativo, análisis financiero y el análisis socioeconómico” (p. 4).

2.2.3 ESTUDIO DE MERCADO

Baca Urbina (2001) define este estudio como la primera parte de una investigación formal en donde calcula la demanda y oferta, analiza los precios y por último estudia la comercialización del producto o servicio.

A partir de este estudio se podrá contar con un estimado de las personas a las cuales se puede llegar a brindar el servicio que se desea ofrecer. Es importante también conocer a fondo que ofrece la competencia para ver las posibles debilidades y poder atacar esa parte del mercado.

Baca Urbina (2013) menciona “en la indagación cualitativa, los instrumentos no son estandarizados, en ella se trabaja con múltiples fuentes de datos, que pueden ser entrevistas, observaciones directas, documentos, material audiovisual, etc.” (p. 409).

Para llevar a cabo el estudio de mercado es necesario emplear técnicas que nos brindaran información específica y objetiva. Dentro de estas técnicas se realizarán entrevistas como parte del estudio cualitativo y encuestas para el estudio cuantitativo.

En la figura 13 se muestra cómo se estructura el estudio de mercado y cuáles son sus factores principales para el análisis.

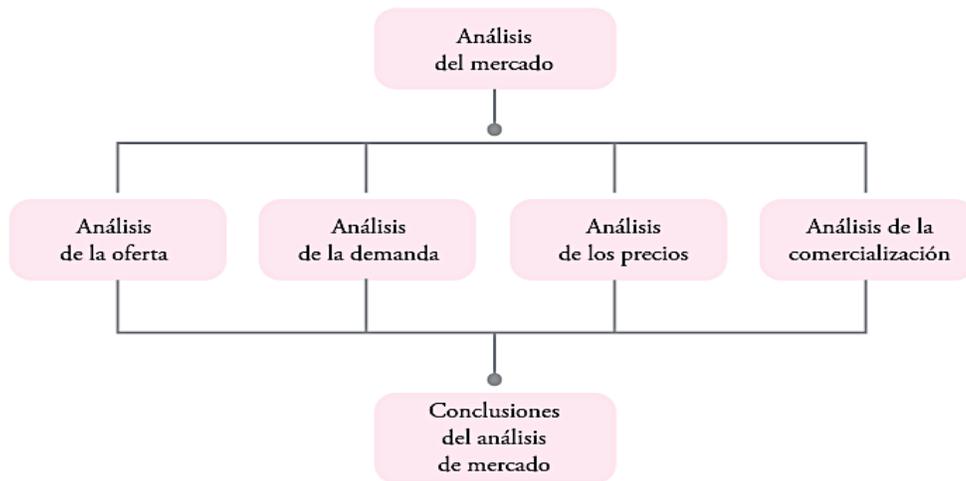


Figura 13. Estructura del análisis de mercado

Fuente: (Baca Urbina, 2013)

A continuación, se detallan los factores que analiza el estudio de mercado:

2.2.3.1 DEMANDA

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca Urbina, 2013, p. 17).

La demanda va amarrada a los ingresos de las personas, ya que dependiendo de los ingresos podrá también buscar productos o servicios de acuerdo con sus ingresos.

En el rubro de seguros la demanda podría llegar a ser obligatoria además de satisfacer una necesidad o deseo. Por ejemplo, cuando un banco otorga un préstamo de vivienda es obligatorio el pago de un seguro por el tiempo en que tenga vigente el préstamo. Es por ello que la demanda en el rubro de seguros es muy variada.

2.2.3.2 OFERTA

Baca Urbina (2001) menciona que el análisis de la oferta “es determinar o medir la cantidad y las condiciones en que una economía puede y querer poner a disposición del mercado un bien o servicio”.

Las aseguradoras y corredurías de seguros se ven impactadas por las condiciones de la economía como ser las leyes por las cuales son reguladas. Este rubro va muy amarrado al sistema financiero del país.

2.2.3.3 PRECIO

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar a un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio”(Baca Urbina, 2001, p. 48)

Para el caso de los seguros el precio que en este caso se le denominará prima, varía de acuerdo con el tipo de seguro que el cliente contrata y a su vez con que aseguradora toma el seguro. Cada aseguradora tiene sus propios porcentajes de rentabilidad y en base a sus estadísticas de siniestralidad y rentabilidad establece las primas de los seguros.

2.2.3.4 COMERCIALIZACIÓN

Baca Urbina (2001) define la comercialización del producto como la actividad que permite hacer llegar el producto o servicio al consumidor final para satisfacer su necesidad.

En el rubro de seguros, las corredurías de seguros sirven como intermediarios entre el cliente interesado en seguro y la aseguradora que es quien cuenta con el producto.

2.2.4 ESTUDIO TÉCNICO

En esta sección se detallará y explicará de manera general como se constituye el estudio técnico de un proyecto de acuerdo con la teoría de Urbina, 2001.

La figura 14 muestra las partes que componen el estudio técnico:



Figura 14. Estructura del estudio técnico

Fuente: (Baca Urbina, 2013)

Las variables de estudio propuestas por la teoría, se desglosan a continuación:

2.2.4.1 TAMAÑO ÓPTIMO

El tamaño óptimo se refiere al tamaño o la capacidad física que se necesita para llevar a cabo el proyecto.

2.2.4.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

“La localización óptima es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo” (Baca Urbina, 2001, p. 98)

La localización es saber buscar y ubicar la mejor zona para abrir la correduría de seguros. Se toman en consideración factores que son primordiales que pueden afectar de manera positiva o negativa al momento de escoger la ubicación del lugar.

2.2.4.3 SUMINISTROS E INSUMOS

Los suministros e insumos es lo que se necesita adquirir para llevar a cabo el proyecto. Que equipos de oficina o para ventas son necesarios para que la correduría funcione. Todos estos factores se deben analizar y considerar en los resultados del estudio.

2.2.4.4 ORGANIZACIÓN HUMANA

En la organización humana, se define toda la parte de la contratación de las personas que son necesarias para poder iniciar con la correduría de seguros. En esta etapa se puede establecer el organigrama general que formaría parte de la correduría.

2.2.4.5 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

Baca Urbina (2001) afirma que “En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos” (p. 116).

Toda empresa que se constituye debe regirse bajo el código de Comercio, reglamentos y leyes establecidas de acuerdo con el rubro ya que esto forma parte del proceso de la organización.

2.2.5 ESTUDIO ECONÓMICO

Baca Urbina (2013) determina que el estudio económico es el que determina cuanto costara monetariamente todo lo que se ha detallado en el estudio técnico. Es decir, en este estudio se analizan todos los costos operativos y demás costos que surjan una vez definido todo para el proyecto. En este estudio se definen variables que ayudan a evaluar la parte financiera del proyecto.

En el siguiente diagrama se puede visualizar como se estructura el análisis o estudio económico.

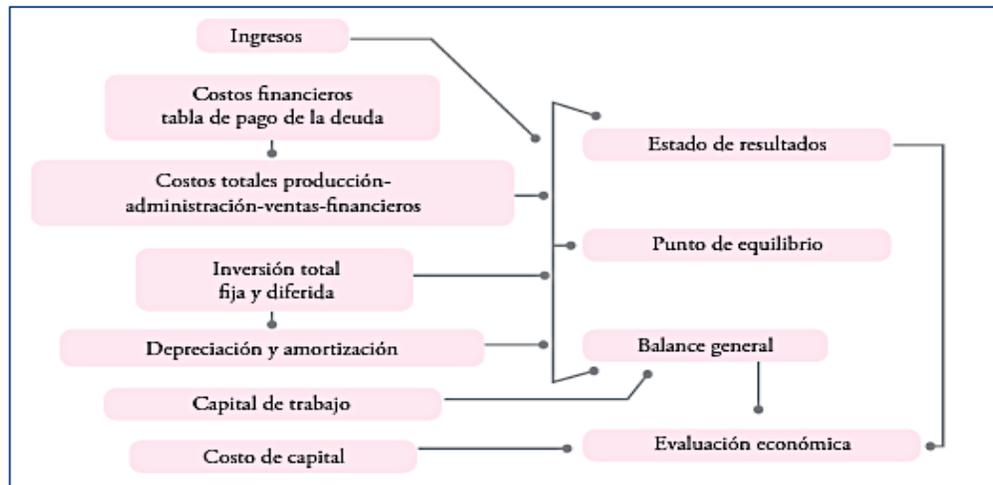


Figura 15. Estructura del análisis económico.

Fuente: (Baca Urbina, 2013)

2.2.5.1 CAPITAL DE TRABAJO

Baca Urbina (2013) afirma que el capital de trabajo “desde el punto de vista práctico está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa” (p. 177).

2.2.5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, variables y los ingresos” (Baca Urbina, 2013, p. 179).

2.2.5.3 ESTADO DE RESULTADOS

“Calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto” (Baca Urbina, 2013, p. 185)

2.2.5.4 BALANCE GENERAL

Según Baca Urbina (2013) Los balances generales tienen como objetivo principal determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en el momento.

2.2.5.5 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)

De acuerdo con Baca Urbina (2013) determina que la tasa interna de rendimiento “es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero”

2.2.5.6 ESTUDIO SOCIOECONÓMICO

Este estudio va dirigido a grupos de personas en se ven afectados por la implementación del proyecto. Dada la dirección de este proyecto este estudio no será necesario aplicarlo.

2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

En esta parte del proceso de investigación definimos conceptualmente cada variable, sus dimensiones o indicadores a estudiar, enfocados en los objetivos previamente propuestos.

Asimismo, se muestra como las variables independientes afectan a la variable dependiente del estudio, para este caso la rentabilidad.

La rentabilidad según Gitman (2007) es la “relación entre los ingresos y los costos generados por el uso de los activos de la empresa (tanto corrientes como fijos) en actividades productivas” (Pg.512). La rentabilidad esta relacionada a la ganancia o beneficio que generara un proyecto.

La figura 16 muestra gráficamente esta relación entre variables.



Figura 16. Relación de las variables independiente sobre las variable dependiente

Fuente: Elaboración propia

2.3.1 INGRESOS

Las ventas son la actividad fundamental de todo negocio ya que representan la posibilidad de entrada de efectivo para hacer frente a todas las operaciones del negocio, dicho valor representará los resultados en concepto de ingresos por ventas de seguros.

El corredor de seguros obtiene una comisión por parte de la aseguradora por la venta de la póliza al cliente a quien se está asesorando. El servicio de asesoría no es pagado por el cliente. En esta condición, el beneficio que obtiene la correduría al realizar la venta es el porcentaje de la prima de seguro que la compañía aseguradora cobra al cliente.

El volumen de ventas para la correduría de seguros se define a partir de la demanda que nos producirá el estudio de mercado. Estas afectan positivamente la variable dependiente, puesto que a mayor venta aumenta positivamente los ingresos y el porcentaje de la Tasa Interna de Retorno.

2.3.2 COSTOS

Sapag, Nassir & Sapag Chain (2008) afirman que:

La estimación de los costos futuros constituye uno de los aspectos centrales del trabajo del evaluador, tanto por la importancia de ellos en la determinación de la rentabilidad del proyecto, como por la variedad de elementos sujetos a valorización como desembolsos del proyecto. (p.118)

Los costos de venta en la correduría son los valores generados por el pago de comisiones a vendedores y todo lo que representa erogación por actividades de marketing para dar a conocer los servicios de la empresa.

Los costos administrativos lo determinan todos los sueldos y beneficios sociales de los empleados, insumos de oficina, energía eléctrica entre otros. Los costos financieros serán determinados por los intereses y comisiones a pagar por el acceso a financiamiento y emisión de fianzas.

Cualquier decisión que se tome sobre los costos afectará los resultados futuros del proyecto. Entre mayor sean los costos la tasa interna de retorno será afectada en forma negativa.

2.3.3 DEMANDA

“La relación entre la cantidad de un bien que los consumidores planean comprar y el precio de este, cuando permanecen constantes todos los otros factores que influyen en los planes de los compradores” (Parkin, Esquivel, & Ávalos, 2006).

Una de las preguntas de la investigación se refiere a la necesidad de pronosticar la demanda de los seguros en la población para potenciar las ventas hacia el mercado meta. A través del estudio de mercado conoceremos las necesidades de la población en cuanto a coberturas de seguros y quiénes están dispuestos a adquirir dichas coberturas, se conocerá que segmento del mercado que merece atención y las alternativas existentes. Entre mayor sea la demanda, su resultado afectará en forma positiva la rentabilidad.

2.3.4 OFERTA

“Oferta es la relación entre la cantidad de un bien o servicio que los productores planean vender y el precio de este cuando todas las otras variables que influyen sobre los planes de los compradores permanecen constantes” (Parkin et al., 2006).

La oferta del mercado de corredurías de seguros son servicios de asesoría para la adquisición de coberturas para diferentes tipos de riesgos que se encuentran disponibles en las compañías aseguradoras del área. Para mantenerse en el mercado se requiere competir con otros que ofrecen igual o similar servicio. Por lo cual, la oferta incide negativamente en la variable dependiente en la medida que los competidores captan clientes en el mismo mercado.

2.3.5 SERVICIO

“Cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, y que básicamente es intangible o no tiene como resultado la posesión de algo” (Kotler & Armstrong, 2007).

En el caso de estudio el servicio se concentra en el asesoramiento que los corredores realizan para presentar las diferentes opciones que hay en el mercado asegurador y seleccionar entre éstas la que más se acomodan a sus necesidades.

El resultado de esta actividad impactará positivamente en la rentabilidad en la proporción de la frecuencia con la que los clientes adquieran las pólizas de seguro para diferentes ramos de cobertura.

2.3.6 PRECIO

“Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Kotler & Armstrong, 2007).

El sector de seguros es sensible a los cambios de la economía en general, lo que provoca que la oferta se adapte a las condiciones y necesidades del cliente, siendo más flexible en los términos de sus coberturas.

Por su lado el cliente reclama primas atractivas, claridad en los términos de contratación del seguro, calidad en atención postventa, flexibilidad de pagos y otras condiciones que obligan al sector a mantenerse accesible ante la sensibilidad en los precios. Este panorama afecta en forma negativa nuestra variable dependiente dado que la comisión sobre la prima es proporcional al precio que paga el asegurado por la obtención del seguro.

2.3.7 COMERCIALIZACIÓN

“El análisis de la comercialización del proyecto es quizá uno de los factores más difíciles de precisar, por cuanto la simulación de sus estrategias se enfrenta al problema de estimar reacciones y variaciones del medio durante la operación del proyecto”. (Sapag, Nassir & Sapag Chain, 2008, p. 27).

La mezcla de marketing que la correduría seleccione para obtener la respuesta que desea del mercado meta, deberá combinar los elementos necesarios para influir en la demanda de sus servicios. Consecuentemente, la comercialización afecta positivamente en el resultado de la rentabilidad en la medida que la oferta de servicios se acerque más a su mercado meta.

2.3.8 LOCALIZACIÓN

“La localización óptima de un proyecto es lo que constituye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (Baca Urbina, 2013, p. 110).

El objetivo general de este punto es determinar la localización ideal para las oficinas de atención al cliente que serán necesarias para desarrollar el proyecto. El lugar deberá reunir características estratégicas de localización para apoyo de las operaciones del negocio.

2.3.9 PROCESOS

“La administración de procesos implica definir cada uno de los procesos que suceden a lo largo de la cadena de suministros de la propia empresa” (Baca Urbina, 2013, p. 129).

La calidad de atención y servicio al cliente será fundamental para el éxito de la correduría, en su papel de asesor, consejero u orientador. El nivel profesional será calificado desde la perspectiva de la confianza y servicio individual. Al ser la correduría un intermediario entre la compañía aseguradora y el asegurado, la administración por procesos es básica para que la información y atención al asegurado sea confiable.

Los procesos de dirección, ejecución y apoyo serán fundamentales para el resultado positivo de la rentabilidad al obtener mayores ingresos por primas producidos por la buena gestión al cliente.

2.3.10 EQUIPO

“Conjunto de maquinaria e instalaciones necesarias para realizar el proceso transformador” (Urbina, 2013, p. 113).

El mobiliario y equipo es un recurso necesario para apoyar los procesos y brindar un servicio satisfactorio. Al aumentar las operaciones de la empresa se requiere de una mayor capacidad de este recurso.

La adquisición de los equipos representa erogaciones de dinero y forman parte de la inversión inicial, disminuyendo los flujos de efectivo y la tasa interna de rendimiento del negocio.

2.3.11 TAMAÑO

Urbina (2013) afirma el tamaño a la capacidad instalada y que es óptimo cuando se opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

El área física medida en nuestro caso en metros cuadrados, se requiere para realizar las labores de servicio de asesoramiento y la realización de todos los procesos que intervienen en la organización. Es importante tomar en cuenta que el aumento de espacio puede generar un exceso de capacidad y la disminución puede ocasionar pérdidas en la productividad. Estas condiciones pueden afectar negativamente la rentabilidad.

2.3.12 INSUMOS

“Son aquellos elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación para obtener el producto final” (Urbina, 2013, p. 113).

Los insumos son otro recurso indispensable para las operaciones de la empresa. Estos se deben adquirir con regularidad y por lo tanto también genera erogaciones de dinero y forman parte de la inversión inicial, disminuyendo los flujos de efectivo y la tasa interna de rendimiento.

2.3.13 ORGANIZACIÓN HUMANA

“La complejidad de los procedimientos administrativos, y de la organización en sí, puede, en ciertos proyectos, convertirse en factor determinante para el diseño de la estructura organizativa” (Sapag, Nassir & Sapag Chain, 2008, p. 237).

El recurso humano es necesario para cubrir eficientemente los procesos de la organización, pero debe tenerse el cuidado de no sobre valorar la estructura organizativa más allá de lo necesario, dado que cada persona contratada impacta en los costos administrativos de la empresa y por consecuencia afecta de forma negativa en el resultante de la rentabilidad.

2.3.14 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

“... la constitución como una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales, repercuten de alguna manera sobre un proyecto y, por tanto, deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico” (Baca Urbina, 2013)

Las compañías aseguradoras y corredurías de seguras están reguladas por la Comisión Nacional de Banca y Seguros (CNBS) y sujetas a lo establecido a la Ley de Instituciones de Seguros y Reaseguros. Adicionalmente, como toda sociedad jurídica está sujeta a la aplicación de la normativa dictada a través del Código de Comercio, Código del Trabajo, Leyes Municipales, Código Tributario y otros.

El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones emitidas en las leyes hondureñas puede impactar en forma negativa en las operaciones de las empresas y por ende en la rentabilidad.

2.3.15 INFLACIÓN

La inflación es un proceso en el que los precios aumentan. La tasa de inflación se mide como el cambio porcentual en el nivel de precios promedio o el nivel de precios. (Esquivel & Muñoz, 2005, p. 100)

El mercado de los seguros es un sector que está relacionado con la economía y las finanzas, por lo que el comportamiento de estas variables afecta los resultados del sector. Si el valor del dinero cambia de manera imprevista en la línea del tiempo, entonces los valores pagados o recibidos también cambian.

Como técnica para determinar los resultados de la prefactibilidad se utiliza la tasa interna de retorno, el cual implica que el índice o tasa de inflación es determinante para los resultados e impacta negativamente en su resultado. En el caso de Honduras, el índice de inflación es calculado a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC), el cual nos indica cómo cambia mes a mes el precio promedio de todos los bienes y servicios comprados por una familia común o típica. La figura 17 muestra la variación interanual de la inflación en Honduras entre 2012–2018.

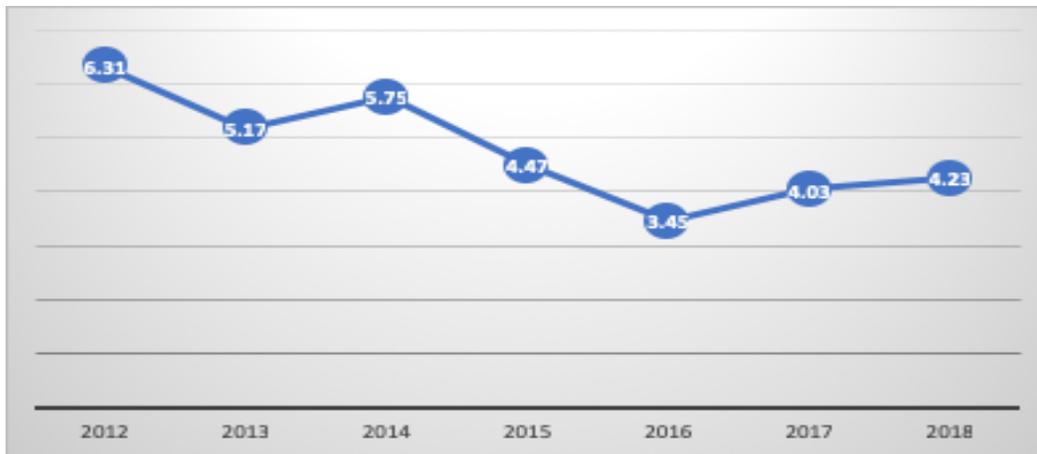


Figura 17. Variación interanual de inflación en Honduras 2012-2018

Fuente: (Banco Central de Honduras (BCH), 2019)

2.3.16 TASA DE INTERÉS

“Compensación que paga el prestatario de fondos al prestamista; desde el punto de vista del prestatario, el costo por tomar fondos en préstamo” (Gitman, 2007, p. 236).

Al utilizar fondos del sistema bancario para financiar las operaciones de la empresa, el valor pagado como costo por intereses afecta de forma negativa a la rentabilidad.

2.3.17 INVERSIÓN INICIAL

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo” (Baca Urbina, 2013, p. 175).

Como resultado del estudio técnico obtendremos la información relacionada con los recursos que serán necesarios como primera inversión para la puesta en marcha del negocio. Aunque se trata de una empresa de servicios de correduría de seguros, serán necesarios ciertos activos para las operaciones iniciales del negocio. La derogación de valores impacta de forma negativa la rentabilidad.

2.4 INSTRUMENTOS

Los instrumentos sirven para medir las variables de interés que se estudiarán para poder llevar a cabo el proyecto. Estos instrumentos son necesarios para registrar toda la información relacionada al tema del estudio.

“Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o variables que el investigador tiene en mente”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

Existen varios tipos de instrumentos a utilizar en un estudio que pueden ser cuantitativos o cualitativos. Dentro del estudio cuantitativo se encuentran los cuestionarios que se llevan a cabo por medio de la técnica de encuesta. De acuerdo a Hernández Sampieri et al., (2010), “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”.

Los cuestionarios deben ser claros y precisos en su redacción, se debe dar una breve introducción animando a la persona para que colabore con la respuesta efectiva.

La encuesta se aplica a un número determinado de personas de acuerdo con la muestra que se estableció y el mercado meta. Los resultados de dicha encuesta brindan información necesaria para el estudio de mercado.

Para la parte cualitativa se aplica la técnica de entrevista. La entrevista conlleva una estructura con preguntas abiertas y puntuales de acuerdo con el tema que se quiere recabar información. Esta técnica se aplica de forma personal.

Lo importante, además de identificar bien el instrumento a utilizar para analizar la información, es que cumpla con los tres requisitos primordiales que son: la validez, la confiabilidad y la objetividad.

Hernández Sampieri et al., (2010) Define estos tres requisitos de la siguiente manera: “La validez, la confiabilidad y la objetividad no deben tratarse de forma separada. Sin alguna de las tres, el instrumento no es útil para llevar a cabo un estudio” (p. 200).

Para este proyecto se utilizará como instrumento el estudio de mercado y se medirá por medio de las técnicas de entrevista a un experto en el tema de corredurías de seguros y también se aplicarán encuestas para conocer más profundamente el mercado.

También se utilizará como instrumento el estudio técnico que nos brindará resultados en cuanto a la mejor ubicación de la correduría de seguros y el estudio financiero que nos ayudará a determinar si es o no factible poner en marcha el proyecto.

2.4.1 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

“La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 200).

Los resultados que emita la aplicación de un instrumento deben ser consistentes y coherentes. Se debe respetar el principio de congruencia.

“La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 200).

Existen diferentes métodos para calcular la confiabilidad. Para este estudio se utilizará un método a través de un programa estadístico aplicando la fórmula de alfa de Cronbach y que va ligado a las preguntas que se realicen en la encuesta.

2.5 MARCO LEGAL

2.5.1 INSTITUCIONES QUE REGULAN EL RUBRO DE SEGUROS

El rubro de seguros es regulado por instituciones legales que supervisan todo lo que las aseguradoras, corredores independientes y corredurías de seguros practiquen y negocian con los clientes finales. A continuación, se detallan las instituciones que regulan y que trabajan de cerca con las aseguradoras y corredurías de seguros.

2.5.1.1 COMISIÓN NACIONAL DE BANCA Y SEGUROS

La comisión nacional de banca y seguros es el ente que se encarga de supervisar todas las instituciones de seguros autorizadas, corredores independientes y corredurías de seguro.

El reglamento de intermediación de seguros estipula que la CNBS debe velar porque las personas naturales o jurídicas que ejercen la actividad mercantil de promoción, venta y formalización de los contratos de seguros y fianzas lo realicen apegados a las regulaciones establecidas en las leyes aplicables, a fin de garantizar a los suscriptores la seguridad jurídica de los contratos de seguros y fianzas (Poder Judicial de Honduras, 2001).

2.5.1.2 CÁMARA HONDUREÑA DE ASEGURADORES

La cámara hondureña de aseguradores (CAHDA), es una organización sin fines de lucro que agrupa a las instituciones de seguros que están autorizadas legalmente para operar en el país. («Cámara Hondureña de Aseguradores», 2018)

Esta organización maneja una base de datos de toda la información de las aseguradoras. En dicha base se encuentra, la situación actual de cada una de las aseguradas, el total de primas vendidas, pólizas por ramo de seguro y por aseguradoras.

2.5.1.3 LEY DE INSTITUCIONES DE SEGUROS Y REASEGUROS

“Esta Ley regula la organización, funcionamiento, fusión, conversión, escisión, liquidación y supervisión de las instituciones que realicen actividades u operaciones de seguros y reaseguros” (Poder Judicial de Honduras, 2001).

En el artículo 2 de esta ley menciona que están sujetos a ella cualquier persona jurídica, nacional o extranjera que tenga domicilio en el país y que comercialice seguros mediante contratos. En la ley se detallan ciertos artículos que son importantes y se mencionan a continuación:

(CNBS, 2010) menciona:

Artículo 83: Los modelos de contratos o pólizas de seguro o fianzas, así como las bases técnicas y tarifas o primas de los seguros que las instituciones de seguros usen en sus operaciones, responderán a los principios establecidos en el Libro IV, Título II, Capítulo X del Código de Comercio. Las condiciones contenidas en dichos documentos responderán al régimen de libre competencia en el mercado de seguros, con sujeción a las reglas establecidas en este Capítulo y demás normas que emita la Comisión. (p.15).

En el artículo 86 de la ley habla acerca de la redacción del contrato en donde establece que se debe redactar de forma clara, en idioma español y fácil de comprender para el asegurado. Esto es básicamente para evitar malas interpretaciones a documentos delicados como ser las pólizas.

En el artículo 89 menciona que las instituciones de seguros deberán tener bien resguardadas las pólizas de seguros emitidas para fines de supervisión y demás efectos legales.

2.5.2 INTERMEDIACIÓN DE SEGUROS Y FIANZAS

En el artículo 92 de la ley de instituciones de seguros y reaseguros define que “se entiende por mediación en seguros la actividad mercantil promotora y la formalización de centros de seguros entre personas naturales o jurídicas y las instituciones de seguros, así como la asesoría posterior que se preste en caso de reclamaciones y la conservación, modificación y renovación de los contratos”.

Artículo 93 establece: “El agente dependiente, el agente independiente o corredor de seguros y las sociedades de corretaje son responsables de prestar el asesoramiento técnico a los tomadores o suscriptores para que obtengan la cobertura de riesgos adecuada a sus intereses, observando las disposiciones de esta Ley, reglamentos y resoluciones de la Comisión así como las normas éticas que garanticen la mayor reserva profesional en las negociaciones que intervenga, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones establecidas en esta Ley o demás disposiciones aplicables y la reposición de los daños que ocasione”.

De acuerdo con el capítulo 94, “los agentes dependientes, independientes o corredores de seguros o como sociedades de corretaje en el país, se requiere la autorización previa de la Comisión, estar inscritos en el registro correspondiente, mantener vigente el certificado de inscripción y cumplir con los demás requisitos que la Comisión establezca.”

El artículo 98 de la ley de instituciones de seguros y reaseguros describe lo siguiente: “Las relaciones entre las instituciones de seguro y un agente independiente o un corredor; una correduría de seguros y un agente independiente; y entre agentes independientes entre sí, deben estar contenidas en un contrato mercantil, en el cual, además de regular las relaciones entre las partes, deben fijar las causas de terminación de dichos contratos y las obligaciones a que hubiere lugar”.

Artículo 101 deja establecido que tanto los corredores de seguro como las sociedades de corretaje o corredurías de seguros como comúnmente se conocen, deberán registrar sus operaciones con los mismos requisitos que se tienen para un comerciante y las normas que dicte la Comisión, presentar los estados de resultados y demás documentos que se les requieran.

En el artículo 102 detalla las actividades que un corredor de seguro o correduría no podrán efectuar. A continuación, se detallan de manera textual como lo establece la ley de seguros y reaseguros:

- 1) Compartir comisiones con el tomador, directa o indirectamente, en dinero o en especie; tampoco podrán ofrecer rebajas tarifarias o concesiones de cualquier género que carezcan del respaldo de la institución de seguros.
- 2) Falsear, desprestigiar o demeritar los contratos de las instituciones de seguros u ofrecer beneficios no previstos en ellos, así como difundir falsos rumores o noticias en relación con las instituciones de seguros y los demás intermediarios de seguros.
- 3) Cobrar primas, salvo que conforme con el contrato respectivo hayan sido autorizados expresamente para ello.
- 4) Retener, demorar o disminuir las entregas de las primas que hubieren recibido.
- 5) Contraer obligaciones o suscribir contratos a nombre de las instituciones de seguros, salvo que conforme con el contrato respectivo hayan sido autorizados.
- 6) Realizar publicidad que no se ajuste a esta Ley o que confunda su actividad de las mediadoras con las desarrolladas por las instituciones de seguros.

- 7) Asumir riesgos por cuenta propia ni expedir notas de cobertura.
- 8) Gestionar seguros y fianzas de instituciones no autorizadas para operar en el país.
- 9) Cobrar honorarios al tomador o suscriptor, asegurado o beneficiario por la asesoría en la reclamación de un beneficio otorgado por el contrato de seguros.

La Ley también tiene definido cuales son las sanciones por aplicar en caso de infracciones. En el caso de corredurías algunas de las sanciones pueden ser:

- 1) Multa de mil lempiras por cada día de atraso por no presentar en el plazo establecido la información que la Comisión o BCH hubieran solicitado.
- 2) Cancelación o suspensión temporal del registro inscripción y autorización por la Comisión. Esta sanción será de acuerdo con la infracción que se cometa.

2.5.3 REGLAMENTO DE INTERMEDIACIÓN DE SEGUROS Y FIANZAS

De acuerdo con lo que describe el capítulo 2 del reglamento, el objetivo de este es regular la actividad de la persona natural o comerciante individual y las sociedades mercantiles de cualquier naturaleza que se dediquen en forma profesional, exclusiva y sistemática a la intermediación de seguros y/o fianzas estableciendo normas el cual deben acatar.

En el capítulo 4 del reglamento define quienes son intermediarios de seguros y fianzas, y a continuación se describen:

- 1) Agente de seguros dependiente, es la persona natural inscrita en el registro de agentes y corredores de la Comisión, que promueve exclusivamente contratos de seguros para una sola institución de seguros. Su relación laboral con la institución de seguros es regulada por el código de trabajo.
- 2) Agente de Seguros Independiente o Corredor de Seguros, es la persona natural o Comerciante Individual, inscrito en el registro de agentes y corredores de la Comisión, que promueve contratos de seguros con una o varias aseguradoras.

3) Corredurías de Seguros o Sociedades de Corretaje, son sociedades mercantiles de cualquier naturaleza constituidas con el objetivo de la intermediación de seguros y/o fianzas, inscritas en el registro de agentes y corredores de la Comisión, que promueve seguros y/o fianzas con una o varias instituciones de seguros.

En el Anexo 1 y 2 se demuestran cuáles son los requisitos necesarios para que la Comisión emita la autorización e inscripción en el registro de agentes y corredores de la Comisión.

2.5.4 GARANTÍAS

Artículo 30 define: “Los intermediarios independientes y sociedades de corretaje, deberán constituir una garantía mediante un seguro o fianza que estará destinada a garantizar el pago de las obligaciones que se deriven del ejercicio de la función de intermediación” (CNBS, 2010)

Las fianzas o garantías tienen vigencia de un año, por lo tanto, se deben renovar año con año y el no cumplir este requerimiento de forma oportuna no podrán hacer ningún tipo de operación relacionada con seguros, ya que no aparecerá activo.

El monto de la fianza la determina la Comisión, y se debe presentar junto con la declaración jurada que se hace por medio de un notario.

De acuerdo al capítulo 34 el agente independiente o la sociedad de corretaje que inicien operaciones deberán como mínimo contratar una garantía de cien mil lempiras (L.100,000.00) y doscientos cincuenta mil (L.250,000.00) respectivamente y este último es revisable en base al cálculo que realiza la Comisión de acuerdo al comportamiento de producción de primas de los dos últimos años.

2.5.5 CÓDIGO DE COMERCIO

Para poder crear una empresa primero se debe definir la personería jurídica. Adicional hay que tramitar licencias, permisos, registros y cumplir con los requisitos legales que permitirán se opere libremente.

Para el caso de abrir una correduría de seguros se debe regir por lo que establece el código de comercio, los requisitos por la municipalidad en cuanto a permisos y registros mercantiles y se debe regir también por la ley de instituciones de seguros y reaseguros que esta viene amparada por la comisión nacional de bancos y seguros.

Para este proyecto se constituirá una sociedad de responsabilidad limitada. De acuerdo al código de comercio, “la sociedad de responsabilidad limitada es la que existe bajo una razón social o bajo una denominación y cuyos socios sólo están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales, que nunca estarán representadas por títulos valores, puedan cederse sino en los casos con los requisitos que establece el Código”(codigo_comercio.pdf, s. f., p. 18).

Los requisitos legales que se deben cumplir para que la correduría de seguros pueda operar se detallan a continuación:

- 1) Constitución de la empresa como sociedad de responsabilidad limitada, con capital social inicial de L.5,000.00.
- 2) Registro de escritura pública de sociedad en el Registro de la Propiedad.
- 3) Inscripción y obtención de Registro Tributario en el Servicio de Administración de Rentas (SAR).
- 4) Inscripción en la Cámara Hondureña e Industrias de Cortés.
- 5) Permiso de operación ante la Municipalidad de San Pedro Sula.
- 6) Autorización de libros contables.
- 7) Suscripción de contrato en el Departamento Administrativo de Inquilinato (DAI).
- 8) Aprobación del Reglamento de Trabajo ante la Secretaría de Trabajo al necesitar más de 5 empleados.
- 9) Inscripción del personal en el IHSS y demás requerimientos de la Ley de Protección Social.
- 10) Cumplimiento a las declaraciones y pagos de impuestos como lo establece el Código Tributario.
- 11) Cumplir con los requisitos que exige la Comisión Nacional de Banca y seguros.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Continuando con el proceso de la investigación y después de haber planteado el problema de la investigación y haber desarrollado el marco teórico que sustenta la investigación, procedemos a desarrollar en este capítulo la metodología a ser aplicada, operacionalizando las variables del estudio, definiendo el enfoque y procedimiento a utilizar para el tratamiento de las variables de investigación.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Para dar respuesta a las preguntas de la investigación y probar la hipótesis formulada, es necesario realizar un proceso ordenado respetando el principio de congruencia. En esta etapa de la investigación se describe la metodología y el diseño a utilizar para alcanzar los objetivos del estudio.

La tabla 3 muestra la matriz metodológica ilustrando el resumen de la investigación y el orden lógico de los procesos de la investigación.

Tabla 3. Matriz metodológica

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específico	Indepen.	Depend.
Prefactibilidad de Creación de una Correduría en San Pedro Sula	¿Es factible desde la perspectiva del estudio de mercado, técnico y financiero abrir una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula?	1. ¿Cuál es la demanda actual en el mercado de San Pedro Sula hacia la adquisición de seguros?	Determinar si es factible crear una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula, Honduras.	Determinar la demanda actual del rubro de seguros a través del estudio de mercado.	Demanda	Rentabilidad
		2. ¿Cuáles son las corredurías que hay en el mercado de San Pedro Sula?			Oferta	
		3. ¿Cuáles son los tipos de seguro más solicitados en San Pedro Sula?			Servicio	
		4. ¿Cuánto están dispuestos a pagar las personas por un seguro?			Precio	
		5. ¿Cuáles son las mejores estrategias de venta para ofrecer seguros?			Comercialización	

Continuación de tabla 3.

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específico	Indepen.	Depend.
		6. ¿Cuáles son los requerimientos legales que se deben cumplir para establecer una correduría de seguros?		Identificar los equipos, organización	Organización Jurídica	Rentabilidad
		7. ¿Cuál es la localización más adecuada para establecer la oficina de correduría?		humana y jurídica y los procesos necesarios para llevar a cabo el proyecto por medio del estudio técnico.	Localización	
		8. ¿Cuál es la estructura organizacional mínima para un manejo eficiente de una correduría?			Organización Humana	
		9. ¿Cómo funciona la relación entre la aseguradora, la correduría y el cliente?			Procesos	
		10. ¿Cuál será el espacio físico necesario para las operaciones de la empresa?			Tamaño	
		11. ¿Qué mobiliario y equipo se requerirá para las oficinas de la empresa?			Equipo	
		12. ¿Qué insumos se necesitan para el funcionamiento de la empresa?			Insumos	
		13. ¿Cuáles son los convenios o alianzas entre las aseguradoras y corredurías de seguros en cuanto a pago de comisiones?		Evaluar si la creación de una correduría es rentable o no mediante un estudio financiero aplicando las técnicas de TIR y VPN.	Ingresos	
		14. ¿Cuál será la inversión inicial para este proyecto?			Inversión Inicial	
		15. ¿Cuáles son los costos en que incurre una correduría de seguros?			Costos	
		16. ¿Cómo afecta la inflación al mercado de seguros?			Inflación	
		17. ¿Cuál es la tasa de interés para préstamos actual en el mercado?			Tasa de Interés	

Fuente: Elaboración propia.

3.1.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

“El paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes se le denomina operacionalización (Solís, 2013)” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p. 2011)

El objetivo de este proceso es encaminar la investigación a la construcción del instrumento de medición que se utilizará para obtener los datos que posteriormente serán analizados. Este debe realizarse de forma lógica llevando a cada variable a sus dimensiones, indicadores y posteriormente a los ítems.

Para llegar al cálculo de la rentabilidad del proyecto requerimos de los datos de las variables independientes que intervienen en los estudios del proceso de prefactibilidad: el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio económico, los cuales se muestran en la figura 18.

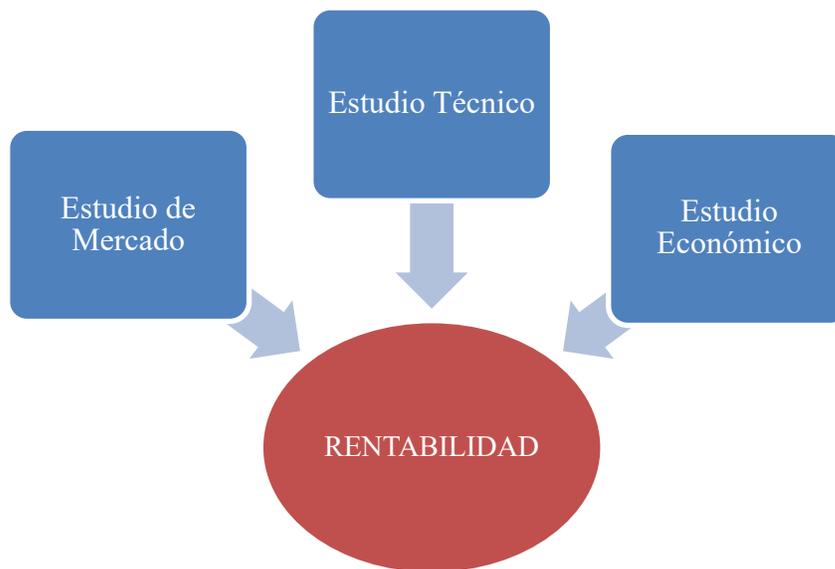


Figura 18. Estudios que afectan a la variable dependiente.

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se ilustran en la Figura 19 las variables independientes del estudio de mercado y las dimensiones que éstas abarcan:

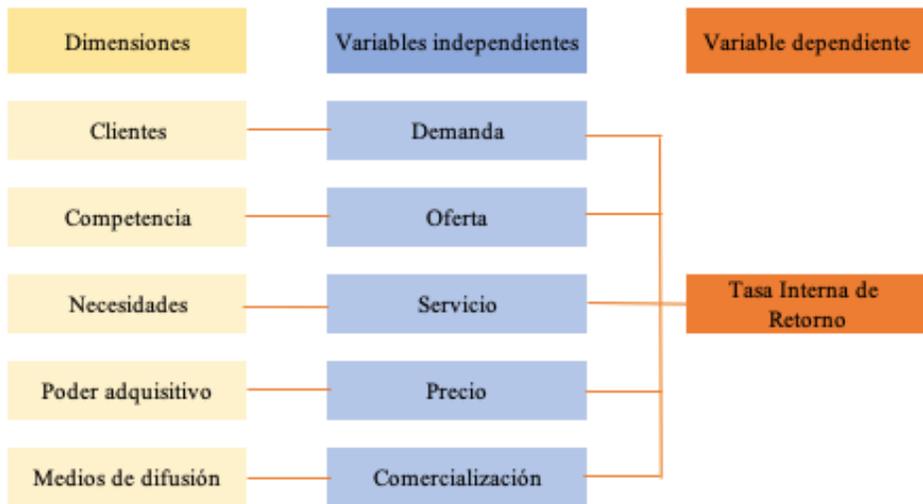


Figura 19. Variables independientes del estudio de mercado y sus dimensiones

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se ilustran en la Figura 20 las variables independientes del estudio de técnico y las dimensiones que éstas abarcan:

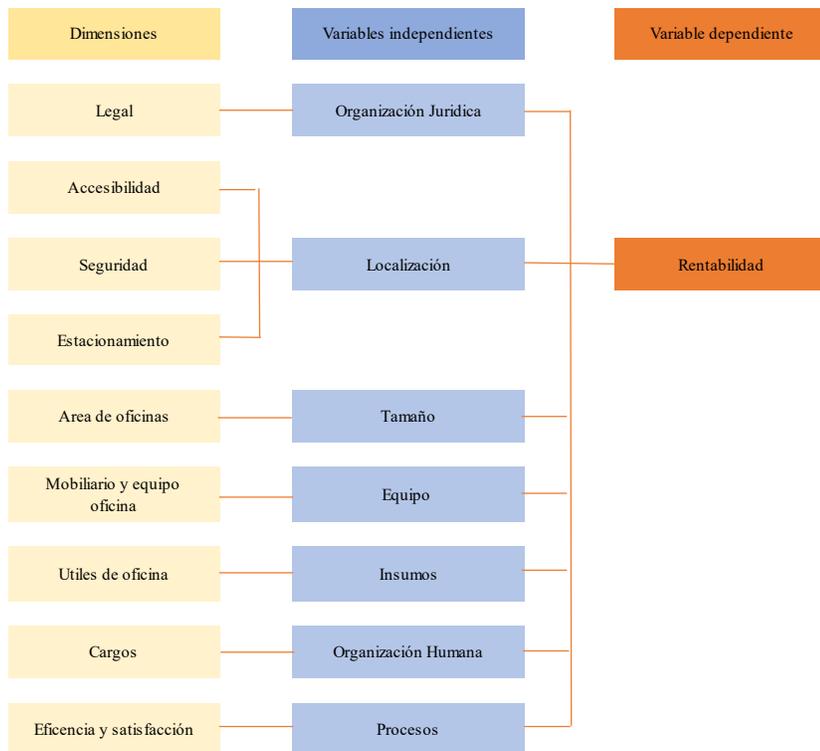


Figura 20. Variables independientes del estudio técnico y sus dimensiones.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se ilustran en la Figura 21 las variables independientes del estudio económico y las dimensiones que éstas abarcan:

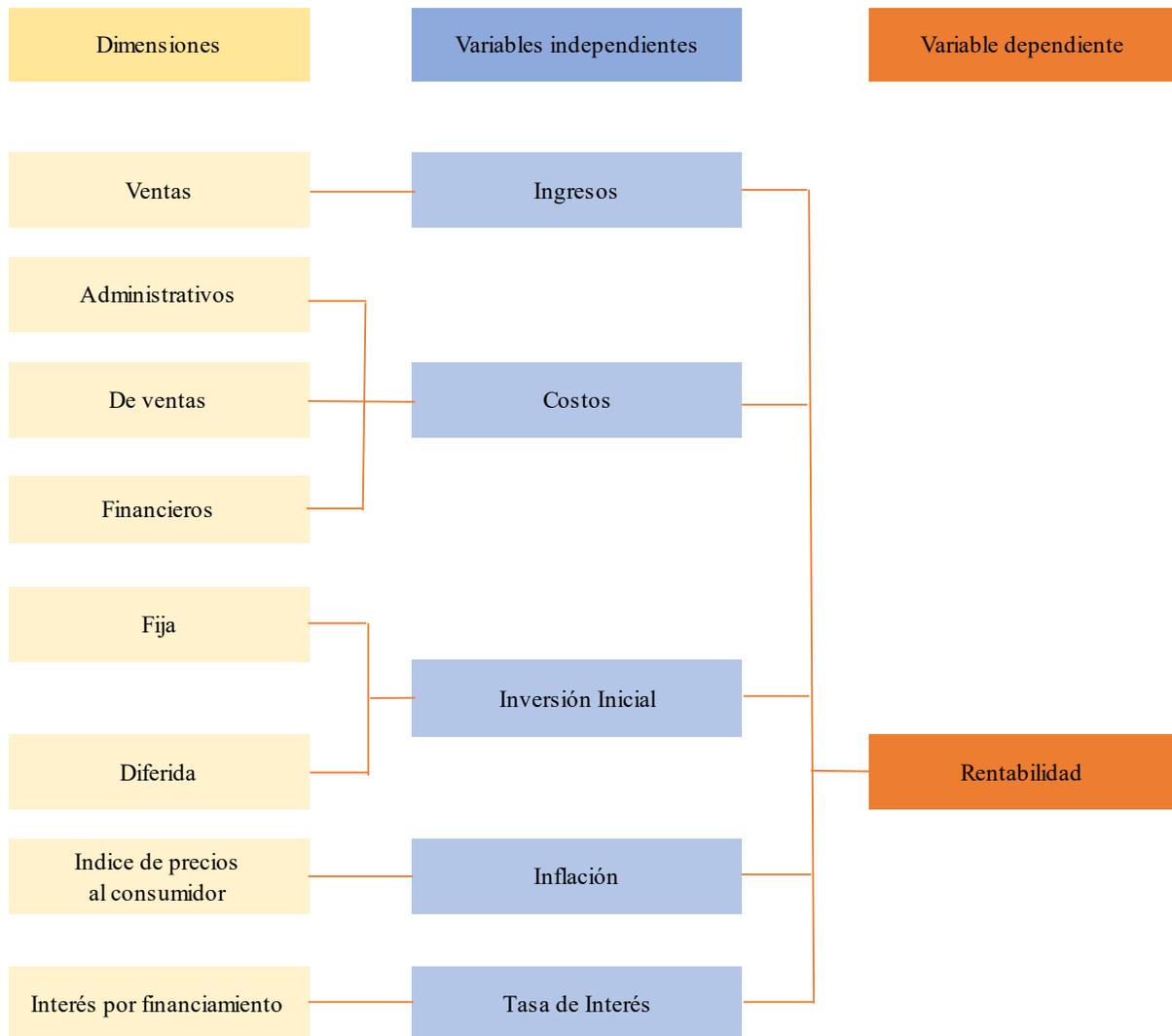


Figura 21. Variables independientes del estudio económico y sus dimensiones

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Operacionalización de las variables

Var. Indep.	Definición		Dimensión	Indicador	Pregunta	Respuesta	Escala	Técnica
	Conceptual	Operacional						
Demanda	Relación entre la cantidad que un consumidor planea comprar y precio.	Cantidad de personas interesadas.	Clientes	Número de clientes	¿Estaría dispuesto a contratar una correduría para asesoría en seguros?	1. Totalmente en desacuerdo	Ordinal	Encuesta
						2. En desacuerdo		
						3. Neutral		
						4. De desacuerdo		
						5. Totalmente de acuerdo		
Oferta	Relación entre la cantidad de un bien o servicio que los productores planean vender.	Cantidad de corredurías con que se competirá.	Competencia	Número de corredurías	¿Cuáles son las corredurías de seguros que hay en el mercado de San Pedro Sula?	Discreta	Nominal	Teoría Fundamentada
Servicio	Diversas actividades que ofrece una empresa para satisfacer una demanda.	Percepción del cliente en cuanto a servicios de asesorías de seguros.	Necesidades	Interés del cliente	¿Qué tan importante son para usted los servicios de una correduría de seguros?	1. Sin importancia	Ordinal	Encuesta
						2. Menor Importancia		
						3. Neutral		
						3. Importante		
						5. Muy importante		
Comercialización	Es el medio por el cual se ofrece el producto o servicio.	Medios por el cual obtiene el servicio de asesorías.	Medios de Difusión	Tiempo de Difusión	¿Con que frecuencia utiliza los siguientes medios de comunicación?	1. Correo electrónico 2. Televisión 3. Redes Sociales 4. Radio 5. Periódico	Nominal	Encuesta
Precio	Cantidad monetaria que paga una persona por un producto o servicio.	Precio por primas anuales de acuerdo al tipo de seguro.	Poder Adquisitivo	Primas anuales	¿Por cuál rango de valores estaría dispuesto a asegurarse?	De 10,000 Lps	Razón	Encuesta
						De 20,000 Lps		
						De 30,000 Lps		

Continuación tabla 4

Var. Indep.	Definición		Dimensión	Indicador	Pregunta	Respuesta	Escala	Técnica
	Conceptual	Operacional						
Organización Jurídica	Son todos los códigos, reglamentos, leyes que regulan una empresa.	Cumplimiento de las leyes y reglamentos que establece la CNBS	Legal	Grado de Cumplimiento	¿Cuáles son los requerimientos legales que se deben cumplir para establecer una correduría de seguros?	Dicotómica	Nominal	Teoría Fundamentada
Localización	Determinación del lugar en el cual se encuentra una empresa.	Lugar óptimo para establecer la correduría de seguros.	Accesibilidad	Condiciones	¿Cuál es la localización más adecuada para establecer la oficina de correduría?	Continua	Intervalo	Encuesta
			Estacionamiento	Espacio físico				
			Seguridad	Tasa %				
Organización Humana	Recurso humano necesario para cubrir eficientemente los procesos de la organización.	Que personal es necesario para la correduría de seguros.	Cargos	Número de cargos	¿Cuál es la estructura organizacional mínima para un manejo eficiente de una correduría?	Discreta	Nominal	Análisis
Procesos	Implica definir cada uno de los procesos que suceden a lo largo de la cadena de suministros de la propia empresa.	Tiempos que demorara cada proceso relacionado con la correduría, la aseguradora y el cliente.	Eficiencia y satisfacción	Servicios	¿Cómo funciona la relación entre la aseguradora, la correduría y el cliente?	Continua	Nominal	Teoría Fundamentada
Equipo	Elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación para un producto final.	Equipo y mobiliario de oficina que se necesita para la correduría.	Mobiliario de oficina	Cantidad de mobiliario	¿Qué mobiliario y equipo se requerirá para las oficinas de la empresa?	Continua	Razón	Teoría Fundamentada
Insumos	Conjunto de maquinaria necesarias para un proceso transformado.	Cuáles son los útiles de oficina necesarios para la correduría.	Útiles de oficina	Número de insumos	¿Qué insumos se necesitan para el funcionamiento de la empresa?	Continua	Razón	Teoría Fundamentada

Continuación tabla 4

Var. Indep.	Definición		Dimensión	Indicador	Pregunta	Respuesta	Escala	Técnica
	Conceptual	Operacional						
Tamaño	Capacidad óptima para un proyecto.	Cuál es el tamaño adecuado para la correduría de seguros.	Área de oficina	Metros cuadrados	¿Cuál será el espacio físico necesario para las operaciones de la empresa?	Continua	Razón	Teoría Fundamentada
Ingresos	La cantidad que recibe una empresa por la venta de productos o servicios.	Comisión por parte de las aseguradoras por la venta de la póliza al cliente.	Ventas	Lempiras	¿Cuáles son los convenios o alianzas entre las aseguradoras y corredurías de seguros en cuanto a pago de comisiones?	Continua	Razón	Teoría Fundamentada
Costos	Son los gastos incurridos por la producción de algún bien o la oferta de algún servicio.	Costos en que incurrirá la correduría para cubrir todas las actividades.	Administrativos	Sueldos y Salarios	¿Cuáles son los costos en que incurre una correduría de seguros?	Continua	Razón	Análisis
			De ventas	Comisiones				
			Financieros	Cuota de financiamiento				
Inversión Inicial	Adquisición de todos los activos fijos o diferidos para iniciar operaciones.	Cantidad de activos que son necesarios para abrir la correduría de seguros.	Fija Diferida	Lempiras	¿Cuál será la inversión inicial para este proyecto?	Continua	Razón	Análisis
Inflación	Es el aumento generalizado y sostenido del nivel de precios existentes en el mercado durante un período de tiempo.	Se aplica a los costos y precios de las primas.	Índice de Precio al consumidor	Tasa de inflación	¿Cómo afecta la inflación al mercado de seguros?	Continua	Razón	Teoría Fundamentada
Tasa de interés	Cantidad de dinero que corresponde a un porcentaje del crédito.	Porcentaje de interés sobre el préstamo a tomar.	Intereses por financiamiento	% de Interés	¿Cuál es la tasa de interés para préstamos actual en el mercado?	Continua	Razón	Teoría Fundamentada

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 HIPÓTESIS

“Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 104).

El proceso de investigación se enfoca en dar respuesta a la hipótesis planteada como respuesta al problema de investigación.

H1: La creación de una correduría de seguros en San Pedro Sula genera una tasa interna de retorno mayor al costo de capital.

H0: La creación de una correduría de seguros en San Pedro Sula no genera una tasa interna de retorno mayor al costo de capital.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

La metodología utilizada en la investigación es un método mixto dado que se utilizan una recolección de información cualitativa y cuantitativa. Adicionalmente, nos permitirá realizar una verificación de la información, analizar los procesos más ampliamente, dar mayor credibilidad al utilizar ambos métodos (cualitativo y cuantitativo) y obtener un estudio más completo, objetivo y amplio.

Se utilizará un diseño concurrente dominante para la recolección y análisis de los diferentes datos, debido a que esto nos permite realizar la recolección de los datos cualitativos y cuantitativos de manera simultánea.

La investigación cuantitativa se realizará en un ambiente natural sin manipulación de las variables, definido como diseño no experimental, haciendo uso de recolección de información por medio de encuestas de opinión aplicado a una muestra sin intervención o influencia directa y cuyos resultados serán analizados posteriormente. Será de diseño transeccional descriptivo dado que se obtendrán datos en un momento único aplicado a un perfil de personas que cumplan con características grupales o independientes. En este estudio se refiere a personas mayores de 21 años y económicamente activas.

(Hernández Sampieri et al., 2014, p. 104) afirma que:

Los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. (p. 152)

Adicionalmente, se utiliza el enfoque cualitativo para obtener datos de tipo no numérico, para obtener datos con cualidades descriptivas del servicio, haciendo uso de la teoría fundamentada. Hernández Sampieri et al., (2014) afirma que su propósito es desarrollar teoría basada en datos empíricos y se aplica a áreas específicas. (p. 472)

La técnica de muestreo a utilizar en esta investigación es no probabilística, dado la naturaleza del estudio en la que no toda la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionada, por lo contrario, es seleccionada de acuerdo con características muy específicas.

Para la recolección de datos requeridos para los estudios de prefactibilidad, se utilizan diferentes técnicas de acuerdo con el tipo de datos a necesitar. Se aplican encuestas para obtener los datos de interés relevante sobre las preferencias del mercado. Se efectúa el análisis de capacidad y diseño de procesos para obtener los datos requeridos por las variables del estudio técnico. Asimismo, se analizan datos numéricos de las variables del estudio económico que influyen en la rentabilidad del proyecto.

La figura 22 ilustra en forma gráfica la metodología de la investigación a ser utilizada para lograr los objetivos planteados, definiendo los enfoques a ser utilizados.

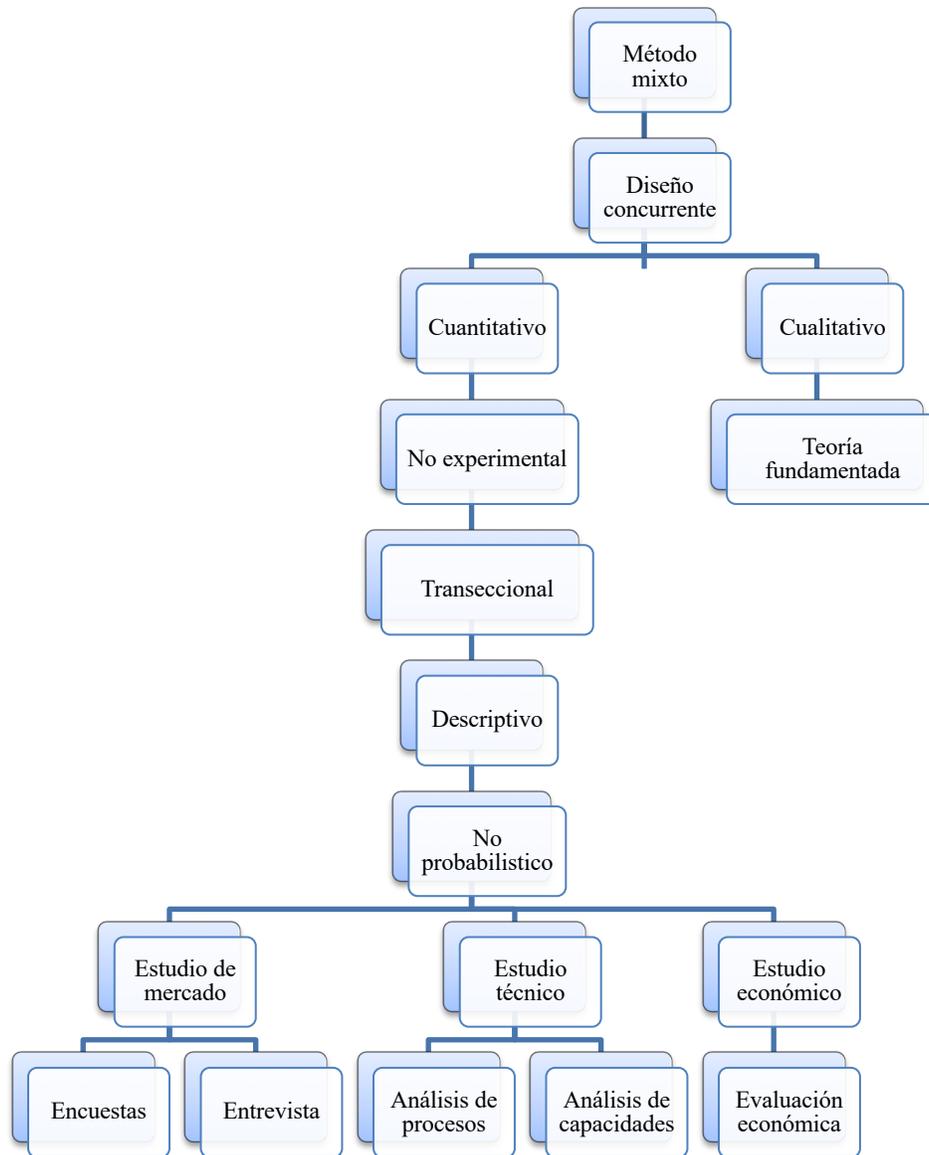


Figura 22. Esquema metodológico.

Fuente: Elaboración Propia

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Hernández Sampieri et al., (2010), define “diseño de la investigación como el plan o estrategia para obtener información que se desea” (p. 120).

En esta sección se desglosan todas las actividades que ayudarán a llevar a cabo las técnicas que necesitan para la recolección de los datos.

Tabla 5. Diseño estratégico de la investigación

Estrategia	Actividades	Recursos a utilizar		Tiempo a ejecutarse	Responsable
		Material	Humano		
Prueba piloto (encuesta)	Elaboración de prueba piloto	Computadora	2 personas	1 día	Marjory Alvarado Susana Torres
	Revisión de encuesta	-	1 persona	30 minutos	Asesor Metodológico
	Impresión de la encuesta aprobada	Impresora	1 Persona	1 hora	Susana Torres
	Aplicación de encuesta piloto	Encuesta impresa	2 personas	1 día	Marjory Alvarado Susana Torres
	Tabulación de datos	Computadora Programa estadístico	2 personas	1.5 días	Marjory Alvarado Susana Torres
	Validez de información	Computadora Programa estadístico	2 personas	2 horas	Marjory Alvarado Susana Torres
Resultados y Análisis	Elaboración de encuesta final	Computadora	2 personas	1 día	Marjory Alvarado Susana Torres
	Impresión de encuesta final	Impresora	1 Persona	1 hora	Susana Torres
	Aplicación de encuesta final	Encuesta impresa Encuesta online	2 personas	5 días	Marjory Alvarado Susana Torres
	Tabulación de datos	Computadora Programa estadístico	2 personas	3 días	Marjory Alvarado Susana Torres
Estudio Técnico	Cotización de mobiliario y equipo de oficina	Vehículo para movilizarse	1 persona	4 horas	Susana Torres
	Cotización de los locales comerciales y toma de fotos.	Vehículo para movilizarse	2 personas	3 horas	Marjory Alvarado
					Susana Torres
Elaboración de Plano de oficina	Computadora Programa para realizar plano	1 persona	3 horas	Susana Torres	
Estudio Financiero	Elaborar las plantillas para el análisis	Computadora	1 persona	2 días	Susana Torres
	Trabajar en el análisis financiero	Computadora	2 personas	2 días	Marjory Alvarado
					Susana Torres
	Revisión de análisis financiero	Computadora	3 personas	3 horas	Marjory Alvarado
Susana Torres					
					Asesor temático

Fuente: Elaboración Propia

“...una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008b)” Hernández Sampieri et al., 2014, p. 174)

Al seleccionar la unidad de muestra estaremos delimitando nuestro universo en base a sus características, lugar y tiempo. Y para efectos de nuestra investigación de mercado como parte del proceso de la prefactibilidad, esta se nombra como la población meta, definida por (Malhotra, Ortiz Salinas, & Benassini, (2008) como: “Conjunto de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador, y acerca del cual se harán inferencias” (p. 336)

Siguiendo la estructura sugerida por la Malhotra, para creación de la correduría de seguros la población meta se define de la siguiente forma:

Elemento= Son personas que viven en San Pedro Sula y que se encuentren económicamente activas, interesados en adquirir seguros de riegos.

Unidad de muestreo= personas que viven en San Pedro Sula y que se encuentran económicamente activa.

Extensión: El límite geográfico es la ciudad de San Pedro Sula.

Tiempo: El período de tiempo que lleve aplicar la encuesta, dos semanas.

Según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en su último censo realizado en el 2013, la población alcanzaba 676,959 según cuadro resumen de Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples, mayo 2013. Siendo la Población Económicamente Activa (PEA) hasta esa fecha 304,003 personas, lo cual representa el 44.9% del total de la población (INE, 2013).

3.3.2 MUESTRA

“La muestra es un subgrupo de la población o universo. Se utiliza por economía de tiempo y recursos. Implica definir la unidad de muestreo y de análisis y requiere delimitar la población para generalizar y establecer parámetros” Hernández Sampieri et al., 2014, p. 171).

En esta etapa calcularemos la muestra y tipo para que sea el representativo de la población objeto de estudio.

Para el presente estudio se emplea una técnica de muestreo no probabilístico con la que se busca reducir el error del marco de muestreo seleccionando a los elementos de la población meta con base en características demográficas que satisfagan su criterio.

Para realizar el cálculo de la muestra se utiliza la fórmula para poblaciones finitas descritas en la ecuación 1 el cálculo del tamaño de la muestra. Ver ecuación 1.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 * p(1-p) * N}{e^2 * (N-1) + (Z_{\alpha/2})^2 * p(1-p)} \quad (1)$$

En donde:

- $Z_{\alpha/2}$: valor de z que genera un área de $\alpha/2$

-proporción de la muestra que cumple con el criterio de interés.

-N: total de la población

-tamaño de la muestra

-e: error de muestreo aceptable

Tabla 6. Cálculo del tamaño de la muestra

Variable	Valor
$Z_{\alpha/2}$	1.96
Probabilidad de ocurrencia (p)	0.5
Probabilidad de no ocurrencia (1-p)	0.5
Total de la población (N)	304,003
Error muestra (e2)	5%
Tamaño de la muestra	384

Fuente: Elaboración Propia

El resultado del cálculo utilizando los datos de la investigación como población meta, es de 384 personas a encuestar para un nivel de confianza de 95%.

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis o unidad de muestreo, Hernández Sampieri et al., (2014) afirma: “Aquí el interés se centra en “qué o quiénes”, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio (las unidades de muestreo), lo cual depende del planteamiento y los alcances de la investigación” (p. 192).

El estudio analiza personas que viven en San Pedro Sula, independientemente de su género, que se encuentran económicamente activas y sean mayores a 21 años.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta de la prefactibilidad de creación de una correduría de seguros en San Pedro Sula, es la variable dependiente objetivo del estudio la rentabilidad que nos indicará si el proyecto será factible o no.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Para poder llevar a cabo esta investigación se aplican técnicas e instrumentos que nos llevarán a las respuestas de las preguntas de investigación.

Para el caso de este estudio el instrumento primordial es el estudio de prefactibilidad que se compone del estudio de mercado, estudio técnico y estudio economía o financiero. Cada estudio tiene sus técnicas para poder analizar toda la información que se recolecte.

3.4.1 INSTRUMENTOS

Los instrumentos sirven para medir las variables del estudio. Esto nos brindará información precisa para el análisis de la información recabada.

3.4.1.1 TIPOS DE INSTRUMENTOS

Los instrumentos a utilizar en esta investigación se detallan a continuación:

- 1) Cuestionarios: “Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 217)
- 2) Para llevar a cabo dicho instrumento se elaboró la encuesta para recopilar información necesaria y se aplicará al mercado meta que se definió para esta investigación. En el anexo 3 se adjunta la encuesta aplicada a los diferentes individuos que forman parte de la muestra.
- 3) Flujo de efectivo: es un instrumento que permite medir y calcular los indicadores del valor presente neto y la tasa interna de retorno. Para el cálculo de dichos valores se utilizan plantillas de excel que van con fórmulas y se llena la información que se adquiere de las encuestas y teoría fundamentada.
- 4) TIR (Tasa interna de retorno): De acuerdo a Urbina, la TIR es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.
- 5) VPN (Valor presente neto): Baca Urbina (2013) Afirma; “Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en su valor equivalente en este momento”.

3.4.1.2 PROCESO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

La validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Se pueden aportar tres tipos principales de evidencia para la validez cuantitativa: evidencia relacionada con el contenido, evidencia relacionada con el criterio y evidencia relacionada con el constructo. (Hernández Sampieri et al., 2010).

El tipo de evidencia para la validez del instrumento que se utilizó fue evidencia relacionada con el constructo en donde se mide un concepto teórico de acuerdo con Hernández Sampieri, (2010).

De acuerdo a la teoría este tipo de validez “parte del grado en el que las mediciones del concepto proporcionadas por el instrumento se relacionan de manera consistente con otras mediciones de otros conceptos, de acuerdo con modelos e hipótesis derivadas teóricamente” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010c, p. 203).

Hernández Sampieri describe que constructo es una variable medida y que tiene lugar dentro de una hipótesis, teoría o un esquema teórico. Para este estudio se toma en consideración la teoría y una hipótesis que al final se debe comprobar si se acepta o rechaza de acuerdo con los resultados obtenidos.

Para esta investigación la validez se aplicó mediante la fórmula del Alfa de Cronbach en el programa SPSS. Este se determina a partir de la consistencia interna que se da por medio de las escalas de la encuesta.

3.4.2 TÉCNICAS

Las técnicas están vinculadas a los instrumentos de medición. Para esta investigación se utilizó las siguientes técnicas de recolección de información:

- 1) Entrevista: La entrevista es más íntima y personalizada. Se estructura más con preguntas abiertas ya que es como una conversación normal solo que enfocada a un tema específico.

Para el caso de este estudio se realizó una entrevista a la licenciada Gloria Lastenia Fajardo que tiene amplia experiencia en el rubro de seguros, aseguradoras y corredurías de seguros (ver anexo 3).

- 2) Encuesta: Se define como un cuestionario estructurado que se aplica a la muestra de la población. (Malhotra, Ortiz Salinas, & Benassini, 2008)

Para esta investigación se realizará una prueba piloto en San Pedro Sula, en donde se aplicarán las primeras 30 encuestas en forma electrónica por medio de la aplicación Google Form. Con la información que se obtenga de esas primeras encuestas se validará y luego se procederá a aplicar el resto de las encuestas tanto físicamente como de forma digital.

3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son aquellas que nos proporcionan datos, hechos que sirven para proyectar a un tiempo no lejano referente al tema del estudio. Es de mucha importancia contar con diferentes fuentes de información para la etapa de la recolección de datos cuantitativos ya que es la que respalda el estudio de la investigación.

Para el caso de esta investigación se utilizó fuentes primarias y fuentes secundarias para recabar la mayor cantidad posible de información para análisis de esta.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias son las que se utilizan para elaborar el marco teórico que incluye las teorías de sustento y metodología de la investigación.

Este tipo de fuentes proporcionan datos de primera mano, como ser libros específicos del tema, artículos, documentales científicos, páginas de internet de instituciones formales, entrevistas a expertos y encuestas.

Las fuentes primarias utilizadas para este estudio son:

- 1) Encuestas realizadas a la muestra de la población.
- 2) Entrevista con la persona experta en el tema.
- 3) Página web de la institución: Comisión Nacional de Banca y Seguros

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias vienen entrelazadas con las fuentes primarias. Es decir, son fuentes que ya han sido analizado previamente y sirven como información para el estudio. Dentro de las fuentes secundarias se puede mencionar estudios previos analizados por terceros acerca del tema de la investigación, libros acerca del estudio de prefactibilidad e informes generales.

Las fuentes utilizadas para este estudio son:

- 1) Libro de “Metodología de la investigación”, 5ta edición.
- 2) Libro de “Evaluación de Proyectos” 4ta edición.
- 3) Ley de instituciones de Seguros y reaseguros.
- 4) Informe de Honduras en cifras que emite el Banco Central de Honduras.
- 5) Instituto Nacional de Estadística de Honduras.

3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO

Las limitantes del estudio se refieren a las limitaciones o problemas con que se han encontrado las personas que están investigando del tema del estudio. Para llevar a cabo un estudio de prefactibilidad es necesario realizar tres estudios para abarcar la mayor cantidad posible de información, y para esta sección se requiere de tiempo y accesibilidad a la información.

Para este estudio las limitantes que más impactan al realizar el estudio son:

- 1) El tiempo, ya que es muy corto que se tiene establecido para realizar la recolección de datos y análisis de información.
- 2) Acceso limitado a cierta información. Para este caso se buscaron estudios previos acerca del tema, pero no fue posible contar con dicha información.
- 3) La información que más se encuentra a nivel macro y micro es de seguros y aseguradoras no de las corredurías, por lo tanto, existe la limitante de la información de la competencia.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo se presentan todos los resultados de que se obtuvieron a partir de los tres estudios mencionados y descritos en el capítulo anterior que son estudio de mercado, técnico y económico o financiero.

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La correduría de seguros es una sociedad de intermediación de seguros, regulada por la Comisión Nacional de Banca y Seguros. Dicha empresa nace a partir de un corredor de seguros que, por su alto desempeño en la venta de seguros en todas las ramas, se ve en la necesidad de buscar ayuda para seguir brindando el mejor servicio a sus clientes y a la vez captar más mercado.

La correduría se destaca por sus diferentes servicios que se detallan como servicio personalizado; en donde se asesora al cliente, se le explica todo lo que conlleve el tipo de seguro que desee adquirir. Otro de sus servicios es la agilidad en los trámites y tiempos de respuesta, trabaja por el interés de los clientes ofreciendo un abanico de cotizaciones que se acoplen a lo que el cliente necesita.

También ofrece acompañamiento en caso de cualquier siniestro sin costo alguno, es la defensa y representación ante las aseguradoras y a la vez brinda el servicio del seguimiento de los pagos, vencimientos y renovaciones de las pólizas, así como el seguimiento de los reclamos por reembolsos que le surjan al cliente.

La correduría también se encarga de vender el seguro de acuerdo a las necesidades del cliente. Los tipos de seguros que se ofrecerán serán seguros de vehículos, seguros contra incendios, seguros de vida, seguros de accidentes personales y seguros de salud y hospitalización que comúnmente se conocen como seguros medico hospitalario.

A continuación, se presenta la figura 23 con un esquema de los servicios en que se destaca:



Figura 23. Esquema de servicios en lo que se destaca.

Fuente: Elaboración propia

4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

El modelo del negocio está enfocado a personas naturales que requieran el servicio de asesoría de seguros, es decir, B2C (Business to consumer). Un modelo de negocio se define: “es el esquema que la administración sigue para entregar un producto o servicio valioso a los clientes en una forma que genere bastantes ingresos para cubrir los costos y dejar una utilidad atractiva” (Thompson et al., 2012, p. 11).

Para ser competitivo se necesita una diferenciación en cuanto a los servicios, de esa manera se podrá atraer nuevos clientes y mantener los que ya existen. Hay un modelo de negocios de canvas que fue creado por Alexander Osterwalder's junto con Yves Pigneur en donde plantean una división de negocio en nueve factores de mucha importancia y relación entre sí.

Los factores son: aliados claves, actividades claves que es con lo que se pretende diferenciar sobre el resto de las corredurías, propuesta de valor, relación con el cliente; que es lo se hará para mantener y generar nuevos clientes, recursos claves, canales por el cual se entregara lo que solicita el cliente, segmento de mercado, quien será quien adquiera los servicios, estructura de costos y estructura de ingreso.

A continuación, se describe en la figura 24 el modelo de canvas, que es una forma de abarcar todas las áreas necesarias para marcar la diferencia como correduría.

<i>Aliados Clave</i>	<i>Actividades Clave</i>	<i>Propuesta de Valor</i>	<i>Relación con el Cliente</i>	<i>Segmentos de Clientes</i>
Las aseguradoras de seguros.	 <p>Ser intermediario entre la aseguradora y el cliente. Brindar acompañamiento en caso de siniestro. Seguimiento de los reclamos y reembolsos. Seguimiento de tiempos de respuesta de la aseguradora.</p>	 <p>Servicio personalizado. Brindar un real acompañamiento y asesoría en caso de necesitar sin importar el día. Además de asegurar y asesorar se busca la tranquilidad financiera del cliente.</p>	 <p>Asesoría sobre la póliza, ser transparente en todas las coberturas. Confianza con los clientes. Comunicación eficaz con el cliente. Crear una relación estrecha con el cliente.</p>	 <p>Personas naturales interesadas en comprar seguros. Mayor de 21 años. Que resida en San Pedro Sula. Personas que están interesadas en el servicio de una correduría.</p>
	<p>Recursos Clave</p>  <p>Gerente Administrativo. Gerente Comercial. Asesores de ventas orientados al servicio al cliente.</p>		<p>Canales</p>  <p>Asesores de venta Correo electrónico Visita personal Redes Sociales</p>	
Estructura de Costos			Estructura de Ingresos	
<p>Pago de sueldos y comisión por cumplimiento de ventas. Costo administrativos y Operativos. Financiamiento.</p>			<p>Ingresos por venta de seguros. Comisión por prima de seguros.</p> 	

Figura 24. Modelo de negocios de la correduría de seguros R-MAG SEGUROS.

Fuente: Elaboración Propia

4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL

La nueva correduría en San Pedro Sula tendrá el nombre de “R-MAG SEGUROS” el cual ha sido verificado en la página del registro de la propiedad de que no exista ninguna correduría con el mismo nombre.

4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Cuando se inicia un nuevo negocio existe la incertidumbre si las personas buscarán o no el nuevo negocio, por un tema de costumbre o simplemente miedo a experimentar algo nuevo.

Uno de los riesgos que se ha identificado es la devaluación de la moneda, ya que al haber devaluación del dólar frente al lempira aumenta el valor de los productos e impacta en el valor de prima del seguro sobre todo los de daños y vehículos.

Si el cliente final no está preparado para un incremento en su prima existe la posibilidad que no obtenga el seguro o cancele el seguro que tenga y eso significa una baja en la cartera de clientes para la correduría.

Otro factor puede ser la tasa de inflación; esto debido a que este rubro está muy relacionado con el sistema financiero del país.

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación del proyecto. En este estudio de determina la demanda, la oferta, se analizan los precios y por último la comercialización de los servicios.

Baca Urbina (2001) menciona que el estudio de mercado es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la pregunta si existe un mercado viable para el producto o servicio que se pretende ofrecer.

Este estudio tiene como propósito recopilar toda la información más relevante para analizar las necesidades del mercado, saber cuál será la aceptación hacia los servicios de asesoría que ofrece una correduría de seguros. También pretende conocer cuáles son los servicios que tienen mayor importancia para los clientes y a la vez indicará el rango de cobertura para conocer las necesidades del mercado y sobre esto calcular las primas según el ramo de seguro.

Para llevar a cabo dicho estudio se realizó una encuesta (ver anexo 4) a un mercado meta que son personas que están económicamente activas, residen en San Pedro Sula, mayor a 21 años.

Dicha encuesta se validó aplicando a 32 personas como prueba piloto y utilizando el programa SPSS por medio de las preguntas en escala de Likert se analizó el del alfa de Cronbach (ver anexo 5).

4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA

Para llevar a cabo el análisis de la competencia e industria se aplicará el modelo de las cinco fuerzas de Porter.

“Michael Porter ha identificado cinco fuerzas que determinan el atractivo intrínseco a largo plazo de un mercado o segmento de mercado: competidores en el sector, entrantes potenciales, sustitutos, compradores y proveedores” (Kotler & Keller, 2012, p. 232)

Este modelo permite hacer un análisis completo de la empresa en base a otras empresas del mismo rubro. En la figura 25 se describe el modelo de las cinco fuerzas de Porter.



Figura 25. Esquema del modelo de las cinco fuerzas de Porter

Fuente: (Kotler & Keller,2012)

4.5.1.1 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

La rivalidad entre competidores hace referencia a las empresas que compiten directamente en una misma industria, sobre todo ofreciendo el mismo producto o servicio. Es claro que el grado en que aumente la rivalidad entre los competidores se ajusten algunos factores como ser precios, servicio pero que a la vez la empresa sea rentable.

Para el caso de la correduría la rivalidad se incrementa al marcar una diferenciación en cuanto a los servicios que ofrece, ya que no solamente vende el producto que en este caso es el seguro, si no también brinda el servicio de asesoramiento al cliente y al final eso es lo que califica el cliente.

La competencia directa son todas las corredurías que existen en San Pedro Sula y los corredores o agentes independientes autorizados para intermediar seguros de las instituciones aseguradoras independientes. Actualmente existen 142 sociedades de corredurías en Honduras que están activas, la Comisión Nacional de Banca y Seguros no muestra los datos de cuantas están basadas en San Pedro Sula.

De acuerdo con la entrevista que realizo a la Lic. Gloria Fajardo, 2019; cada correduría se enfoca en los ramos en los que están autorizados o de acuerdo con las alianzas con las aseguradoras. La correduría puede enfocarse con mayor participación en cualquiera de los dos ramos que existen que son Vida y Daños.

Dentro de las corredurías más fuertes que hay en San Pedro Sula se puede mencionar:

- 1) Concorse
- 2) Tecniseguros
- 3) Co. seguros
- 4) American Broker
- 5) Conaseg
- 6) Ponce y Asociados
- 7) Pacific
- 8) Unions

- 9) HE Corredores
- 10) Issa Correduria de Seguros
- 11) Fama S.de R.L.
- 12) Arosevi S.de R.L.
- 13) Correduria de Seguros Nelson Coto y Asociados
- 14) Copres S. de R.L
- 15) Onerosa

Cada correduría tiene definido cuál es su segmento de mercado, por ejemplo, hay corredurías que tiene autorizado por la CNBS ambas ramos, vida y daños, pero su enfoque es más vida.

También se puede destacar los mismos bancos que ahora han aumentado en el interés de vender seguros ya que cuentan con unas infraestructuras comerciales establecidas y una cartera de clientes de su banco.

4.5.1.2 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Porter identifica siete barreras de entrada creadas por los mismos competidores para saber si el mercado es o no atractivo. Estas siete barreras son:

- 1) Economías de escala
- 2) Diferenciación del producto
- 3) Inversiones de capital
- 4) Desventaja en costo independientemente de la escala
- 5) Acceso a los canales de distribución
- 6) Política gubernamental
- 7) Barreras a la entrada

La amenaza de nuevos competidores es alta no directamente de corredurías de seguros si no de agentes o corredores independientes. En los últimos años ha habido un aumento en la inscripción en la CNBS de agentes independientes. Cada último viernes del mes la comisión realiza exámenes de conocimiento de la intermediación de seguros, el cual requiere una

aprobación del 80%. Por lo tanto, los aspirantes a corredores independientes que pasen los exámenes aplicados por la comisión se convierten en nuevos competidores de intermediación de seguros.

Para el caso de las corredurías de seguros no se necesitan grandes economías de escalas para la distribución, hay que cumplir con los requisitos establecidos por la CNBS, y dar la fianza establecida por la misma comisión.

4.5.1.3 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el caso de las corredurías de seguros no existen servicios sustitutos, pero si existen para el servicio de seguros. Por ejemplo; algunas personas para abaratar los costos sustituyen los seguros de sus vehículos por sistemas globales de posición o conocido como GPS. En el área de salud algunos hospitales proveen planes de servicios de atención medico hospitalarios.

Al existir este tipo de sustituto del producto, afecta a la correduría porque el cliente puede cancelar la póliza de seguro y optar por las otras opciones de bajo costo y genéricas y eso representa una baja para la cartera de clientes de la correduría.

4.5.1.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Los clientes tienen un alto poder de negociación, por la calidad de servicio. Ellos pueden realizar cambio de intermediarios las veces que sean necesarias en el año todo por esperar recibir un servicio de excelencia.

4.5.1.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

El poder de negociación de los proveedores es alta debido al número de aseguradoras que hay. Para el caso de la correduría los proveedores son las compañías de seguros, que al final ellos proveen el producto que se vende al cliente y a las aseguradoras les conviene que el cliente elija su propuesta de seguro.

Acá se dan las alianzas entre las corredurías y las aseguradoras para poder captar un

mayor porcentaje de clientes.

Al final del análisis de las cinco fuerzas de Porter se concluye que el grado de afectación en cada una de las fuerzas es alta, por lo tanto la correduría de seguros debe tener claro que las estrategias y ventajas competitivas que se implementen deben ser marcadas y poder ser diferenciadas antes del resto de las empresas relacionadas.

En el caso de los clientes el servicio de la correduría es primordial por la facilidad que tiene el consumidor final de cambiar de correduría cuando desee. También, si el cliente no está a gusto con el servicio o tiempos de respuestas por parte de la aseguradora, puede cambiar de aseguradora pero permanecer con el servicio de la correduría.

“Trabajar con el modelo de cinco fuerzas paso a paso no sólo ayuda a los creadores de la estrategia a evaluar si la intensidad de la competencia permite una buena rentabilidad, sino también promueve un pensamiento estratégico sólido para mejorar el ajuste de la estrategia de la empresa al carácter competitivo específico del mercado” (Peteraf & Strickland, 2012, p. 71)

Las estrategias que la correduría de seguros tenga serán más eficaces si toman la alta competitividad a su favor y le permita sacar provecho en cuanto al crecimiento de cartera de clientes y posicionamiento en el mercado.

4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Al estudiar el mercado meta en la ciudad de San Pedro Sula por medio de la utilización de encuestas, se determina que el 61.7% de las personas encuestadas tienen algún grado de interés por el servicio de asesoría de una correduría de seguros.

El 28.1% muestra alto interés y está totalmente de acuerdo en usar una correduría de seguros, y el 33.6% está de acuerdo en utilizar una correduría de seguros. El 27.4% tiene poco o un interés neutro en utilizar los servicios de una correduría de seguros.

Para este estudio solamente los resultados que muestran estar totalmente de acuerdo y de acuerdo se toman en cuenta dentro del mercado interesado. En la figura 26 se puede observar el

desglose de los porcentajes según el nivel de disposición e interés de los encuestados.

¿Qué tan importante son para usted los siguientes servicios del proceso de asesoría de seguros? (Califique de 1 a 5, siendo 1 de menor importancia y 5 de mayor importancia)

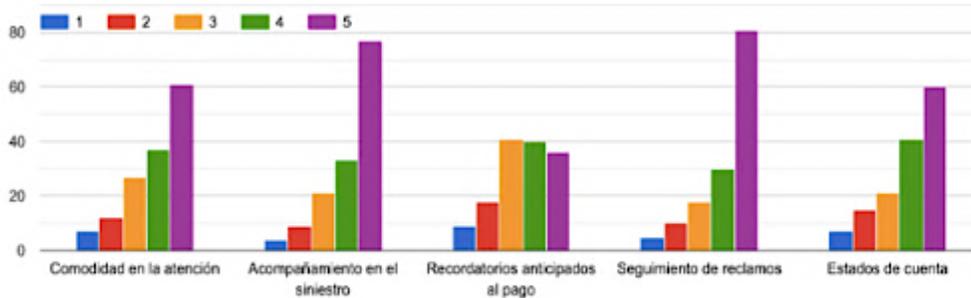


Figura 26. Disposición e interés en utilizar una correduría de seguros asesoramiento

4.5.2.1 SERVICIO

Al realizar el análisis de los resultados de la encuesta, con respecto al servicio; se consulta al encuestado que nivel de importancia da a los diferentes servicios que brinda una correduría, calificando 5 como muy importante y 1 como menos importante.

Para el análisis solo se tomaron las calificaciones 4 y 5 que significan importante y muy importante respectivamente.

¿Estaría dispuesto a utilizar una nueva correduría de seguros que le asesore sin costo adicional?

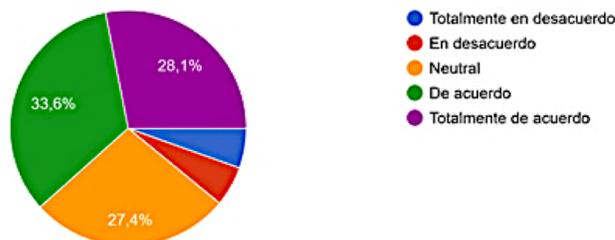


Figura 27. Nivel de importancia de los servicios del proceso de asesoría.

En la figura 27 se puede observar que el de mayor importancia es seguimiento de reclamos, luego acompañamiento en caso de siniestro, seguidamente comodidad en la atención y recibir sus estados de cuenta. El servicio de recordatorio anticipado al pago fue al que menos importancia le otorgaron.

4.5.2.2 PRECIO

Para la determinación de los precios, se les indico a los encuestados que marcaran los valores por los cuales les gustaría asegurarse en los diferentes tipos de seguros ya que en base a esa respuesta se cotiza con la aseguradora y de esa forma obtener un precio por la póliza.

En los precios si influyen los clientes porque siempre exigen mejores precios con productos y servicios de alta calidad, pero para el caso del rubro de seguros va sujeto a las tasas que cada aseguradora tenga establecida.

A continuación, se presentan los diferentes tipos de seguros y los valores por lo que el encuestado le gustaría asegurarse en cuanto a cobertura.

¿En qué rango está el valor de mercado de su vehículo?

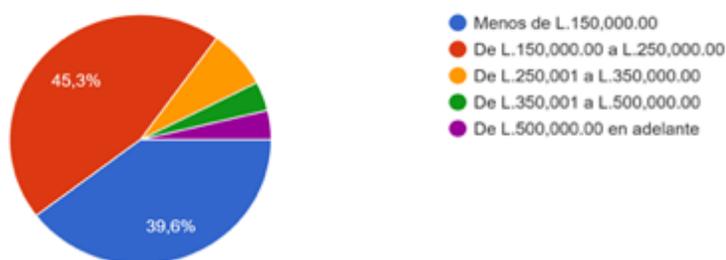


Figura 28. Valor de mercado de vehículos de encuestados

En la figura 28 muestra los resultados obtenidos en los rangos de valor de mercado de los vehículos a asegurarse, nos indica el promedio de cobertura que requiere el mercado. Con este valor se obtiene el valor de la prima promedio de una póliza de seguro de este ramo determinada por la aseguradora.

El valor de la prima obtenida por la compañía de seguros es de 6,660 lempiras. La comisión que la correduría obtendrá por esta venta será el 15% sobre el valor de la prima, pudiendo ser este un porcentaje mayor al establecer mejores condiciones en los acuerdos ante las aseguradoras.

En la figura 29 muestra los resultados obtenidos en los rangos de cobertura en que le interesaría asegurarse para un seguro de gasto médico hospitalario. Este dato nos indica el promedio de cobertura que requiere el mercado.

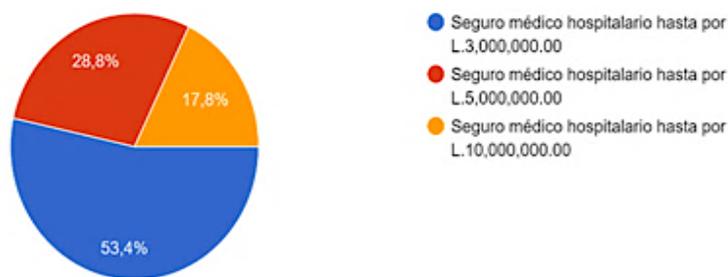


Figura 29. Valor de cobertura para seguro de gastos médicos hospitalarios

Con este dato se obtiene el valor de la prima promedio de una póliza de seguro de este tipo determinada por la aseguradora. El valor de la prima anual obtenida por la compañía de seguros es de 18,276.88 lempiras. La comisión que la correduría obtendrá por esta venta será el 10% sobre el valor de la prima.

Para el caso del seguro de accidentes personales en la figura 30 se muestra cómo se obtuvieron resultados donde incidan el promedio de cobertura que requiere el mercado. El valor de la prima anual promedio es 2,700.00 lempiras. La comisión que la correduría obtendrá por esta venta será el 10% sobre el valor de la prima.

¿Por cuál de los siguientes valores le gustaría asegurarse?

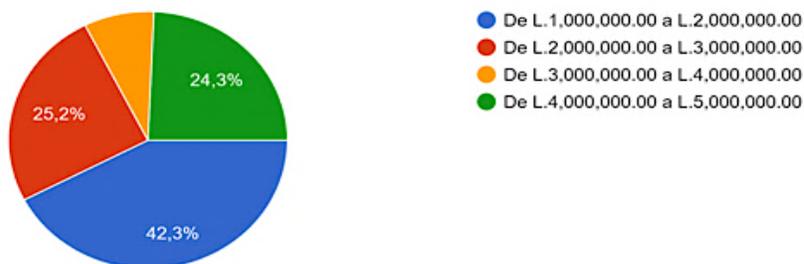


Figura 30. Valor de cobertura para seguro de accidentes personales.

En la figura 31 se muestran los valores de cobertura para un seguro de vida. Tomando como media lo que los encuestados indicaron. La prima anual promedio es 9,239.25 lempiras. La comisión que la correduría obtendrá por esta venta será el 35% sobre el valor de la prima.

¿Por cuál rango de valores se aseguraría?

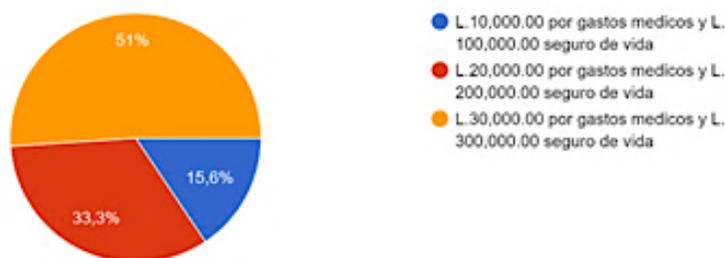


Figura 31. Valor de cobertura para seguro de Vida

En la siguiente figura 32 muestra los resultados obtenidos en los rangos de cobertura en que le interesaría asegurarse para un seguro de Incendio. Este dato nos indica el promedio de cobertura que requiere el mercado. La prima promedio para esta cobertura es de 7,275.00 anual. La comisión que la correduría obtendrá por esta venta será el 10% sobre el valor de la prima.

¿Por cuál rango de valores aseguraría su inmueble?

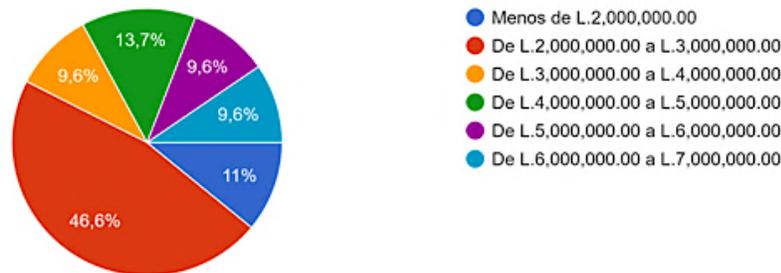


Figura 32. Valor de cobertura para seguro de Incendio

4.5.2.3 COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización, se incluye en la encuesta de mercado una pregunta intentando averiguar cuál medio de difusión de comunicación es el que usan con mayor frecuencia y de esa manera basar la planeación para comercializar o promocionar los servicios de la correduría en base a las preferencias del mercado meta.

En la figura 33 se observa que el medio que utilizan con mayor frecuencia son las redes sociales y el correo electrónico.

¿Con qué frecuencia utiliza los siguientes medios de comunicación?

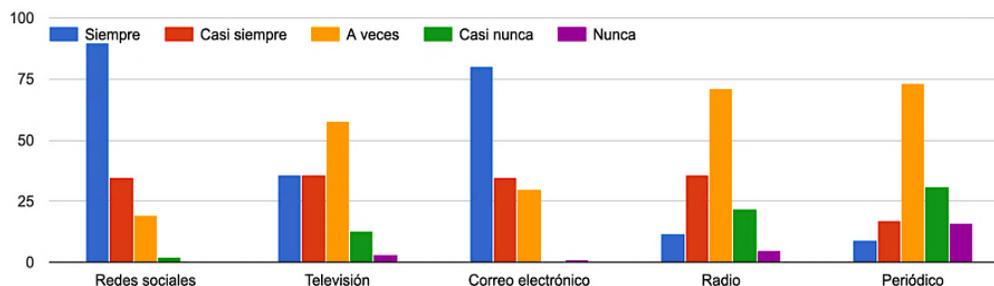


Figura 33. Frecuencia de usos de los medios de comunicación

4.5.2.4. DEMANDA

Para determinar la demanda del estudio se definió un perfil del consumidor que se detalla a continuación:

- 1) Género: Indiferente
- 2) Edad: Mayor de 21 años
- 3) Localidad: San Pedro Sula
- 4) Población: Económicamente activa

En la encuesta que se realizó, hay dos preguntas que son importantes conocer sus resultados. La primera es que si están interesados en los servicios de una correduría y la segunda va dirigida hacia el interés de comprar los diferentes tipos de seguros y si está interesado que tipo de seguro le interesa.

Para realizar el cálculo de la probabilidad de la intención de compra se utiliza la fórmula descrita en la ecuación 2, en donde se toman en consideración las personas que contestaron totalmente de acuerdo y de acuerdo en utilizar los servicios de una correduría de seguros.

$$P = C_{definitivamente} \times F_{definitivamente} + C_{probablemente} \times F_{probablemente} \quad (6)$$

(2)

Donde:

P = probabilidad de la intención de compra

$F_{definitivamente}$ = fracción de encuestados que indican en la encuesta estar Muy interesados.

$C_{definitivamente}$ = constante de calibración 0.4

$C_{probablemente}$ = constante de calibración 0.2

$F_{probablemente}$ = fracción de encuestados que indican en la encuesta estar Algo interesados.

La primera pregunta es más informativa para el corredor que solicita el estudio, pero aporta al cálculo de la demanda por producto. Con los resultados de ambas preguntas parte la demanda, ya que se cuantifica el porcentaje de las personas que están dispuestas a comprar los diferentes tipos de seguro y el interés real.

Tabla 7. Cuantificación de la demanda por tipo de seguro

Tipo de Seguros	Población INE (PEA)	% de personas interesadas en seguro	Población interesada en seguros	% Ulrich (intención real)	personas interesadas en servicios correduría	Cuota de mercado que se abarcará 0.6%
Seguros de vehículos	304,003	72.6%	220,706	17.94%	39,595	238
Seguros de Vida	304,003	76.0%	231,042	17.94%	41,449	249
Seguros por salud y hospitalización	304,003	81.5%	247,762	17.94%	44,449	267
Seguros de accidentes Personales	304,003	65.8%	200,034	17.94%	35,886	215
Seguros contra incendios	304,003	50.0%	152,002	17.94%	27,269	164
						1,133

En la tabla 7 se muestran los resultados de la demanda por tipo de seguro anual. Tomando de referencia la población económicamente activa, se multiplica el porcentaje que dio como resultado de la encuesta de personas que están dispuestos a obtener el seguro de acuerdo con cada tipo. Para penalizar esta población y verificar que sea un dato más real se aplica la teoría de Ulrich en donde acorde a formula da como resultado un 17.94%. La población que resulte en base a ese comportamiento real se obtiene la demanda por producto y de esa demanda se proyecta abarcar el 0.6% de mercado dando un total de 1,133 pólizas.

4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO

Para proyectar el crecimiento de la demanda se tomó como base la experiencia en ventas del corredor de seguros, quién ha venido obteniendo un crecimiento promedio de 1.67% en los últimos tres años de trabajo. Se estimó un crecimiento conservador de 1.15% por año para realizar el estudio financiero.

4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO

Dentro de la estrategia de mercado, se crean actividades y planes para mantener a los clientes existentes y abarcar nuevos clientes. Para esto es necesario tener una propuesta que realmente tenga un valor alto para el cliente.

De acuerdo a lo que establece Kotler & Keller (2012) “el desarrollo de la estrategia correcta de mercado requiere una mezcla de disciplina y flexibilidad. Las empresas deben adherirse a una estrategia, y también mejorarla constantemente” (p. 33).

Kotler & Keller (2012) definen el plan de marketing como un instrumento para dirigir y controlar el esfuerzo de marketing y lo divide en dos niveles que son: estratégico y táctico.

El nivel estratégico abarca lo que el mercado meta, y la propuesta de valor de la empresa tomando en consideración las mejores oportunidades de mercado y poder satisfacer y fidelizar a los clientes. El nivel táctico describe las características del producto o servicio, comercialización, precios y canales de ventas.

4.5.4.1 PRODUCTO O SERVICIO

El servicio que se va ofrecer a través de la apertura de la correduría de seguros, es proporcionar asesoría de cada uno de los productos a lo que esté interesado el cliente, brindarle las mejores opciones de cotización de acuerdo a su preferencia y necesidad.

Dar la confianza y comodidad al cliente, brindarle el estado de cuenta cuando sea requerido y dar seguimiento a los reclamos y reembolsos. El objetivo es ahorrarle al cliente todo el tiempo y gestiones que se requieren hacer con la aseguradora para su requerimiento.

La correduría por ser una intermediaria de seguros, brinda servicio y a la vez vende el producto de la aseguradora. A continuación, se detallan los productos que ofrecerá la correduría:

- 1) Seguros de vida
- 2) Seguros de accidentes personales
- 3) Seguros por enfermedades y hospitalización
- 4) Seguros de vehículos
- 5) Seguros de incendios

4.5.4.2 DEFINICIÓN DE MERCADO META

Para definir el mercado meta, primero se segmenta el mercado de acuerdo con las características y perfil de posibles clientes. En el caso de este estudio se delimito la población solo la que esta económicamente activa, mayor de 21 años.

De acuerdo con Kotler, una vez definido el segmento de mercado se evalúa y decide a que conjunto de personas se desea servir que para este estudio son las personas que residen en San Pedro Sula.

4.5.4.3 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de la empresa “consiste en el conjunto total de beneficios que la empresa promete ofrecer; por lo tanto, constituye una valoración más completa que el posicionamiento central de la oferta” (Kotler & Keller, 2012, p. 127).

La propuesta de valor de la correduría de seguros es brindar una alta calidad de servicio, distintivo y deseable por los clientes. En el rubro de seguros el servicio es muy importante e impacta bastante en el crecimiento y estabilidad de la cartera de clientes. Las incidencias que se puedan dar durante un año, que es lo que normalmente tienen vigencia los seguros, pueden causar efectos que provoquen conflictos con el cliente y dañe la relación.

Otra Propuesta de valor por parte de la correduría es la gestión o administración de las relaciones con los clientes, más conocidos como (CRM).

“La gestión de las relaciones con los clientes (CRM) es el proceso de gestionar cuidadosamente la información detallada de clientes individuales, así como todos los puntos de contacto con ellos, con el propósito de maximizar su lealtad” (Kotler & Keller, 2012, p. 135).

Al contar con un sistema y dar buen uso permitirá la fidelización de los clientes actuales y capacitación de nuevos clientes.

4.5.4.4 PRECIO

Los precios no los establece la correduría, si no la compañía de seguros en base a las tasas que maneja cada una por cada tipo de seguro. Para este estudio el precio se convierte en la prima por seguro, por lo que se obtuvo una prima promedio por cada tipo de producto en base a lo que indica la encuesta en cuanto a coberturas de seguros; las primas promedio proporcionadas por la aseguradora se detallan a continuación:

Tabla 8. Prima promedio en el mercado nacional.

Ingresos por venta	Costo Neto	ISV y Gastos	Costo Total Prima
Seguro de vehículos	L 5,400.00	L 1,260.00	L 6,660.00
Seguro de vida	L 9,239.25	L 1,385.89	L 10,625.14
Seguro médico hospitalario	L 15,892.94	L 2,383.94	L 18,276.88
Seguro de accidentes personales	L 2,700.00	L 700.00	L 3,400.00
Seguros contra incendios	L 6,000.00	L 1,275.00	L 7,275.00

4.5.4.5 CANALES DE VENTA

Los canales de venta de la correduría serán por la fuerza de venta y contactos que ya se cuentan como base de datos pero que no son clientes aún.

También se contará con el canal de venta en donde el cliente llega a la correduría a buscar el servicio y producto físicamente al establecimiento. Este canal, por el tipo de empresa se da esporádico, ya que lo común es que el corredor de seguros salga y busque los clientes y cualquier necesidad o solicitud de parte del cliente no sea necesario moverse.

4.6 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, porque el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Baca Urbina, 2001, p. 97)

En esta parte del estudio se determinará la localización seleccionada como ubicación física del proyecto, se diseñan los procesos de servicio, se determinarán los recursos necesarios como equipo, mobiliario, recursos humanos y la organización humana y legal necesaria para llevar a cabo el proyecto.

Tabla 9. Matriz de selección de localización.

Criterios	Ponderación	Santa Mónica Oeste L.30,625.00/mes		Condominios Hosp. del Valle L.31,850.00/mes		Edif. Contiguo a Mapfre L.26,950.00/mes	
		Calificación	Resultado	Calificación	Resultado	Calificación	Resultado
Preferencia	0.2	3	0.6	1	0.2	2	0.4
Seguridad	0.2	2	0.4	2	0.4	2	0.4
Accesibilidad	0.05	1	0.05	1	0.2	2	0.4
Cercanía a aseguradoras	0.2	2	0.4	1	0.2	2	0.4
Estacionamiento	0.05	1	0.05	2	0.4	2	0.4
Costo M2	0.3	2	0.6	1	0.2	3	0.6
	1		2.1		1.6		2.6

Fuente: Elaboración propia.

4.6.2 TAMAÑO

Las dimensiones requeridas del lugar donde funcionará la correduría de seguros es un área suficiente para ubicar una oficina gerencial, un área común para el equipo de ventas, recepción y un baño de uso común. El área total por ocupar es de 69 metros cuadrados. El anexo 6 muestra el plano que muestra la distribución de espacios de las oficinas.

De acuerdo con el Reglamento General de Medidas Preventivas de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales emitido por la Secretaria de Trabajo y Seguridad Social en Honduras (STSS, 2004), se debe considerar 2.4 metros por cada trabajador en los establecimientos comerciales, de servicio y locales destinados a oficinas y despachos (p.13).

En el caso de las oficinas para la correduría y basados en esta información, se calcula que el local seleccionado tiene un área para acomodar un máximo 13 personas. Las proyecciones realizadas es contratar un máximo de 7 personas, por lo cual se concluye que el mismo cumple con el requisito en referencia.

4.6.3 EQUIPO

Por tratarse de una oficina para atención al cliente y que en su mayor tiempo se utilizará para centralizar las operaciones diarias del equipo de ventas y la administración, se requerirá de equipo y mobiliario para oficinas adecuado para las actividades del personal.

En la tabla 10 se describe el listado del mobiliario y equipo a adquirir para inicio de las operaciones y en el anexo 7 se presenta la cotización proporcionada por el proveedor:

Tabla 10. Equipo y mobiliario de oficinas.

Cantidad	Descripción	Precio Unt	ISV	Total
2	Escritorio ejecutivo	4,196.45	629.47	9,022.37
2	Escritorios semiejecutivos	2,669.85	400.48	5,740.18
2	Silla ejecutiva	2,116.42	317.46	4,550.30
2	Sillas semi-ejecutivas	2,077.88	311.68	4,467.44
3	Sillas de espera	1,662.12	249.32	5,235.68
1	Mesa de conferencia	3,231.55	484.73	3,716.28
4	Sillas para conferencia	1,542.01	231.30	6,399.34
1	Mesa p/cocineta	1,017.76	152.66	1,170.42
2	Librero de metal	3,372.10	505.82	7,250.02
1	Archivo de 4 gavetas	3,590.63	538.59	4,129.22
2	Computadoras laptop	11,499.00		22,998.00
1	Monitor	2,599.00		2,599.00
1	Aire Acondicionado de 12 BTU	8,990.00	1,348.50	10,338.50
1	Aire Acondicionado de 24 BTU	13,990.00	2,098.50	16,088.50
1	Oasis	3,890.00	583.50	4,473.50
1	Percoladora	499.00	74.85	573.85
1	Teléfonos inalámbricos	2,599.00		2,599.00
1	Impresora multifuncional	5,199.00		5,199.00
1	Proyector	10,995.00		10,995.00
	Total			127,545.61

Fuente: Elaboración propia.

4.6.4 INSUMOS

Los insumos por utilizar en las operaciones de la correduría son básicamente un conjunto de útiles de oficina. Se iniciará con un inventario básico listado en la tabla 11 se muestra el listado inicial de insumos a adquirir y el anexo 8 muestra la cotización del proveedor.

Tabla 11. Insumos de oficina.

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unit	Total
Papel bond tamaño carta	caja	1	889.00	889.00
Papel bond tamaño legal	resmas	3	126.00	378.00
Boligrafos negros	caja	3	49.90	149.70
Boligrafos rojos	caja	2	49.90	99.80
Clips pequeños	caja	5	141.00	705.00
Clips grandes	caja	3	159.00	477.00
Fasteners	caja	2	59.90	119.80
Pendaflex	caja	1	240.00	240.00
Agendas	Und	4	180.00	720.00
Calculadoras de mesa	Und	4	244.99	979.96
Folder tamaño carata	caja	1	219.00	219.00
Perforadoras	Und	3	144.00	432.00
Grapadoras	Und	3	89.90	269.70
Grapas	Caja	1	44.90	44.90
TOTAL				L 5,723.86

Fuente: Elaboración propia.

4.6.5 PROCESOS

Para asegurar un manejo adecuado de las actividades de la correduría se establecen tres procesos básicos de venta en oficina y en campo, y el proceso de seguimiento a los reclamos de los asegurados. Estos procesos se muestran en las figuras siguientes:

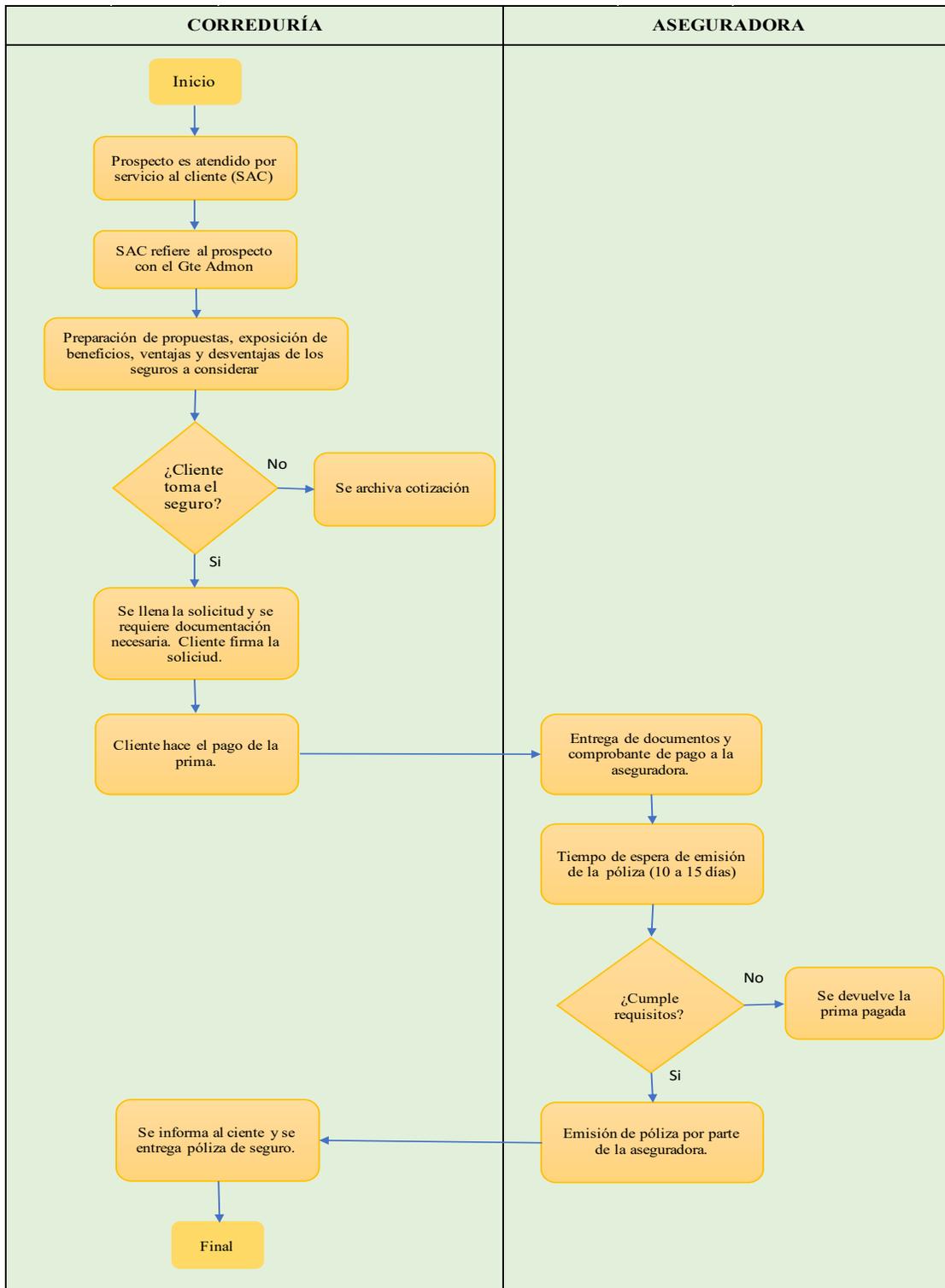


Figura 35. Proceso de venta en oficina.

Fuente: Elaboración propia.

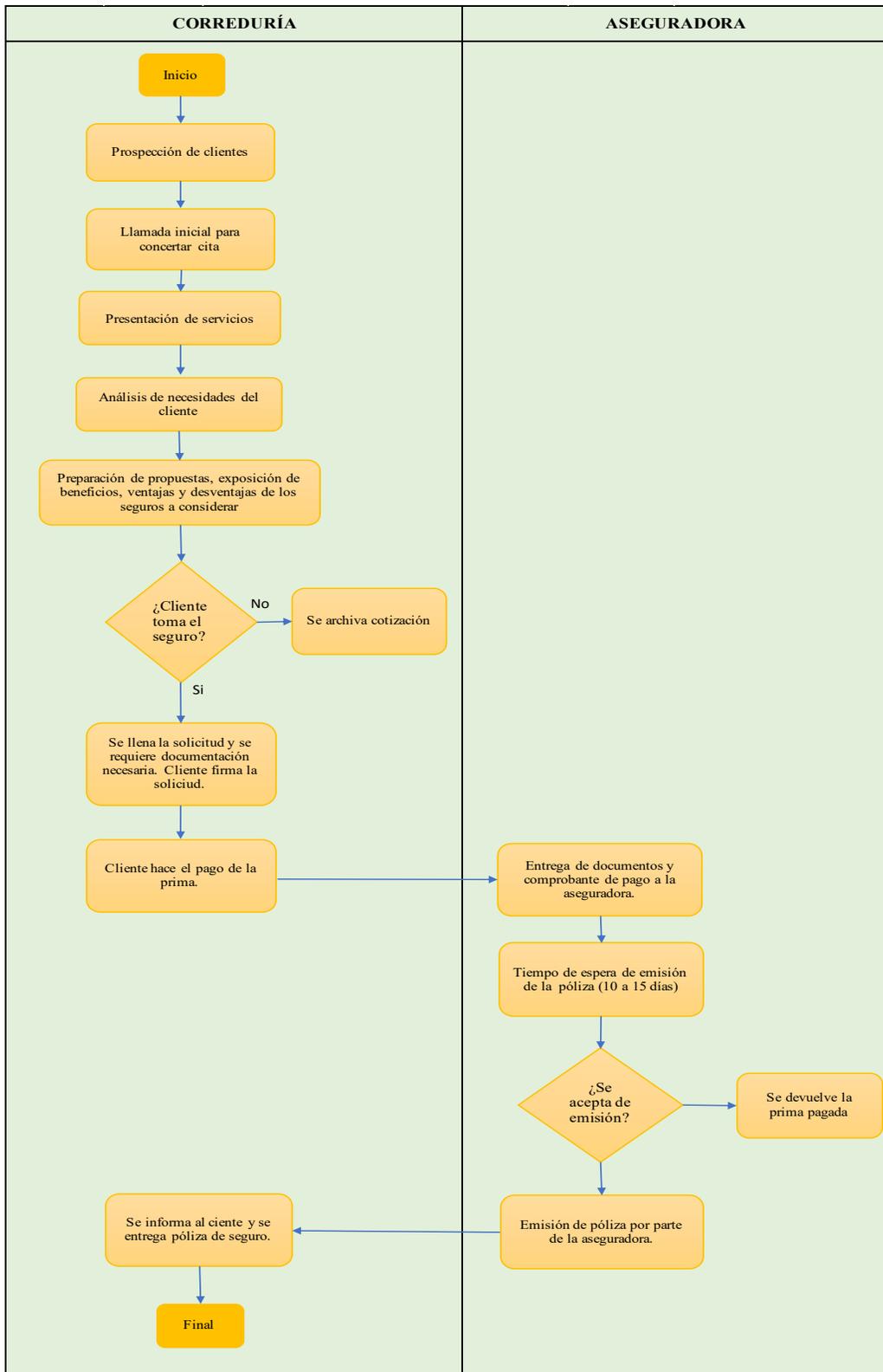


Figura 36. Proceso de venta de campo.

Fuente: Elaboración propia.

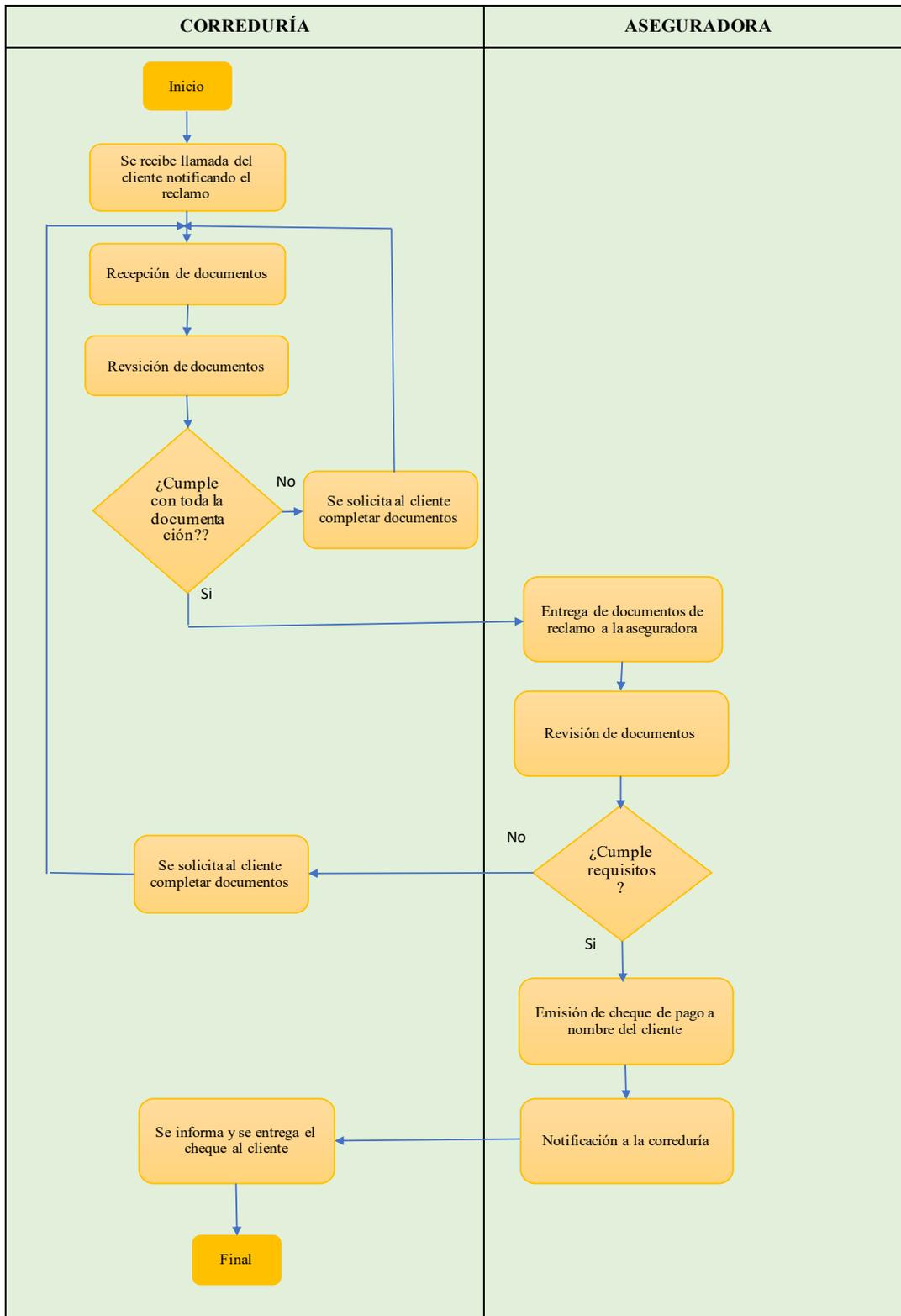


Figura 37. Proceso de reclamos.

Fuente: Elaboración propia.

4.6.6 ORGANIZACIÓN HUMANA

La organización humana está compuesta por todas las personas que son necesarias para realizar las operaciones de la correduría, definidas bajo una estructura organizativa diseñada en función de los objetivos de la empresa. Cada uno de los cargos que conforman la estructura requieren de personas con competencias, experiencia y habilidades duras y blandas para ejecutar las funciones y responsabilidades de forma profesional y eficiente.

En la figura 38 se muestra en forma gráfica la estructura organizacional con la que dará inicio la correduría. Se trata de una organización con poco personal para una etapa inicial que posteriormente y de acuerdo con los resultados se irá modificando.

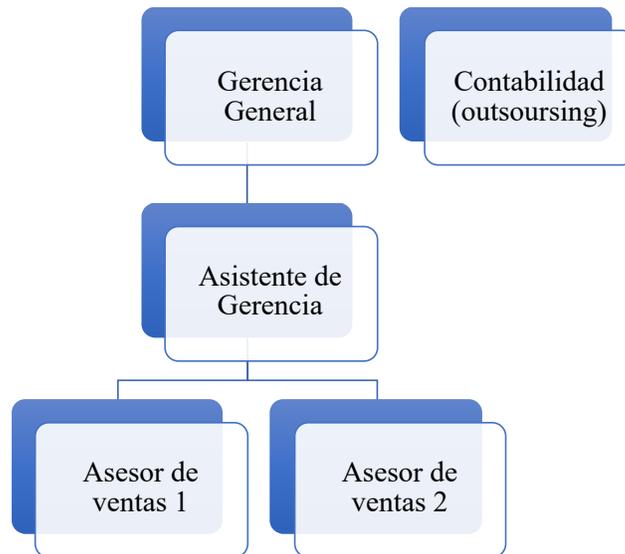


Figura 38. Estructura organizacional.

Fuente: Elaboración propia.

4.6.6.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

El servicio de asesoría en seguros que la correduría ofrece requiere que su equipo de profesionales trabaje de una forma integrada y enfocada en el alcance de los objetivos de la organización. Este equipo debe tener las calificaciones adecuadas para desempeñar sus actividades.

El análisis y descripción de puestos es el establecimiento de los requisitos básicos (nivel de escolaridad, experiencia, tareas, obligaciones, responsabilidades y condiciones de trabajo) para el desempeño exitoso del puesto.(Chiavenato, 2007, p. 123)

1) GERENTE GENERAL

Descripción del puesto: Lidera la organización, se asegura del funcionamiento óptimo de las diferentes áreas de la empresa, de manera que todos los esfuerzos estén encaminados a lograr los objetivos estratégicos de la misma. Planifica, dirige y coordina las operaciones de la organización.

Realiza las siguientes tareas:

- 1.1) Revisa los resultados financieros, reportes de venta o cualquier otro informe que mida la productividad, vigila el cumplimiento de los objetivos.
- 1.2) Supervisa, dirige y coordina las actividades del equipo de ventas.
- 1.3) Establece las estrategias de la organización y su implementación para asegurar el crecimiento de ésta.
- 1.4) Representante de la correduría ante las compañías aseguradoras.

2) ASISTENTE DE GERENCIA

Descripción del puesto: Asiste a la gerencia general, archiva y ordena los expedientes de cada cliente

Realiza las siguientes tareas específicas:

- 2.1) Recibe a los clientes y los remite con un asesor de ventas.
- 2.2) Atiende las llamadas.
- 2.3) Asiste en las actividades administrativas a la gerencia.
- 2.4) Archiva y orden los expedientes de los clientes.

3) ASESOR DE VENTAS

Descripción del puesto: Vende seguros de vida, seguros de vehículos, seguros medico hospitalario, seguros de accidentes y otros tipos de seguros.

Realiza las siguientes tareas:

- 3.1) Prospecta nuevos clientes para ampliar su cartera.
- 3.2) Analiza las necesidades del cliente explicando las ventajas y desventajas de los productos de seguros disponibles en el mercado.
- 3.3) Da seguimiento a los tramites de emisión de nuevas pólizas, renovaciones, reclamos y todo lo relacionado a los seguros de sus clientes ante las aseguradoras.
- 3.4) Brindar apoyo a sus clientes en el momento del siniestro.
- 3.4) Recibir capacitaciones programas por la dirección

4) OUTSOURSING CONTABLE

Empresa que será responsable de registro de los ingresos y gastos, y de todas las operaciones de valor económico que realice la empresa. Asimismo, se encargará de realizar todas las gestiones de carácter tributario para el correcto cumplimiento de lo estipulado por las autoridades fiscales y municipales.

Presentará en forma periódica los Estados Financieros de la empresa a la Gerencia con sus correspondientes notas explicativas.

4.6.6.2 SALARIOS

“El término salario se refiere a la remuneración monetaria o la paga que el empleador entrega al empleado en función del puesto que ocupa y los servicios que presta durante determinado tiempo”. (Chiavenato, 2007, p. 283)

El cuadro de salario mostrado en la tabla 12, es determinado en función de las competencias, experiencia, habilidades y responsabilidades de cada cargo en la empresa.

Tabla 12. Sueldos y salarios.

SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 1								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 1
Gerente general	1	L 12,000.00	L 144,000.00	7,875.00	2,160.00	12,000.00	12,000.00	178,035.00
Asistente Gerencia	1	L 10,000.00	L 120,000.00	7,875.00	1,800.00	10,000.00	10,000.00	149,675.00
Total Admon			L 264,000.00					327,710.00
Asesor de seguros	3	L 9,200.00	L 331,200.00	23,625.00	4,968.00	27,600.00	27,600.00	414,993.00
Total		L 49,600.00	L 595,200.00	L 23,625.00	L 4,968.00	L 27,600.00	L 27,600.00	L 742,703.00

Fuente: Elaboración propia.

4.6.7 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

Para operar legalmente, la correduría debe someterse a las regulaciones indicadas en las Leyes de la República de Honduras en sus diferentes códigos normativos.

Para dar inicio a sus operaciones se debe incurrir en un costo aproximado de L.12,800.00 para gastos de constitución. En la tabla 13 se enumeran los aspectos legales a considerar en cada proceso de la empresa:

Tabla 13. Marco jurídico para operar legalmente.

Proceso	Requisitos legales a cumplir
Personería Jurídica	1. Constitución de la empresa como sociedad de responsabilidad limitada, con capital social inicial de L.5,000.00.
	2. Registro de escritura pública de sociedad en el Registro de la Propiedad.
	3. Inscripción y obtención de Registro Tributario en el Servicio de Administración de Rentas (SAR)
	4. Se requiere la autorización previa de la Comisión, estar inscritos en el registro correspondiente, mantener vigente el certificado de inscripción y cumplir con los demás requisitos que la Comisión de Banca y Seguros establezca.
Localización	1. Inscripción en la Cámara Hondureña e Industrias de Cortés
	2. Permiso de operación ante la Municipalidad de San Pedro Sula
	3. Autorización de libros contables
	4. Suscripción de contrato en el Departamento Administrativo de Inquilinato (DAI)
Organización Humana	1. Aprobación del Reglamento de Trabajo ante la Secretaría de Trabajo al ocupar más de 5 empleados.
	2. Inscripción del Personal en el IHSS y demás requerimientos de la Ley de Protección Social.
Contabilidad/Finanzas	1. Cumplimiento a las declaraciones y pagos de impuestos como lo establece el Código Tributario.

Fuente: Elaboración propia.

4.7 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

(Baca Urbina, 2013) Afirma: “El estudio financiero dentro de la metodología de evaluación de proyectos consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Reflejándolas ahora en términos de inversiones y gastos”.

Basados en la teoría y posteriormente después de determinar la necesidad de espacio físico, mobiliario y equipo y demás recursos, se procede a realizar la evaluación económica y financiera para calcular los costos de venta y gastos que implica la operatividad de la correduría.

El análisis económico será fundamental para determinar la rentabilidad de la inversión. Una vez obtenidos los resultados se podrá tomar la decisión si es conveniente o no crear la correduría de seguros. A continuación, se detalla la inversión requerida para poner el proyecto en marcha.

4.7.1 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

Baca Urbina (2013) afirma: “La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.”

Posterior a la información del estudio técnico en cuanto a las necesidades de recursos físicos de oficinas y tomando en cuenta la demanda total proyectada y con el objetivo de satisfacer un 0.6% de ese mercado, se determinó el plan de inversión inicial para la puesta en marcha de la oficina de servicios para la correduría de seguros.

La Tabla 14 muestra el plan de inversión inicial. Se puede observar que la mayor inversión que se realizará será destinada en activos fijos, particularmente en la compra de mobiliario y equipo de oficina y adecuación de las instalaciones físicas. Los valores de la inversión se originan de las cotizaciones de proveedores que se muestran en los anexos.

Tabla 14. Plan de inversión Inicial

Plan de Inversión	Porcentaje	Monto L.
Mobiliario y equipo de oficina	25%	127,545.61
Instalaciones oficinas	15%	73,471.98
Total Activos Fijos		201,017.59
Gastos de constitución	3%	12,800.00
Total Activos Diferidos		12,800.00
Capital de trabajo	58%	291,373.86
Total Inversión		505,191.45

Fuente: Elaboración propia

Para los primeros tres meses de operación se requiere contar con una liquidez para poder cubrir con el pago de salarios, costos y gastos que genere las actividades iniciales y la compra de insumos. En la tabla 15 se presenta el cálculo de dichos valores.

Tabla 15. Cálculo del capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES DE GASTOS)		
Sueldos y salarios	51.07%	148,800.00
Costos y gastos operacionales	46.97%	136,850.00
Insumos	1.96%	5,723.86
	100.00%	291,373.86

Fuente: Elaboración propia

4.7.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL

Una vez definida la inversión inicial se procede determinar la estructura de capital, es decir, la mezcla de deuda y capital que tendrá la empresa. Las fuentes de financiamiento para efectos de este proyecto se cuentan con los fondos propios que son las aportaciones que realizan los socios y de financiamiento en este caso por medio de una institución bancaria local.

La estructura de capital determinada para el proyecto fue de 60% fondos propios y 40% financiamiento.

Tabla 16. Estructura de capital

Estructura de Capital		
Préstamo	40%	202,000.00
Aportación de Socios	60%	303,000.00
		L 505,000.00

Fuente: Elaboración propia

4.7.3 COSTO DE CAPITAL

Baca Urbina (2013) menciona que, para determinar el costo de capital de las fuentes internas, se debe conocer la mínima que los socios desean obtener sobre su inversión, para determinar dicha tasa se deben considerar tanto el índice de inflación, como el premio al riesgo de realizar la inversión.

Al generar un rendimiento equivalente a la tasa de inflación únicamente se lograría mantener el valor del dinero, no se genera un rendimiento, el rendimiento real sería el premio de riesgo y éste varía de acuerdo con el tipo de proyecto, se debe analizar la relación riesgo rendimiento, a mayor riesgo mayor rendimiento.

Baca Urbina (2013) indica que, para proyectos de bajo riesgo, las tasas de ganancia recomendada oscilan entre el 1% al 10%.

Para el proyecto de la correduría se ha considerado una tasa de ganancia del 10% sobre la aportación de fuentes internas.

La tabla 17 se muestra el cálculo del costo de capital por fuentes de fondos propios.

Tabla 17. Costo de capital fondos propios

Costo de Capital = i + f + if	
Premio de Riesgo (i)	10.00%
Tasa de Inflación Promedio (f)	4.88%
Costo de Capital Fondos Propios	15.36%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 18, se presenta el costo de capital promedio ponderado con las fuentes de financiamiento con fondos propios y la de financiamiento.

Tabla 18. Costo promedio de capital.

Fuentes de Financiamiento	Aportación	Porcentaje	Costo de Capital	Ponderación
Fondos Propios	L. 303,000.00	60%	15.36%	9.22%
Financiamiento	L. 202,000.00	40%	8.25%	3.30%
Total	L. 505,000.00	100%	23.61%	12.52%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el cálculo del costo del capital promedio ponderado, el proyecto deberá tener una rentabilidad igual o mayor al 12.52% para otorgar un valor agregado a la empresa.

4.7.4 FINANCIAMIENTO

La estructura de capital propuesta requiere que la inversión inicial se financie en un 40% por medio de una institución bancaria que ofrezca apoyo por medio de fondos dirigidos a la microempresa, para aprovechar los beneficios hacia este sector. Se plantea optar a una amortización mensual con una cuota fija nivelada de L.4,391.97 en 5 años. Las condiciones del préstamo serían las siguientes:

- 1) Monto: L. 202,000.00
- 2) Plazo: 60 meses
- 3) Tasa de interés: 11% anual
- 4) Forma de pago: mensual
- 5) Destino: Activos fijos y capital de trabajo

A continuación, se muestra la Tabla 19 con el plan de amortización del préstamo con los términos indicados.

Tabla 19. Programa de amortización del préstamo.

PROGRAMA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
N°	Cuota	Intereses	Abono a Capital	Saldo
				202,000.00
1	L. 4,391.97	1,851.67	L. 2,540.30	199,459.70
2	L. 4,391.97	1,828.38	L. 2,563.59	196,896.11
3	L. 4,391.97	1,804.88	L. 2,587.09	194,309.02
4	L. 4,391.97	1,781.17	L. 2,610.80	191,698.22
5	L. 4,391.97	1,757.23	L. 2,634.74	189,063.48
6	L. 4,391.97	1,733.08	L. 2,658.89	186,404.59
7	L. 4,391.97	1,708.71	L. 2,683.26	183,721.33
8	L. 4,391.97	1,684.11	L. 2,707.86	181,013.47
9	L. 4,391.97	1,659.29	L. 2,732.68	178,280.79
10	L. 4,391.97	1,634.24	L. 2,757.73	175,523.06
11	L. 4,391.97	1,608.96	L. 2,783.01	172,740.05
12	L. 4,391.97	1,583.45	L. 2,808.52	169,931.53
13	L. 4,391.97	1,557.71	L. 2,834.26	167,097.27
14	L. 4,391.97	1,531.72	L. 2,860.25	164,237.02
15	L. 4,391.97	1,505.51	L. 2,886.46	161,350.56
16	L. 4,391.97	1,479.05	L. 2,912.92	158,437.64
17	L. 4,391.97	1,452.35	L. 2,939.62	155,498.02
18	L. 4,391.97	1,425.40	L. 2,966.57	152,531.45
19	L. 4,391.97	1,398.20	L. 2,993.77	149,537.68
20	L. 4,391.97	1,370.76	L. 3,021.21	146,516.47
21	L. 4,391.97	1,343.07	L. 3,048.90	143,467.57
22	L. 4,391.97	1,315.12	L. 3,076.85	140,390.72
23	L. 4,391.97	1,286.91	L. 3,105.06	137,285.66
24	L. 4,391.97	1,258.45	L. 3,133.52	134,152.14
25	L. 4,391.97	1,229.73	L. 3,162.24	130,989.90
26	L. 4,391.97	1,200.74	L. 3,191.23	127,798.67
27	L. 4,391.97	1,171.49	L. 3,220.48	124,578.19
28	L. 4,391.97	1,141.97	L. 3,250.00	121,328.19
29	L. 4,391.97	1,112.18	L. 3,279.79	118,048.40
30	L. 4,391.97	1,082.11	L. 3,309.86	114,738.54
31	L. 4,391.97	1,051.77	L. 3,340.20	111,398.34
32	L. 4,391.97	1,021.15	L. 3,370.82	108,027.52
33	L. 4,391.97	990.25	L. 3,401.72	104,625.80
34	L. 4,391.97	959.07	L. 3,432.90	101,192.90
35	L. 4,391.97	927.60	L. 3,464.37	97,728.53
36	L. 4,391.97	895.84	L. 3,496.13	94,232.40
37	L. 4,391.97	863.80	L. 3,528.17	90,704.23
38	L. 4,391.97	831.46	L. 3,560.51	87,143.72
39	L. 4,391.97	798.82	L. 3,593.15	83,550.57
40	L. 4,391.97	765.88	L. 3,626.09	79,924.48
41	L. 4,391.97	732.64	L. 3,659.33	76,265.15
42	L. 4,391.97	699.10	L. 3,692.87	72,572.28
43	L. 4,391.97	665.25	L. 3,726.72	68,845.56
44	L. 4,391.97	631.08	L. 3,760.89	65,084.67
45	L. 4,391.97	596.61	L. 3,795.36	61,289.31
46	L. 4,391.97	561.82	L. 3,830.15	57,459.16
47	L. 4,391.97	526.71	L. 3,865.26	53,593.90
48	L. 4,391.97	491.28	L. 3,900.69	49,693.21
49	L. 4,391.97	455.52	L. 3,936.45	45,756.76
50	L. 4,391.97	419.44	L. 3,972.53	41,784.23
51	L. 4,391.97	383.02	L. 4,008.95	37,775.28
52	L. 4,391.97	346.27	L. 4,045.70	33,729.58
53	L. 4,391.97	309.19	L. 4,082.78	29,646.80
54	L. 4,391.97	271.76	L. 4,120.21	25,526.59
55	L. 4,391.97	233.99	L. 4,157.98	21,368.61
56	L. 4,391.97	195.88	L. 4,196.09	17,172.52
57	L. 4,391.97	157.41	L. 4,234.56	12,937.96
58	L. 4,391.97	118.60	L. 4,273.37	8,664.59
59	L. 4,391.97	79.43	L. 4,312.54	4,352.05
60	L. 4,391.97	39.89	L. 4,352.05	-

4.7.5 CÁLCULO DE DEPRECIACIÓN

Baca Urbina (2013) Afirma que: “la depreciación tiene exactamente la misma connotación que la amortización, pero esta solo aplica al activo fijo, ya que con el uso de estos bienes valen menos, es decir, se deprecian. El valor de rescate se calcula restando al valor de adquisición la depreciación acumulada hasta ese periodo”.

El método de depreciación utilizado se realizó calculando el valor residual señalado como un 1% de su valor original, considerando una vida útil de cinco años para el mobiliario y equipo a ser adquirido y cinco años para las instalaciones físicas de las oficinas. Con este cálculo se obtuvo la depreciación anual y el valor en libros al quinto año, para poder obtener el flujo terminal en el último año proyectado. Los valores se muestran en la tabla 20.

Tabla 20. Depreciaciones.

Descripción	Costo (L.)	Valor residual	Valor a depreciar	Vida Útil/años	Depreciación anual
Mobiliario y equipo de oficina	127,545.61	1,275.46	126,270.15	5.00	25,254.03
Instalaciones de oficinas	73,471.98	3,673.60	69,798.38	5.00	13,959.68

Fuente: Elaboración propia

4.7.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS

A partir de los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se realiza el presupuesto de ingresos tomando en cuenta la demanda inicial en productos, proyectando un crecimiento de 1.15% por año. Este factor es aplicado con relación al comportamiento de las ventas obtenidas por el corredor de seguros en los últimos tres años.

En la tabla 21 se muestra la proyección de venta en número de pólizas de seguro por cada año de operaciones.

Tabla 21. Demanda proyectada en numero de pólizas de seguro.

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Seguro de vehículos	238.00	274.00	315.00	362.00	416.00
Seguro de vida	249.00	286.00	329.00	378.00	435.00
Seguro médico hospitalario	267.00	307.00	353.00	406.00	467.00
Seguro de accidentes personales	215.00	247.00	284.00	327.00	376.00
Seguros contra incendios	164.00	189.00	217.00	250.00	288.00
Ventas Correduría	1,133.00	1,303.00	1,498.00	1,723.00	1,982.00
No. Corredor (Gerente)	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
No. Vendedores	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00
Por Mes	94.42	108.58	124.83	143.58	165.17
Meta por persona/mes	24.00	22.00	25.00	24.00	28.00

Fuente: Elaboración propia

Con la demanda proyectada se obtiene el presupuesto de ingresos para los próximos cinco años de operaciones. La tabla 22 muestra los valores esperados en volumen de ventas en cada año, considerando las variaciones de las variables demanda y precio.

Tabla 22. Presupuesto de ingresos.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Seguro de vehículos	L 192,780.00	L 403,874.10	L 487,050.10	L 587,926.36	L 709,431.14
Seguro de vida	L 805,200.64	L 1,686,895.34	L 2,029,592.53	L 2,451,478.11	L 2,957,421.46
Seguro médico hospitalario	L 424,341.47	L 888,995.39	L 1,070,731.69	L 1,292,725.40	L 1,561,158.19
Seguro de accidentes personales	L 58,050.00	L 121,614.75	L 146,352.04	L 176,688.98	L 213,613.24
Seguros contra incendios	L 98,400.00	L 206,148.00	L 248,857.72	L 300,011.80	L 363,643.34
TOTAL INGRESOS	L 1,578,772.11	L 3,307,527.58	L 3,982,584.07	L 4,808,830.65	L 5,805,267.37

Fuente: Elaboración propia

4.7.7. PRESUPUESTO DE COSTOS POR COMISIONES

“La magnitud del costo de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividades que los promotores del proyecto quieran que desarrolle ese departamento” (Baca Urbina, 2013).

Los costos de venta se originan de los valores necesario para obtener los ingresos por venta de seguros. La correduría contará con un equipo de ventas que se encargará de asegurar que la demanda proyectada se materialice año a año. Los costos de estas operaciones están formados por los sueldos y salarios más las comisiones que cada uno de los asesores obtendrá por cada póliza de seguros vendida.

La tabla 23 muestra los valores resultantes en concepto de costos por comisiones a ser pagadas a los asesores de seguros.

Tabla 23. Costos por comisiones por volumen de ventas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Seguro de vehículos	L 96,390.00	L 201,937.05	L 243,525.05	L 293,963.18	L 354,715.57
Seguro de vida	L 402,600.32	L 843,447.67	L 1,014,796.26	L 1,225,739.05	L 1,478,710.73
Seguro médico hospitalario	L 212,170.74	L 444,497.69	L 535,365.84	L 646,362.70	L 780,579.09
Seguro de accidentes personales	L 29,025.00	L 60,807.38	L 73,176.02	L 88,344.49	L 106,806.62
Seguros contra incendios	L 49,200.00	L 103,074.00	L 124,428.86	L 150,005.90	L 181,821.67
TOTAL COSTOS POR VENTA	L 789,386.06	L 1,653,763.79	L 1,991,292.04	L 2,404,415.33	L 2,902,633.68

Fuente: Elaboración propia

A cada asesor contratado se le asignará un salario base de L.9,500.00 para el primer año, el cual será incrementado cada año a razón de un 5% adicional. La tabla 24 muestra el salario base a ser asignado a cada asesor en una proyección de 5 años.

Tabla 24. Salario base por asesor de ventas

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesor de seguros	L 9,500.00	L 9,975.00	L 10,473.75	L 10,997.44	L 11,547.31

Fuente: Elaboración propia

Para el primer año de operaciones se contará con tres asesores de ventas a quienes se les asignará un salario base con sus beneficios de ley. Debido a que se ha considerado un crecimiento en la demanda, se proyecta contratar un asesor más en el segundo años, y uno más en el cuarto año.

A continuación, se muestran la tabla 25 el cálculo de los costos proyectados en concepto de sueldos y salarios más los beneficios sociales del departamento de ventas en los próximos cinco años.

Tabla 25. Proyección de salarios asesores de seguros

SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 1								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 1
Asesor de seguros	3	L 9,200.00	L 331,200.00	23,625.00	4,968.00	27,600.00	27,600.00	414,993.00
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 2								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 2
Asesor de seguros	4	L 9,660.00	L 463,680.00	31,500.00	6,955.20	38,640.00	38,640.00	579,415.20
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 3								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 3
Asesor de seguros	4	L 10,143.00	L 486,864.00	31,500.00	7,302.96	40,572.00	40,572.00	606,810.96
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 4								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 4
Asesor de seguros	5	L 10,650.15	L 639,009.00	39,375.00	9,585.14	53,250.75	53,250.75	794,470.64
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 5								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 5
Asesor de seguros	5	L 11,182.66	L 670,959.45	39,375.00	10,064.39	55,913.29	55,913.29	832,225.42

Fuente: Elaboración propia

La tabla 26 resume los valores totales de los costos por comisiones y salarios a los asesores en los que se incurrirá año con año, esto incluye los beneficios sociales de cada uno.

Tabla 26. Resumen de costos del personal de ventas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	L. 414,993.00	L. 579,415.20	L. 606,810.96	L. 794,470.64	L. 832,225.42
Comisiones	L. 789,386.06	L. 1,653,763.79	L. 1,991,292.04	L. 2,404,415.33	L. 2,902,633.68
TOTAL	L. 1,204,379.06	L. 2,233,178.99	L. 2,598,103.00	L. 3,198,885.96	L. 3,734,859.10

Fuente: Elaboración propia

4.7.8 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración como los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa también deben incluir los cargos correspondientes por depreciación y amortización. (Baca Urbina, 2013)

De acuerdo con los resultados del estudio técnico es necesario contar con una estructura organizacional y recursos como insumos, energía eléctrica, agua potable, fianzas, telefonía y otros para apoyar las operaciones de la empresa.

Con relación a la organización humana, se contará con el personal para el manejo de las operaciones administrativas, a quienes se les asignará un salario inicial que luego será

incrementado cada año a razón de un 5%. Estos valores se asignan en función del cargo y responsabilidades de cada cargo y su posición en la estructura organizacional de la empresa.

En la tabla 27 se muestra el cálculo de los costos proyectados en concepto de sueldos y salarios más los beneficios sociales del personal administrativo para los próximos cinco años.

Tabla 27. Sueldos y beneficios sociales personal administrativo

SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 1								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 1
Gerente general	1	L 12,000.00	L 144,000.00	7,875.00	2,160.00	12,000.00	12,000.00	178,035.00
Asistente Gerencia	1	L 10,000.00	L 120,000.00	7,875.00	1,800.00	10,000.00	10,000.00	149,675.00
Total Admon			L 264,000.00					327,710.00
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 2								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 2
Gerente general	1	L 12,600.00	L 151,200.00	7,875.00	2,268.00	12,600.00	12,600.00	186,543.00
Asistente Gerencia	1	L 10,500.00	L 126,000.00	7,875.00	1,890.00	10,500.00	10,500.00	156,765.00
Total Admon			L 277,200.00					343,308.00
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 3								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 3
Gerente general	1	L 13,230.00	L 158,760.00	7,875.00	2,381.40	13,230.00	13,230.00	195,476.40
Asistente Gerencia	1	L 11,025.00	L 132,300.00	7,875.00	1,984.50	11,025.00	11,025.00	164,209.50
Total Admon			L 291,060.00					359,685.90
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 4								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 4
Gerente general	1	L 13,891.50	L 166,698.00	7,875.00	2,500.47	13,891.50	13,891.50	204,856.47
Asistente Gerencia	1	L 11,576.25	L 138,915.00	7,875.00	2,083.73	11,576.25	11,576.25	172,026.23
Total Admon			L 305,613.00					376,882.70
SUELDOS Y SALARIOS - AÑO 5								
Cargo	Cantidad	Salario por mes	Total Lps. x año	IHSS	RAP	13Mo Mes	14To Mes	Total Año 5
Gerente general	1	L 14,586.08	L 175,032.90	7,875.00	2,625.49	14,586.08	14,586.08	214,705.54
Asistente Gerencia	1	L 12,155.06	L 145,860.75	7,875.00	2,187.91	12,155.06	12,155.06	180,233.79
Total Admon			L 320,893.65					394,939.33

Adicionalmente a los sueldos y salarios del personal, la empresa incurrirá en otros gastos administrativos que incluye el costo de la emisión de la fianza a ser presentada cada año a la Comisión de Bancas y Seguros, renta del local, publicidad, telefonía, internet, energía eléctrica, agua potable e insumos.

El resumen de los gastos de administración se muestra en la tabla 28, cuyos valores se incrementan a partir del segundo año conforme a las tasas de inflación proyectadas en este estudio.

Tabla 28. Resumen de gastos administrativos.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	L. 327,710.00	L. 343,308.00	L. 359,685.90	L. 376,882.70	L. 394,939.33
Renta de local	L. 323,400.00	L. 338,761.50	L. 354,852.67	L. 372,595.30	L. 391,225.07
Emision de Fianza	L. 5,000.00	L. 5,237.50	L. 5,486.28	L. 5,760.60	L. 6,048.63
Publicidad anual	L. 15,787.72	L. 16,537.64	L. 17,323.18	L. 18,189.33	L. 19,098.80
Telefonia&Internet	L. 26,400.00	L. 27,654.00	L. 28,967.57	L. 30,415.94	L. 31,936.74
Energía eléctrica	L. 96,000.00	L. 100,560.00	L. 105,336.60	L. 110,603.43	L. 116,133.60
Papeleria	L. 30,000.00	L. 31,425.00	L. 32,917.69	L. 34,563.57	L. 36,291.75
Agua potable	L. 9,600.00	L. 10,056.00	L. 10,533.66	L. 11,060.34	L. 11,613.36
Outsourcing contable	L. 42,000.00	L. 43,995.00	L. 46,084.76	L. 48,389.00	L. 50,808.45
Totales	L. 875,897.72	L. 917,534.64	L. 961,188.30	L. 1,008,460.22	L. 1,058,095.73

Fuente: Elaboración propia

4.7.9 ESTADO DE RESULTADOS

La tabla 29 muestra el estado de resultados proyectado a cinco años, producto de las operaciones de la empresa. Este reúne la información de las variables económicas consideradas en el estudio.

Tabla 29. Estado de resultados proyectado.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	L. 1,578,772.11	L. 3,307,527.58	L. 3,982,584.07	L. 4,808,830.65	L. 5,805,267.37
Costos y gastos de operación	L. 2,080,276.78	L. 3,150,713.63	L. 3,559,291.30	L. 4,207,346.18	L. 4,792,954.83
Depreciaciones y amortizaciones	L. 41,773.71	L. 41,773.71	L. 41,773.71	L. 41,773.71	L. 41,773.71
Utilidad antes de intereses e imptos	-L. 543,278.37	L. 115,040.24	L. 381,519.07	L. 559,710.77	L. 970,538.83
Gastos financieros	L. 20,635.17	L. 16,924.25	L. 12,783.90	L. 8,164.45	L. 3,010.40
Utilidad antes de impuestos	-L. 563,913.54	L. 98,115.99	L. 368,735.17	L. 551,546.32	L. 967,528.43
Impuestos sobre la Renta		L. 24,529.00	L. 92,183.79	L. 137,886.58	L. 241,882.11
Utilidad neta	-L. 563,913.54	L. 73,586.99	L. 276,551.38	L. 413,659.74	L. 725,646.32

4.7.10 BALANCE GENERAL

La tabla 30 muestra el balance general que representa el comportamiento de las operaciones financieras de la empresa proyectadas a cinco años y su patrimonio. Se observa los montos que representan los activos o recursos adquiridos, los pasivos u obligaciones o deudas contraídas y el capital contable producto de las aportaciones de los socios.

Tabla 30. Balance general proyectado.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes						
Efectivo	291,373.86	-263,025.89	-177,312.33	118,006.71	540,326.66	1,284,052.36
Total Activos Corrientes	291,373.86	- 263,025.89	- 177,312.33	118,006.71	540,326.66	1,284,052.36
Activos No Corrientes						
Mobiliario y Equipo	127,545.61	127,545.61	127,545.61	127,545.61	127,545.61	127,545.61
(-) Depreciación Acumulada Maquinaria	-	25,254.03	50,508.06	75,762.09	101,016.12	126,270.15
Instalaciones de oficinas	73,471.98	73,471.98	73,471.98	73,471.98	73,471.98	73,471.98
(-) Depreciación Acumulada Instalaciones	-	13,959.68	27,919.35	41,879.03	55,838.70	69,798.38
Gastos de Constitución	12,800.00	12,800.00	12,800.00	12,800.00	12,800.00	12,800.00
Amortización Gastos de Constitución	-	2,560.00	5,120.00	7,680.00	10,240.00	12,800.00
Total Activos No Corrientes	213,817.59	172,043.88	130,270.17	88,496.47	46,722.76	4,949.06
Total Activo	505,191.45	- 90,982.01	- 47,042.16	206,503.18	587,049.42	1,289,001.41
Pasivos						
Pasivos Corrientes						
Prestamo	32,068.47	35,779.39	39,919.74	44,539.19	49,693.21	
Impuesto sobre la renta			6,132.25	23,045.95	34,471.65	60,470.53
Total Pasivos Corrientes	32,068.47	35,779.39	46,051.99	67,585.14	84,164.86	60,470.53
Deuda a largo plazo	169,931.53	134,152.14	94,232.40	49,693.21		
Total Pasivos	202,000.00	169,931.53	140,284.39	117,278.35	84,164.86	60,470.53
Patrimonio						
Capital Social	303,000.00	303,000.00	303,000.00	303,000.00	303,000.00	303,000.00
Utilidad del Periodo	-	563,913.54	73,586.99	276,551.38	413,659.74	725,646.32
Utilidad Acumulada	-	-	563,913.54	490,326.55	213,775.17	199,884.57
Total Patrimonio	303,000.00	- 260,913.54	- 187,326.55	89,224.83	502,884.57	1,228,530.89
Total Pasivo + Patrimonio	L. 505,000.00	-L. 90,982.01	-L. 47,042.16	L. 206,503.18	L. 587,049.42	L. 1,289,001.41

4.7.11 PRESUPUESTO DE EFECTIVO PROYECTADO

En el presupuesto de efectivo proyectado resulta del pronóstico de las futuras entradas y salidas de efectivo que tendrá la empresa en los cinco años. Este presupuesto nos permite tener conocimiento de la disponibilidad de efectivo que se tendrá en un futuro, o si será necesario pedir un financiamiento en el caso que existiera un déficit. El presupuesto de efectivo le permite a la empresa tomar las mejores decisiones.

La Tabla 31 muestra que a futuro la disponibilidad de efectivo va en aumento con lo cual la empresa podrá hacer frente a los compromisos y obligaciones económicas adquiridas en la línea de tiempo de cinco años, bajo las condiciones proyectadas, por lo que se prevé no será necesario de optar a nuevos financiamientos que los ya programados.

Tabla 31. Presupuesto de efectivo proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		291,182.41	- 263,025.89	- 177,312.33	118,006.71	540,326.66
Préstamo	202,000.00					
Aportación	303,000.00					
Entradas		1,578,772.11	3,307,527.58	3,982,584.07	4,808,830.65	5,805,267.37
Total de Entradas	505,000.00	1,578,772.11	3,307,527.58	3,982,584.07	4,808,830.65	5,805,267.37
Disponibilidad	505,000.00	1,869,954.53	3,044,501.68	3,805,271.74	4,926,837.36	6,345,594.03
Salidas						
Equipo y mobiliario de oficina	127,545.61					
Instalaciones	73,471.98					
Gastos de Constitución	12,800.00					
Costos por Ventas		1,204,379.06	2,233,178.99	2,598,103.00	3,198,885.96	3,734,859.10
Gastos de Administración		875,897.72	917,534.64	961,188.30	1,008,460.22	1,058,095.73
Gastos Financieros		20,635.17	16,924.25	12,783.90	8,164.45	3,010.40
Abono a Capital Principal		32,068.47	35,779.39	39,919.74	44,539.19	49,693.21
Impuestos Sobre la Renta del año		-	18,396.75	69,137.84	103,414.94	181,411.58
Impuesto Sobre la Renta año anterior			-	6,132.25	23,045.95	34,471.65
Total de salidas	213,817.59	2,132,980.42	3,221,814.02	3,687,265.03	4,386,510.70	5,061,541.67
Saldo de Efectivo	291,182.41	-263,025.89	-177,312.33	118,006.71	540,326.66	1,284,052.36

4.7.12 FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO DEL PROYECTO

Los flujos del proyecto se determinaron a partir de la utilidad neta del estado de resultado y se sumaron los gastos financieros y depreciación. Se determinó también la inversión en capital de trabajo que realizará la empresa, así como la reinversión en el capital de trabajo que tendrá cada año y su recuperación al final de los cinco años.

En la tabla 32 se muestran el flujo del proyecto.

Tabla 32. Flujo del proyecto.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		1,578,772.11	3,307,528	3,982,584	4,808,831	5,805,267
(-) Egresos		2,080,276.78	3,150,713.63	3,559,291.30	4,207,346.18	4,792,954.83
Utilidad Bruta		-501,504.66	156,813.95	423,292.77	601,484.47	1,012,312.54
(-) Depreciación y Amortización		41,773.71	41,774	41,774	41,774	41,774
UAII		-543,278.37	115,040	381,519	559,711	970,539
(-) Gastos Financieros		20,635.17	16,924	12,784	8,164	3,010
UAI		-563,913.54	98,116	368,735	551,546	967,528
ISR (25%)			24,529.00	92,183.79	115,464	240,259
Utilidad Neta		-563,913.54	73,587	276,551	436,082	727,270
(+) Depreciación y Amortización		41,773.71	41,774	41,774	41,774	41,774
(+) Gastos Financieros		20,635.17	16,924	12,784	8,164	3,010
FEO		-501,504.66	132,285	331,109	486,021	772,054

Continuación Tabla 32.

Inversión						
Vehículo	-L. 127,545.61					
Mobiliario	L. 0.00					
Instalaciones	-L. 73,471.98					
Gastos de constitucion	-L. 12,800.00					
Capital de Trabajo	-L. 291,373.86					
Recuperación Mobiliario						1,275.46
Recuperación Instalaciones						3,673.60
Recuperacion Gastos Const						12,800.00
Recuperación de Capital de Trabajo						L. 291,373.86
FLUJOS TOTALES	-L. 505,191.45	- 501,504.66	132,284.95	331,108.98	486,020.58	1,081,176.92
Periodo de Recuperación		- 1,006,696.11 -	874,411.16 -	543,302.18 -	57,281.60	1,023,895.32

4.7.13 PUNTO DE EQUILIBRIO

En la tabla 33 se muestra el cálculo del punto de equilibrio con los ingresos mínimos necesarios para poder cubrir los costos fijos y variables del proyecto sin que se presenten perdidas. Con la información resultante, los socios y directores de la correduría tendrán el punto de referencia a partir del cual se obtendrá el beneficio marginal para la empresa.

Tabla 33. Cálculo del punto de equilibrio.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1,578,772.11	3,307,527.58	3,982,584.07	4,808,830.65	5,805,267.37
Servicios brindados	1,133.00	1,303.00	1,498.00	1,723.00	1,982.00
Costos Variables	1,204,379.06	2,233,178.99	2,598,103.00	3,198,885.96	3,734,859.10
Costos Fijos	875,897.72	917,534.64	961,188.30	1,008,460.22	1,058,095.73
Punto de Equilibrio (Volumen de Ventas)	3,693,559.14	2,824,754.60	2,764,944.42	3,012,224.23	2,966,819.98
Punto de Equilibrio en Unidades de servicio	2,651	1,113	1,040	1,079	1,013

4.7.14 TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL

Para analizar la situación financiera se utilizan diferentes técnicas de medición, en este caso se considera el análisis del valor presente neto, tasa interna de retorno y análisis de sensibilidad. Una vez obtenidos los resultados podremos visualizar un mejor escenario y tomar las decisiones correspondientes.

4.7.14.1 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El periodo de recuperación de capital es el tiempo en periodo necesario para recuperar la inversión inicial del proyecto, a través de ascendente en el flujo operativo.

Con los valores obtenidos, el periodo de recuperación de la correduría de seguros basados en los flujos proyectados muestra que la inversión inicial de L. 505,191.45 se recuperaría en 4 años 7 meses.

Tabla 34. Periodo de recuperación

FNE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descontado	L. 505,191.45 -	501,504.66	132,284.95	331,108.98	486,020.58	1,081,176.92
Acumulado	-L. 505,191.45 -	1,006,696.11 -	874,411.16 -	543,302.18 -	57,281.60	1,023,895.32

Período de recuperación	4.64	4 años
		7.7 mes

4.7.14.2 VALOR PRESENTE NETO

Baca Urbina, (2013) Afirma; “Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivalente a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en su valor equivalente en este momento”.

Con una tasa de descuento del 12.52% con flujos proyectados para cinco años, el proyecto genera un VPN de L.288,766.31, lo que indica que el proyecto es rentable y factible.

VAN	288,766.31
TIR	21%
CCPP	12.52%

4.7.14.3 TASA INTERNA DE RETORNO

“Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Baca Urbina, 2013)

Con los valores resultantes, el cálculo de la tasa interna de retorno para el proyecto nos indica que la tasa de retorno obtenida es de 21% la cual es superior a la tasa del costo de capital, esto nos indica que el proyecto es rentable.

4.7.15. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se realiza con el objetivo de evaluar aumentos y disminuciones en los diferentes rubros del proyecto. Realizar esta evaluación es importante para probar la solidez del proyecto en momentos difíciles y de la liquidez en momentos de óptimas condiciones del mercado.

4.7.15.1 ESCENARIO 1

Para el escenario 1, se consideró un escenario pesimista con un 1.10% de crecimiento proyectado en la demanda. El mercado de seguros es un sector muy sensible a los cambios de la economía, por lo que los resultados de las ventas pueden ser impactadas fácilmente. Asimismo, como todo negocio puede verse afectado por los competidores más agresivos que pudieran absorber mayor participación por estrategias de mercado. Todo esto puede afectar los resultados obtenidos en el estado de resultado y los flujos operativos.

La tabla 35 muestra el flujo de efectivo del proyecto considerando esta variación. Se observa que el período de recuperación se presenta después del cuatro año de operaciones del negocio.

Tabla 35. Flujo del proyecto. Escenario 1.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		1,578,772.11	3,226,571	3,716,112	4,290,156	4,952,519
(-) Egresos		2,080,276.78	3,110,235.26	3,426,055.27	3,948,008.96	4,366,580.69
Utilidad Bruta		-501,504.66	116,335.58	290,056.75	342,147.25	585,938.40
(-) Depreciación y Amortización		41,773.71	41,774	41,774	41,774	41,774
UAI		-543,278.37	74,562	248,283	300,374	544,165
(-) Gastos Financieros		20,635.17	16,924	12,784	8,164	3,010
UAI		-563,913.54	57,638	235,499	292,209	541,154
ISR (25%)			14,409.41	58,874.78	37,663	112,346
Utilidad Neta		-563,913.54	43,228	176,624	254,546	428,808
(+) Depreciación y Amortización		41,773.71	41,774	41,774	41,774	41,774
(+) Gastos Financieros		20,635.17	16,924	12,784	8,164	3,010
FEO		-501,504.66	101,926	231,182	304,485	473,592

Inversión

Vehículo	-L. 127,545.61					
Mobiliario	L. 0.00					
Instalaciones	-L. 73,471.98					
Gastos de constitución	-L. 12,800.00					
Capital de Trabajo	-L. 291,373.86					
Recuperación Mobiliario						1,275.46
Recuperación Instalaciones						3,673.60
Recuperación Gastos Const						12,800.00
Recuperación de Capital de Trabajo						L. 291,373.86
FLUJOS TOTALES	-L. 505,191.45	- 501,504.66	101,926.17	231,181.96	304,484.52	782,715.03
Periodo de Recuperación		- 1,006,696.11	- 904,769.94	- 673,587.98	- 369,103.45	413,611.57

Tabla 36. Técnicas de presupuesto de capital. Escenario 1.

VAN	(84,120.57)
TIR	10%
CCPP	12.52%

Los resultados del escenario 1 mostrados en la tabla 36 presenan un VPN es menor que 0, por lo tanto, nos indica que el proyecto con una disminución en el crecimiento de la demanda a 1.10% de participación no es rentable, así mismo lo indica la TIR ya que es menor al costo de capital promedio ponderado.

4.7.15.2 ESCENARIO 2

Para el escenario 2, se consideró un escenario pesimista bajando la participación inicial del mercado a un 0.5% y no el 0.6% como se consideró inicialmente.

La tabla 37 muestra el flujo de efectivo del proyecto considerando esta variación. Se observa que el período de recuperación se presenta después de los cinco años.

Tabla 37. Flujo del proyecto. Escenario 2.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		1,312,516.91	2,749,723	3,311,079	3,998,584	4,827,624
(-) Egresos		1,944,486.62	2,869,022.28	3,220,617.41	3,799,155.29	4,300,912.13
Utilidad Bruta		-631,969.71	-119,299.35	90,461.89	199,428.74	526,711.75
(-) Depreciación y Amortización		41,773.71	41,774	41,774	41,774	41,774
UAI		-673,743.42	-161,073	48,688	157,655	484,938
(-) Gastos Financieros		20,635.17	16,924	12,784	8,164	3,010
UAI		-694,378.59	-177,997	35,904	149,491	481,928
ISR (25%)			-44,499.33	8,976.07	-5,153	94,578
Utilidad Neta		-694,378.59	-133,498	26,928	154,643	387,349
(+) Depreciación y Amortización		41,773.71	41,774	41,774	41,774	41,774
(+) Gastos Financieros		20,635.17	16,924	12,784	8,164	3,010
FEO		-631,969.71	-74,800	81,486	204,582	432,133

Inversión

Vehículo	-L. 127,545.61					
Mobiliario	L. 0.00					
Instalaciones	-L. 73,471.98					
Gastos de constitucion	-L. 12,800.00					
Capital de Trabajo	-L. 291,373.86					
Recuperación Mobiliario						1,275.46
Recuperación Instalaciones						3,673.60
Recuperacion Gastos Const						12,800.00
Recuperación de Capital de Trabajo						L. 291,373.86
FLUJOS TOTALES	-L. 505,191.45	- 631,969.71	- 74,800.02	81,485.82	204,581.56	741,256.37
Periodo de Recuperación		- 1,137,161.16	- 1,211,961.18	- 1,130,475.36	- 925,893.80	- 184,637.43

Tabla 38. Ténicias de presupuesto de capital. Escenario 2.

VAN	(530,069.74)
TIR	-4%
CCPP	12.52%

Los resultados del escenario 2 mostrados en la tabla 38, presentan un VPN resultante menor que 0, por lo tanto, el proyecto es no rentable en esta condición, así mismo lo indica la TIR se vuelve negativa y mucho menor al costo de capital promedio ponderado.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se dará a conocer las conclusiones obtenidas luego de haber desarrollado el estudio de las variables de investigación. También se desarrollan recomendaciones en función de las mejoras que se espera podrían generar la rentabilidad deseada del estudio.

5.1 CONCLUSIONES

- 1) La apertura de una correduría de seguros en la ciudad de San Pedro Sula es económicamente rentable por lo que se rechaza la hipótesis nula.
- 2) El estudio de mercado muestra resultados donde indica que hay mercado en el rubro de seguros.
- 3) Es necesario cumplir con todos los trámites legales para iniciar operaciones como una correduría y sobre todo es importante tomar en cuenta los lineamientos y requisitos de la ley de seguros y reaseguros que establece la Comisión Nacional de banca y Seguros.
- 4) El estudio técnico nos muestra que de los tres los procesos que lleva a cabo la correduría son: venta en oficina, venta en campo y seguimiento a reclamos, los cuales son importantes para alcanzar la satisfacción del cliente y obtener los resultados de venta de seguros, sobre todo el seguimiento al reclamo.
- 5) Los resultados del estudio técnico indica que la correduría puede operar en un local ubicado en la plaza junto a Mapfre Seguros, dado que éste cumple con las características deseadas para realizar las actividades necesarias para lograr la mayor rentabilidad posible.
- 6) El estudio nos indica que la correduría requiere de personal de ventas con experiencia y alto sentido profesional, dado que su función básica es brindar asesoría en donde el cliente espera una excelente atención.
- 7) Los resultados muestran una TIR del 21% superando así el 12.52% del costo de capital promedio ponderado, con un VPN de Lps.288,766.31, por lo que el proyecto es factible, bajo las condiciones presentadas.

5.2 RECOMENDACIONES

- 1) Dado que la hipótesis nula se rechaza se recomienda la apertura de la correduría en San Pedro Sula.
- 2) Se recomienda tomar provecho de la aceptación de mercado hacia los servicios que presta una correduría de seguros.
- 3) Planificar con anticipación los trámites legales para obtener los permisos relacionados con la apertura de la correduría, sobre todo con los requisitos de la CNBS.
- 4) Se recomienda revisar periódicamente los tres procesos que realizará la correduría, para alinearlos con el objetivo de generar los mejores resultados en la venta de seguros.
- 5) Se recomienda contratar el local de 69 metros cuadrados y realizar el acondicionamiento de acuerdo con los resultados del estudio.
- 6) Se recomienda mantener enfocado a la fuerza de ventas en logro de las metas de cumplimiento para alcanzar la demanda y el crecimiento proyectado, dado que de eso dependen los resultados positivos del estudio.
- 7) Para que los resultados del análisis financiero se logren en el tiempo proyectado se recomienda realizar esfuerzos para cumplir con los volúmenes de ventas calculados, así como negociar con la institución bancaria que financiará parte del proyecto, otorgar un financiamiento con las condiciones cercanas a las estimadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2001a). *Evaluación de proyectos* (4.^a ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Baca Urbina, G. (2001b). *Evaluación de Proyectos* (cuarta). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (7.^a ed.). México: McGraw-Hill.
- Banco Central de Honduras (BCH). (2019). *Índice subyacente de inflación*. Recuperado de Banco Central de Honduras (BCH) website: <https://www.bch.hn/>
- BCH. (2017). *Honduras en cifras 2015 - 2017*. Recuperado de https://www.bch.hn/download/honduras_en_cifras/hencifras2015_2017.pdf
- Business Insurance. (2019, febrero 17). World's largest insurance brokers. Recuperado 17 de febrero de 2019, de Business Insurance website: <http://www.businessinsurance.com/article/20190103/NEWS06/912325915/Business-Insurance-2018-Data-Rankings-Worlds-largest-insurance-brokers>
- Cabo Serrano, G. de, Alcalá López, C., & Rodríguez Lupiáñez, M. T. (2015). *Definición y medición de la cultura aseguradora: aplicación al caso español*. Madrid, España: Fundación Mapfre.
- CAHDA. (2018). *Informe Preliminar de Información Financiera del Sector Asegurador. Al 30 de Septiembre del 2018*. Recuperado de <https://goo.gl/caUSmQ>
- Cámara Hondureña de Aseguradores. (2018). (32), 17.
- Cámara Hondureña de Aseguradores (CAHDA). (2018). (32), 17.
- CEPAL. (2018). *América Latina y el Caribe: proyecciones de crecimiento, 2018-2019*. Recuperado de https://www.cepal.org/sites/default/files/pr/files/tabla_pib_balancepreliminar2018-esp.pdf
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: El capital humano de la organizaciones* (8.^a ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- CNBS. (2010). *Temario Para Examen De Inscripción Al Registro De Intermediarios De Seguros Y Fianzas – Vida*. Recuperado de

http://www.cnbs.gob.hn/files/seguros_pensiones/ssp_seg_temario_examen_vida.pdf
codigo_comercio.pdf. (s. f.). Recuperado de

http://www.bch.hn/download/juridico/leyes/codigo_comercio.pdf
Comisión Nacional de Banca y Seguros. , (2019).
Comisión Nacional de Bancos y Seguros. (2018). Excel Web Access - /boletines/Listado de Instituciones Supervisadas/9. Instituciones Supervisadas por la CNBS - Diciembre 2018 .xlsx. Recuperado 17 de febrero de 2019, de CNBS website: <https://goo.gl/hRfR9k>

Deloitte Global. (2019, febrero 17). El futuro del sector asegurador en Europa. Recuperado 16 de febrero de 2019, de Deloitte Spain website:
<https://www2.deloitte.com/es/es/pages/financial-services/articles/el-futuro-del-sector-asegurador-europa.html>

Esquivel, G., & Muñoz, M. (2005). *Macroeconomía* (7.^a ed.).

Fundación MAPFRE. (2018a). *El mercado asegurador latinoamericano en 2017*.
Recuperado de
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1097450

Fundación MAPFRE. (2018b). *Ranking de los mayores grupos aseguradores europeos 2017*. Recuperado de
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1098145

Fundación MAPFRE. (2019a). Diccionario del seguro. Recuperado 1 de abril de 2019, de Fundación MAPFRE website:
https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/publicaciones/diccionario-mapfre-seguros/s/seguro-de-vida.jsp

Fundación MAPFRE. (2019b). *Panorama económico y sectorial 2019*. Recuperado de
https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1099929

García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). *Nº 12. La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas*. Recuperado de
<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/379>

Gitman, L. J. (2007). *Principios de administración financiera* (11.^a ed.). Mexico: Pearson

Educación.

GPUF-RP-RegistroAgentesIndependientesySociedadesdeCorretajedeSeguros.pdf. (s. f.). Recuperado de <http://www.cnbs.gob.hn/files/GPUF/DRP/GPUF-RP-RegistroAgentesIndependientesySociedadesdeCorretajedeSeguros.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010a). *Metodología de la investigación* (5.^a ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010b). *METODOLOGÍA de la Investigación* (quinta edición). México: McGraw-Hill Interamericana.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010c). *METODOLOGÍA de la Investigación* (quinta edición). México: McGraw-Hill Interamericana.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Education.

INE. (2013). Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples (EPHPM). Recuperado 1 de abril de 2019, de Instituto Nacional de Estadística Honduras, INE website: <https://www.ine.gob.hn/index.php/25-publicaciones-ine/87-encuesta-permanente-de-hogares-de-propositos-multiples-ephpm>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing* (11.^a ed.).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012a). *Dirección de marketing* (14.^a ed.). Distrito Federal: Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012b). *Dirección de marketing* (14.^a ed.).

Malhotra, N. K., Ortiz Salinas, M. E., & Benassini, M. (2008). *Investigación de mercados* (5.^a ed.). México: Pearson Educación.

Parkin, M., Esquivel, G., & Ávalos, M. (2006). *Microeconomía* (7.^a ed.).

Peteraf, T. I., & Strickland, G. I. (2012). *Administración Estratégica* (18.^a ed.).

Poder Judicial de Honduras. (2001). Ley de instituciones de seguros y reaseguro. *DECRETO No. 22-2001*, (Centro Electrónico de Documentación e Información Judicial), 46.

Reglamento_Gral_medidas_Preventivas_Accidentes_de_trabajo.pdf. (s. f.). Recuperado de http://cnpml-honduras.org/wp-content/uploads/docu_tecnicos/doc/Reglamento_Gral_medidas_Preventivas_Accidentes_de_trabajo.pdf

Sapag, Nassir, & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (5.^a

ed.).

Thompson, A. A., Strickland, A. J., Gamble, J. E., Dávila Martínez, F. J., Rubio Ruiz, R. M., Deras Quiñones, A., & Mascaró Sacristán, P. (2012). *Administración estratégica: textos y casos* (18.^a ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

ANEXOS

ANEXO 1. REGISTRO DE AGENTE DE SEGURO Y SOCIEDADES DE CORRETAJE

Comisión Nacional de Bancos y Seguros



REGISTRO DE AGENTES DEPENDIENTES, AGENTES INDEPENDIENTES O CORREDORES DE SEGUROS Y SOCIEDADES DE CORRETAJE

I. REQUISITOS PARA CONSTITUIRSE COMO SOCIEDAD DE CORRETAJE

Requisitos para el Representante Legal:

1. Presentar solicitud de inscripción de acuerdo a la proforma que está publicada en la página Web de la CNBS, incluyendo las generales de la persona que presenta la solicitud; con el fin de localizarle en caso de que la Comisión Nacional de Bancos y Seguros le quiera notificar un requerimiento. Además enlistadas las personas que trabajarán en la comercialización de seguros, con el código asignado por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, una vez aprobada la solicitud.
2. Fotocopia de la Tarjeta de Identidad o carné de residente para hondureños o extranjeros respectivamente. El Representante Legal debe ser mayor de edad y estar en pleno goce de sus derechos civiles; cuando se trate de extranjeros deberán presentar el documento que acredite su permanencia legal en el país por más de tres (3) años consecutivos.
3. Dos (2) fotografías recientes a color tamaño carné.
4. Presentar certificación extendida por el Gerente General de una o más instituciones de seguros en las que se haga constar que dicho Representante tiene los conocimientos técnicos necesarios para actuar como intermediario de seguros. La Comisión se reserva el derecho de verificar la validez de las constancias. NO SE ACEPTAN CERTIFICACIONES, QUE NO SEAN FIRMADAS POR EL GERENTE GENERAL.
5. Constancia de los Juzgados de Letras Unificado de lo Penal de su domicilio, haciendo constar que su representante legal, no ha sido ni está siendo procesado por causa criminal alguna.
6. Hoja de vida actualizada respaldando lo detallado en la misma e indicando además, la experiencia en el ramo de seguros.

Requisitos para la Sociedad:

1. Dos (2) fotografías tamaño carné, por cada uno de los socios.
2. Fotocopia del Instrumento Público donde conste la constitución de la Sociedad de Corretaje de Seguros debidamente inscrita en el Registro Mercantil y en la Cámara de Comercio correspondiente, acompañando sus reformas y modificaciones cuando proceda, junto con el Poder General de Representación. La finalidad de la Sociedad deberá ser exclusiva para: <i>La intermediación de seguros y fianzas; única y exclusivamente con Instituciones de Seguros Nacionales o Extranjeras legalmente autorizadas para operar en el país (no se aceptarán Escrituras, con frases que amplíen la finalidad, que vayan después del enunciado anterior)</i> y el nombre de la sociedad deberá estar enmarcado en lo establecido en el Artículo 37 del Reglamento de Intermediación de Seguros y Fianzas. <u>Antes de inscribir dicho Instrumento Público, presentarlo a la CNBS,</u>
<u>con el fin de verificar además de lo expresado anteriormente, que el nombre no coincida con el de otra Sociedad de Corretaje, ya inscrita.</u>
3. Registro Tributario Nacional (RTN).
4. Certificación extendida por el representante legal de la sociedad de contar con los libros contables y sociales que requiere la Ley sobre Normas de Contabilidad y Auditorías, publicado en el diario Oficial La Gaceta, mediante Decreto N°189-2004 el 16 de febrero de 2005 y sus reformas publicadas el 14 de febrero del 2008.
5. Listado de los accionistas y los miembros del Consejo de Administración de la sociedad acompañando la siguiente documentación: 1) Hoja de Vida respaldando lo detallado en la misma e indicando además, la experiencia en el ramo de seguros; 2) Fotocopia de la tarjeta de identidad o carné de residente para hondureños o extranjeros respectivamente. Los socios deberán ser mayores de edad y estar en pleno goce de sus derechos civiles; cuando se trate de extranjeros deberán presentar el documento que acredite su permanencia legal en el país por más de tres (3) años consecutivos; 3) Declaración Jurada indicando conocimiento y la decisión de someterse a la legislación y regulación aplicable a la actividad aseguradora; 4) Constancia de los Juzgados de Letras Unificado de lo Penal de su domicilio, haciendo constar que no ha sido ni está siendo procesado por causa criminal alguna; 5) Detalle de la (s) sociedad (es) donde tenga participación, acción o gestión del accionista o miembro indicando el porcentaje de participación en el capital de la (s) misma (s), así como el puesto o cargo que desempeña, o ambos, en su caso.
6. Declaración Jurada del Representante Legal de la Sociedad de Corretaje que los empleados de su representada cuenta con los conocimientos necesarios para el ejercicio de la intermediación.
7. Si los trámites son por primera vez, la solicitante deberá presentar declaración jurada por medio de su Representante Legal de no tener juicios pendientes por asuntos relacionados con el ejercicio de la Intermediación de Seguros, así como de no estar comprendido en las inhabilidades que señala el Artículo 97 de La Ley de Instituciones de Seguros y Reaseguros; de acuerdo al anexo No. 2 que forma parte del Reglamento de Intermediación de Seguros y Fianzas.

ANEXO 2. REGISTRO DE CORREDORES Y CORREDURÍAS



Comisión Nacional de Bancos y Seguros
Gerencia de Protección al Usuario Financiero



Registro de Agentes Dependientes, Agentes Independientes o Corredores de Seguros y Sociedades de Corretaje

SOCIEDADES DE CORRETAJE

Inscripción:

Nombre de la Sociedad: _____

N.	REQUISITOS (Artículo # 8 Reglamento de Intermediación de Seguros y Fianzas)	SI	OBSERVACIONES
PARA EL REPRESENTANTE			
1	Previo a la inscripción la Comisión comprobara que el aspirante a Agente Dependiente, Representantes Legales y socios de las Sociedades de Corretaje, cuentan con los conocimientos generales sobre seguros y/o fianzas, para lo cual aprobara el examen que esta le practicara.		
2	Presentó solicitud de inscripción de acuerdo a la profoma que está publicada en la página Web de la CNBS		
3	Fotocopia de la Tarjeta de ID. Si es extranjero deberá presentar documento que acredite su permanencia Legal en el país por 3 años consecutivos.		
4	Dos fotografías tamaño carnet reciente		
5	Presentó certificación extendida por el Gerente General de una o más instituciones de seguros, que haga constar que dicho Representante tiene los conocimientos técnicos necesarios para actuar como intermediario de seguros.		
6	Constancia de los Juzgados de Letras Unificado de lo Penal de su domicilio.		
7	Hoja de vida actualizada.		
PARA LA SOCIEDAD			
8	Dos (2) fotografías tamaño carné, por cada uno de los socios.		
9	Fotocopia del Instrumento Público donde conste la constitución de la Sociedad de Corretaje de Seguros debidamente inscrita en el Registro Mercantil y en la Cámara de Comercio correspondiente, acompañando sus reformas y modificaciones cuando proceda, junto con el Poder General de Representación.		
10	Registro Tributario Nacional (RTN).		
11	Certificación extendida por el representante legal de la sociedad de contar con los libros contables y sociales.		
12	Listado de los accionistas y los miembros del Consejo de Administración de la sociedad acompañando la siguiente documentación: 1) Hoja de Vida; 2) Fotocopia de la tarjeta de identidad; 3) Declaración Jurada indicando conocimiento y la decisión de someterse a la legislación y regulación aplicable a la actividad aseguradora; 4) Detalle de la (s) sociedad (es) donde tenga participación, acción o gestión del accionista o miembro indicando el porcentaje de participación en el capital de la (s) misma (s), así como el puesto o cargo que desempeña, o ambos, en su caso		
	Declaración Jurada del Representante Legal de la Sociedad de Corretaje que los empleados de su representada cuenta con los conocimientos		
	Se encuentra de conformidad al Anexo No.2		
	Nombre de la Declaración igual al que figura en la auténtica		
	Fecha de la Auténtica igual o posterior a la fecha de la Declaración Jurada		
	Se encuentra debidamente Autenticada?		
14	Si los trámites son por primera vez, la solicitante deberá presentar declaración jurada por medio de su Representante Legal de no tener juicios pendientes por asuntos relacionados con el ejercicio de la Intermediación de Seguros, así como de no estar comprendido en las inhabilidades que señala el Artículo 97 de La Ley de Instituciones de Seguros y Reaseguros; de acuerdo al anexo No. 2 que forma parte del Reglamento de Intermediación de Seguros y Fianzas.		
15	Presentación de la garantía por Lps.250,000.00		
16	Boleta TGR por un valor de Lps. 200.00		

Nombre y firma de quien presenta: _____
 Correo electrónico: _____ teléfono: _____
 Fecha: _____

Recibido por: _____

ANEXO 3. ENTREVISTA

Con el objetivo de obtener más información relacionada con el mercado asegurador en San Pedro Sula y sobre el comportamiento de la oferta proporcionada por las corredurías de seguro en el sector, sostuvimos una entrevista con la licenciada Gloria Lastenia Fajardo, actual Jefe de Corredurías en Mapfre Seguros y con amplia experiencia en el sector.

1. ¿Cómo podemos conocer sobre el resultado financiero de las corredurías de seguro en el país, hay alguna institución que registre estos datos?

La institución que debe recolectar esta información es la Comisión de Bancas y Seguros (CNBS), así como lo hace con las compañías de seguros, pero hasta el momento ninguna institución solicita y registra esta información.

2. En base a su experiencia y sus observaciones, ¿Cuáles son para usted las corredurías de seguro que lideran el mercado local?

Existen varias liderando el mercado. Algunas concentran sus esfuerzos en un sector específico para explotar ese segmento de mercado. Por ejemplo: Concorse, Tecniseguros, Co-Aseguros, American Broker, Cnaseg y Ponce y Asociados, lideran el área de seguros corporativos, Pacific, Unions, HCorrdores, ISSA explotan en área de seguros para personas. Aprovevi es una correduría que trabaja con el sector de maquilas.

3. ¿Qué estrategias utilizan las corredurías para captar mayor participación en el mercado?

Una de ellas es concentrarse en un segmento en específico. Además, contratan agentes vendedores para la búsqueda de nuevos clientes y capacitación continua para lograr la fidelización del cliente.

4. ¿Cuál es la estructura organizacional que debe tener una correduría de seguros?

La estructura organizacional es muy parecida a una aseguradora. Hay un director que lidera la institución, un equipo para seguros daños para evaluar riesgos, equipo para el mercado de personas, cobranzas y reclamos.

Casi siempre el socio o dueño es el representante ante la CNBS y se encarga de hacer captación de clientes al nivel más alto.

5. ¿Qué requisitos debe cumplir la correduría ante las compañías aseguradoras?

Debe presentar el curriculum vitae del socio o representante, cédula, RTN y constancia de antecedentes del representante, RTN de la empresa, escritura de sociedad, constancia de la CNBS que autoriza a la correduría a ser agente intermediario de seguros.

Una vez revisados y aprobada la documentación, se firma un contrato en donde queda establecido los porcentajes que la aseguradora pagará como comisión a la correduría por cada seguro que se venda. Asimismo, la compañía aseguradora asigna un código a la correduría que la autoriza a ofrecer los seguros la aseguradora promueve.

ANEXO 4. ENCUESTA

Encuesta de opinión

Estimado (a):

Solicitamos unos minutos de su tiempo para responder este cuestionario. Su información será exclusivamente para fines de estudio de mercado.

Gracias por su tiempo y colaboración.

***Obligatorio**

1. Actualmente, ¿cuenta con algún tipo de seguro? *

Marca solo un óvalo.

- Si *Pasa a la pregunta 2.*
 No *Pasa a la pregunta 4.*

Pasa a la pregunta 2.

2. ¿Qué tipo de seguro tiene actualmente? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Seguro de daños (incendios)
 Seguro de vehículos
 Seguro de vida
 Seguro médico hospitalario
 Seguro de accidentes personales

3. ¿Actualmente, se siente satisfecho con el servicio de asesoramiento recibido en el área de seguros? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en insatisfecho
 Insatisfecho
 Neutral
 Satisfecho
 Totalmente satisfecho

Pasa a la pregunta 4.

4. ¿Está usted de acuerdo que es importante tener un seguro para hacerle frente a un imprevisto? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

5. ¿Le interesaría tener un seguro para su vehículo? *

Marca solo un óvalo.

- Sí Pasa a la pregunta 6.
- No Pasa a la pregunta 7.

Cobertura por vehículo

6. ¿En qué rango está el valor de mercado de su vehículo? *

Marca solo un óvalo.

- Menos de L.150,000.00
- De L.150,000.00 a L.250,000.00
- De L.250,001 a L.350,000.00
- De L.350,001 a L.500,000.00
- De L.500,000.00 en adelante

Pasa a la pregunta 7.

Seguro de vida

7. ¿Le interesaría tener un seguro de vida? *

Marca solo un óvalo.

- Sí Pasa a la pregunta 8.
- No Pasa a la pregunta 9.

8. ¿Por cuál de los siguientes valores le gustaría asegurarse? *

Marca solo un óvalo.

- De L.1,000,000.00 a L.2,000,000.00
- De L.2,000,000.00 a L.3,000,000.00
- De L.3,000,000.00 a L.4,000,000.00
- De L.4,000,000.00 a L.5,000,000.00

9. ¿Le interesaría tener un seguro médico hospitalario? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No

Cobertura medico hospitalario

10. Seleccione una opción de cobertura para gastos médicos *

Marca solo un óvalo.

- Seguro médico hospitalario hasta por L.3,000,000.00
 Seguro médico hospitalario hasta por L.5,000,000.00
 Seguro médico hospitalario hasta por L.10,000,000.00

Pasa a la pregunta 11.

Seguro accidentes personales

11. ¿Le interesaría tener un seguro de accidentes personales? *

Marca solo un óvalo.

- Si Pasa a la pregunta 12.
 No Pasa a la pregunta 13.

Cobertura seguro accidentes

12. ¿Por cuál rango de valores se aseguraría? *

Marca solo un óvalo.

- L.10,000.00 por gastos medicos y L.100,000.00 seguro de vida
 L.20,000.00 por gastos medicos y L.200,000.00 seguro de vida
 L.30,000.00 por gastos medicos y L.300,000.00 seguro de vida

Pasa a la pregunta 13.

13. ¿Le interesaría tener un seguro contra incendios? *

Marca solo un óvalo.

- Si Pasa a la pregunta 14.
 No Pasa a la pregunta 15.

14. ¿Por cuál rango de valores aseguraría su inmueble? *

Marca solo un óvalo.

- Menos de L.2,000,000.00
- De L.2,000,000.00 a L.3,000,000.00
- De L.3,000,000.00 a L.4,000,000.00
- De L.4,000,000.00 a L.5,000,000.00
- De L.5,000,000.00 a L.6,000,000.00
- De L.6,000,000.00 a L.7,000,000.00

Otros datos

15. ¿Qué nivel de prioridad ocupa en su presupuesto el pago de un seguro? (Califique de 1 a 5, siendo 1 el que menos valora y 5 el que más valora). *

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>				

16. ¿Estaría dispuesto a utilizar una nueva correduría de seguros que le asesore sin costo adicional? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

17. ¿Está de acuerdo de que existe suficiente información en el medio sobre la cultura de aseguramiento y riesgos? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

18. ¿Está de acuerdo que el precio de los seguros es una barrera para obtener un seguro? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

19. ¿Está de acuerdo que debería ser obligatorio tener un seguro para cada vehículo? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

20. ¿Está de acuerdo que es mayor el costo que el beneficio de tener un seguro? *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

21. ¿Qué tan importante son para usted los siguientes servicios del proceso de asesoría de seguros? (Califique de 1 a 5, siendo 1 de menor importancia y 5 de mayor importancia) *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Comodidad en la atención	<input type="radio"/>				
Acompañamiento en el siniestro	<input type="radio"/>				
Recordatorios anticipados al pago	<input type="radio"/>				
Seguimiento de reclamos	<input type="radio"/>				
Estados de cuenta	<input type="radio"/>				

22. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicada una nueva correduría de seguros? *

Marca solo un óvalo.

- Condominios Hospital del Valle
- Plaza Santa Mónica Oeste
- Plaza contiguo a Edificio MAPFRE Seguros

23. ¿Con qué frecuencia utiliza los siguientes medios de comunicación? *
 Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Redes sociales	<input type="radio"/>				
Televisión	<input type="radio"/>				
Correo electrónico	<input type="radio"/>				
Radio	<input type="radio"/>				
Periódico	<input type="radio"/>				

24. ¿Cuál es su rango de edad? *
 Marca solo un óvalo.

- de 21 a 29 años
 de 30 a 39 años
 de 40 a 49 años
 de 50 a 59 años
 60 o más

25. ¿Cuál es su estado civil? *
 Marca solo un óvalo.

- Casado
 Soltero
 Divorciado
 Union Libre
 Viudo

26. En la siguiente escala de valores ¿En qué rango se encuentra su ingreso mensual? *
 Marca solo un óvalo.

- Ninguno
 Menos de 10,000.00 lempiras
 De 10,000 a 20,000 lempiras
 De 20,001 a 30,000 lempiras
 De 30,001 a 40,000 lempiras
 De 40,001 lempiras en adelante

ANEXO 5. FIABILIDAD DE LA ENCUESTA POR ALFA DE CRONBACH

Resumen de procesamiento de casos

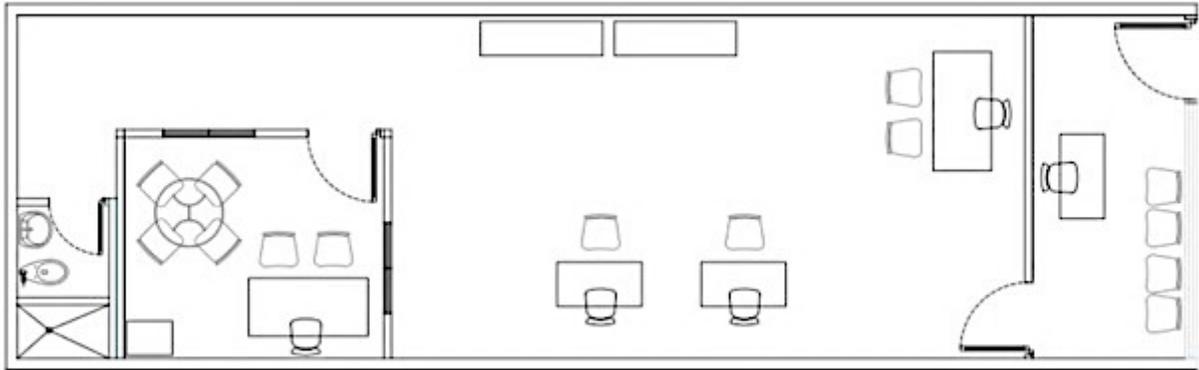
		N	%
Casos	Válido	32	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	32	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.763	.761	10

ANEXO 6. PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS



OFICINA CORREDURIA DE SEGUROS



INDUSTRIAS PANAVISION S.A. DE C.V.
 PRINCIPAL
 350 MTS SALIDA A LA LIMA
 SAN PEDRO SULA
 TEL: 2553-3029
 FAX: 2557-0203

RTN: 05019995136860
 WEB: www.ipsa.hn
 EMAIL: info@ipsa.com

CODIGO: MVR-14
 VERSION: 06

COTIZACION

No. **10120508**

Fecha: 15/03/2019
 Teléfono:
 Fax:
 O/C:
 Hora: 09:37AM

Código: C3C9999
 Cliente: **SUSANA TORRES**

Dirección:
 Ciudad:

Saldo: -809.34 Saldo Vencido: 51,927.89 Fecha de Impresion: 3/15/2019 9:39:51AM

Al momento de Cancelar la factura no se deberá aplicar la retención del 1%, ya que IPSA se encuentra sujeta al Régimen de Pagos a Cuenta, según lo indica el Decreto #17-2010 (en la fe errata del 29 de mayo del 2010).

Número de artículo	Descripción	Precio	Cant.	Total
N-MA101-001-NLX	ESCRITORIO EJECUTIVO 76.2 X 152.4 CM 5 GAVETAS NL	4,196.45	1	4,196.45
N-EC100-002-NLX	ECONOFFICE JUNIOR II 58.4 X 111.8 CMS NL	2,669.85	1	2,669.85
N-EC104-102-NXX	ECONOMAX ARCHIVO 4 GAVETAS NEGRO	3,590.63	1	3,590.63
N-MA110-001-MXX	LIBRERO 99.0 X 116.8 CM METAL MARFIL	3,372.10	1	3,372.10
N-EC119-000-NLX	ECONOFFICE MESA TV NL	1,017.76	1	1,017.76
I-AR161-017-RXTN	SILLA SEMI EJECUTIVA CONGO PU NEGRA MESH NEGRA BASE CROMADA	2,116.42	1	2,116.42
I-AR161-003-PXTN	SILLA SEMI EJECUTIVA CHEN MALLA NEGRA	2,077.88	1	2,077.88
I-AR161-026-PXTN	SILLA SEMI EJECUTIVA TOKYO	2,401.25	1	2,401.25

Entregar en:

<p>ESTO NO ES FACTURA. EXIJA SU RECIBO EN CAJA. PRECIOS VALIDOS UNICAMENTE POR 7 DIAS MEDIDAS PUEDEN VARIAR +/- 2%.</p> <p>Asesor de Ventas: 2.0 DIANNY IVETTE FLORES G. ACEPTADO CLIENTE</p>		 icontec SC-CER291633		SUB-TOTAL: Lps 21,442.35		
<table border="1"> <tr> <td>Cliente Contado</td> <td></td> </tr> <tr> <td>NOMBRE</td> <td>FRMA</td> </tr> </table>				Cliente Contado		NOMBRE
Cliente Contado						
NOMBRE	FRMA					

