

**INVESTIGACION SOBRE LAS ASEGURADORAS EN COLOMBIA
CREACION DE APLICACIÓN “USTED ESTA EN RIESGO”**

FABIAN AMAYA, JHONY MORALES & EDUEN HUERTAS.

**COORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUN**

FACULTAD DE INGENIERIA DE SISTEMAS.

OPCIÓN DE GRADO II

31 DE OCTUBRE DE 2017

Contenido

1. JUSTIFICACION	3
2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA	3
2.1. Descripción de la Idea de Negocio	3
2.1.1. Marco Legal	3
2.1.2. Entidades Reguladoras	4
2.2. Identidad Estratégica	4
2.3. Futuro Preferido	5
2.4. Objetivo General	5
2.5. Objetivos Específicos	5
2.4.1. Valores.....	6
2.4. Análisis PESTEL	6
2.5. Análisis de PORTER	10
2.6. Matriz de Análisis de Campos de Fuerzas	11
2.7. Matriz de Despliegue estratégico Generativa	12
2.8. Cadena de valor	14
2.9. Estrategia Competitiva	14
3. ESTUDIOS DE MERCADOS.....	15
3.1. Objetivo del Estudio de Mercados	15
3.2. Definición del mercado objetivo	16
3.3. Metodología de Investigación	16
3.4. Análisis de Investigación	18
4. PLAN DE MARKETING	27
4.1. Objetivos del Plan de Marketing	27
4.2. Estrategia de Producto	27
4.2.1. Estrategia de Marca	28
4.2.2. Estrategia de Empaque	28
4.2.3. Estrategia de Servicio Postventa	28
4.3. Estrategia de Precio	29
4.4. Estrategia de Publicidad.....	29
4.4.1. Plan de Medios	30
4.4.1.1. Objetivos del Plan de Medios.....	30
4.4.1.2. Estrategia de Medios.....	30
4.4.1.3. Distribución de Presupuesto	30

4.5. Estrategia de Promoción	31
4.6. Estrategia de Distribución	31
4.7. Proyección de Ventas	32
5. CONCLUSIONES	33
6. BIBLIOGRAFIA	33

1. JUSTIFICACION

Este documento se crea para ofrecer la información normativa necesaria para entender lo esencial sobre la estructura seguros generales y los seguros de vida en nuestro país y para guiarse en la forma como operan nuestras entidades de seguros. Teniendo en cuenta el sector y el subsector al cual pertenecen estas entidades. También conociendo el movimiento del mercado y el comportamiento de crecimiento de las entidades de seguros.

2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA

2.1.Descripción de la Idea de Negocio

Problema: La falta de la comunicación, en cuanto a los servicios prestados por las compañías aseguradoras, por que las compañías no socializan y transmiten la información necesaria. Ya que los usuarios se quejan de que las compañías de seguros se demoran en pagar el seguro en caso de algún siniestro.

Oportunidad de Negocio: Innovación de un producto intangible a través de aplicaciones didácticas.

Identificación de Producto: Como el producto es un servicio intangible, hace referencia al video juegos didácticos y aplicaciones desarrolladas que el usuario pueda interactuar y saber para qué sirve un seguro, una póliza, y más a un poder sensibilizar a los usuarios que en todo momento se encuentran en riesgo y que somos vulnerables ante cualquier peligro.

2.1.1. Marco Legal

Las siguientes leyes y entidades reguladoras, son las que debemos cumplir y estamos en la obligación de implementarlas a nuestro proyecto.

- ❖ Ley de Formalización y Generación de Empleo(1429 de 2010)
- ❖ Decreto 545 de 2011

- ❖ Ley 1562 de 2012 Ministerio de Salud y Protección social
- ❖ LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS (Ley No. 2002-67)
- ❖ Ley 1581 de 2012, sobre la protección de datos personales
- ❖ la ley 1429, fue expedida por el Congreso el 29 de diciembre de 2010, busca generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas con el fin de aumentar beneficios y disminuir los costos de formalizarse

- ❖ Ley 44 de 1993 especifica penas entre dos y cinco años de cárcel, así como el pago de indemnizaciones por daños y perjuicios a quienes comentan el delito de piratería de software. Se considera delito el uso o reproducción de un programa de computador de manera diferente a como está estipulado en la licencia. Los programas que no tengan licencia son ilegales y es necesaria una licencia por cada copia instalada en los computadores.

- ❖ la Ley 603 de 2000, en la cual todas las empresas deben reportar en sus Informes Anuales de Gestión el cumplimiento de las normas de propiedad intelectual y derechos de autor. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) quedó encargada de supervisar el cumplimiento de estas leyes, mientras que las Superintendencias quedaron responsables de vigilar y controlar a estas empresas.

2.1.2. Entidades Reguladoras

- ❖ Dirección Nacional de Derechos de Autor
- ❖ DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales): ésta se encarga de controlar lo ilegal o pirata y de que no se evadan impuestos.
- ❖ IBM Colombia
- ❖ Microsoft Colombia

2.2. Identidad Estratégica

Somos una compañía que facilita, mejora y optimiza la gestión y los procesos de negocio de las empresas con soluciones y servicios informáticos de excelente calidad. Aportando beneficios a nuestros clientes y a la comunidad, generando a su vez valor para los empleados y para toda la sociedad en general.

2.3. Futuro Preferido

“Futuro preferido (visión) de USTED ESTA EN RIESGO”

Ser en el 2023 una de las empresas con mayor calidad y creación en videojuegos y aplicaciones web para el sector asegurador, ser reconocida por innovación y desarrollo tecnológico nacional e internacional.

2.4. Objetivo General

Desarrollar e innovar aplicaciones web y video juegos, con tecnología avanzada en .net y php para todos los usuarios interesados en adquirir un producto, ubicados en la ciudad de Bogotá, Colombia.

2.5. Objetivos Específicos

- ✓ Diseñar dos líneas de productos, en lenguaje de php para ser distribuidos en diferentes puntos de la ciudad.
- ✓ Definir los tipos de video juegos, para cada tipo de seguro que existe en el mercado, en la ciudad de Bogotá.
- ✓ Desarrollar juegos Didáctico y construir aplicaciones web con las últimas tecnologías de Microsoft.
- ✓ Demostrar que con las aplicaciones, se generar mejores resultado de ventas.
- ✓ Organizar cada uno de los elementos para la administración y las finanzas de la organización.
- ✓ Mostrar una buena partición en el mercado
- ✓ Lograr la satisfacción del cliente.
- ✓ Recopilar información acerca del conocimiento que tienen los compradores acerca de las pólizas que adquieren
- ✓ Tener un control de los servicios ofrecidos por las aseguradoras ya que los usuarios estarían al tanto de todas las coberturas y de cómo pueden usar los servicios de estas.
- ✓ La disminución de inconformidad por parte de los usuarios al tener un inconveniente y encontrar que la póliza que tiene no le cubre el daño que presenta en ese momento el objeto asegurado.
- ✓ Aumentar las ventas de las empresas que adquieran el video juego ya que si los usuarios están seguros de lo que se les ofrece estos estarán satisfechos con lo que compraron y desearan asegurar más pertenencias con otros productos de aseguramiento.

2.4.1. Valores

- ✓ Responsabilidad social: contribuir con la sociedad y socializar, mejor los conocimientos del mundo de los seguros.
- ✓ Respeto: valorar el pensamiento social de cada uno de los riesgos a los cuales están expuestos.
- ✓ Integridad:
- ✓ Pasión: trabajar fuertemente y día a día, para ofrecer un mejor servicio.
- ✓ Honestidad: hablar con sinceridad, para no decaer.
- ✓ Servicio: brindar el paso a paso, para cumplir con cada una de las ideas.

2.4. Análisis PESTEL

1.DIMENSION POLITICA	LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
a. Situación Política	Todos los cambios que se han venido presentando en la ciudad de Bogotá cuanto al transporte, la falta de un sistema de movilidad, más óptimos que no genere molestias al usuario.	La situación actual de Colombia, está centrada en que el 1 de octubre de 2017 se dará inicio al cese bilateral del fuego y hostilidades con el ELN, que se extenderán hasta las medianoche del 9 de enero del 2018. Si las elecciones fueran mañana, por ¿quién votaría usted? Sergio Fajardo 21%, quien es uno de los líderes a la presidencia	Las relaciones diplomáticas de Colombia con Sri Lanka fueron establecidas y se mantienen, el gobierno por medio de la embajada de Colombia en la India. En la Actualidad ambas naciones han planteado su interés para compartir experiencias sobre posconflicto.
b. Política Económica		El primer trimestre de 2017 la economía colombiana creció 1.1%	La huelga de los 730 pilotos de Avianca, se encuentra detenido. Ya son 12 días y tiene 230.000 pasajeros sin posibilidad de llegar a sus destinos.
c. Legislación Económica y Social			
d. Política Fiscal	El proceso de paz no solo va a significar un cambio en la forma como que se hace política en Colombia; también implica un giro radical en la discusión económica y, específicamente, en el debate sobre la situación fiscal del país. Rudolf Hommes esgrimió un	Colombia debe aumentar sus ingresos fiscales, dicen expertos Los retos del gobierno este año, para un mayor crecimiento y una reducción del riesgo en Colombia, dependen directamente de una adecuada reforma fiscal estructural, según el BNP Paribas.	¿Qué tan buenas esta Colombia en el mercado internacional? - La mayoría del mercado viene anunciando que muy pronto Colombia podría recibir un choque externo por cuenta de la salida masiva de capitales producto de las mejores rentabilidades que va a ofrecer la economía

	<p>argumento que parece incontrovertible: a pesar de las presiones fiscales, durante 50 años ha habido dinero para hacer la guerra; ahora que se ha dado un paso clave hacia la pacificación de Colombia, no se puede decir que no hay con qué financiar la paz.</p>		<p>norteamericana apenas empiecen a subir las tasas.</p>
e. Tratados de Libre Comercio			<p>El crecimiento económico de Panamá ha sido bastante dinámico en los últimos años y se está consolidando como un centro de negocios de la región, circunstancias que brindan oportunidades muy interesantes para la industria colombiana.</p>

2. DIMENSION ECONÓMICA	LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
a. PIB	<p>El crecimiento de 3,0% del PIB de Bogotá D.C., para el tercer trimestre se debió al comportamiento presentado en las siguientes actividades: Construcción con 15,8%; Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas con 6,3% y Actividades de servicios sociales, comunales y personales con 1,5%.</p>	<p>Economía colombiana creció 1,3% en el segundo trimestre de 2017</p> <p>La rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca presentó un crecimiento de 4,4%. Los productos que principalmente aportaron a la variación positiva de esta rama fueron: papa con una variación de 36,9%, semillas y frutos oleaginosos con 50,4% y leche sin elaborar con 17,6%.</p>	<p>Este viernes, el Dane reveló los datos del Producto Interno Bruto (PIB) del primer trimestre de 2017, entre los que se destaca el crecimiento anual de Agricultura, caza, silvicultura y pesca con 7,7%; Establecimientos financieros con 4,4%; Servicios sociales, comunales y personales con 2,2% e Industria manufacturera con 0,3%.</p>
b. Inflación	<p>El costo de vida en julio confirmó las previsiones de algunos analistas y registró una variación de -0,05 por ciento, 0,57 puntos porcentuales menor a la registrada en julio del año pasado.</p>	<p>La inflación volvió a la meta: fue de 0,11 por ciento en junio</p> <p>El Índice de Precios al Consumidor subió 3,99 por ciento en los últimos doce meses.</p>	<p>Entre 192 países del mundo, la Argentina es el sexto con la tasa de inflación más alta. Sólo resulta superada por Venezuela, Sudan del Sur, Libia, Surinam y Egipto, en ese orden, economías donde el ritmo al que aumentan los precios es mayor que aquí. Venezuela: la economía se estima este año caerá 10%, la mayor contracción del mundo esperada para 2017. La inflación será 1134%.</p>

c. Desempleo	La tasa de desempleo de la capital colombiana durante el trimestre móvil junio–agosto de 2017 se ubicó en 10,4%, con lo cual sigue en los dos dígitos y empaña los ya malos resultados económicos de los últimos meses.	En agosto de 2017, 22 millones 518 mil personas se encontraban ocupadas, 228 mil personas más que en agosto de 2016. La generación de empleo se concentró principalmente en las 13 ciudades y sus Áreas Metropolitanas.	
d. Balance de Pagos			
e. Productividad		<p>Colombia escala puestos en productividad</p> <p>Los importantes avances que ha presentado Colombia durante los últimos años en algunos factores como la estabilidad económica, la mejora de la infraestructura nacional y el desarrollo de las instituciones, parece que, aunque despacio, están ayudando a escalar el potencial de productividad que tiene el país.</p>	<p>La mayor oportunidad de crecimiento de Colombia en los próximos años puede estar en abordar a los millones de personas que actualmente vende bocadillos en los semáforos trabajan como jornaleros en granjas o buscan oro en minas ilegales, a juicio de un alto funcionario encargado de la política monetaria.</p> <p>El codirector del banco central asegura que es la historia de Corea en los años sesenta, setenta y ochenta, y de China en los últimos 25 años.</p>
f. Mercados capitales			
e. IPC - IPF	En Bogotá, el IPC fue del 42.47	En agosto de 2017 la variación del IPC en los últimos doce meses (septiembre de 2016 - agosto de 2017) fue 3,87%. Este resultado es 4,22 puntos porcentuales menores que la variación reportada en el mismo periodo del año anterior (8,10%).	
g. Carga Fiscal (impuestos)			

3. DIMENSIÓN SOCIAL Y CULTURAL	LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
a. Valores y Actitudes			
b. Grupos Sociales			
c. Conflictividad Social			

d. Modas y Tendencias			
-----------------------	--	--	--

4. DIMENSIÓN TECNOLÓGICA	LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
a. Inversión Investigación Y Desarrollo		Colombia ofrece Beneficios Tributarios para las empresas privadas que realicen inversiones en ciencia, Tecnología e innovación, con el objetivo de fomentar la productividad y competitividad de la economía colombiana, fortalecer el mercado interno y atraer inversión nacional y extranjera.	Las regalías y la inversión en ciencia y tecnología en Colombia. Países como Corea del sur y Israel con inversiones superiores al 4% del PIB, cifras que evidencian que estos países ha fortalecido sus habilidades para crear, distribuir y explotar el conocimiento. Inversión en ciencia y tecnología por ser un factor clave para el crecimiento y desarrollo económico y constituirse como uno de los principales promotores de la productividad y competitividad, teniendo en cuenta que el conocimiento científico, ha liderado diferentes innovaciones en beneficio para la sociedad.
b. Inclusión de las TIC			
c. Disponibilidad de nuevas Tecnologías		Google premia a ONG que usan tecnologías para solucionar problemas en Colombia. Desafío Google entregará US\$ 350.000 a cada una de las tres organizaciones ganadoras como reconocimiento de su labor por el beneficio a comunidades en Colombia. "La tecnología tiene el poder para cambiar el mundo", esta es una de las premisas que llevó a Google a premiar a las organizaciones sin ánimo de lucro que utilizan las herramientas digitales para impactar a comunidades que, por todo el mundo, enfrentan problemáticas como acceso a la educación, falta de agua potable y protección de especies en peligro de extinción, entre otras.	En Israel una aseguradora internacional ha implementado una nueva póliza muy especial contra los riesgos que implica el juego Pokémon GO
d. Cambios Tecnológicos que se proveen			Inteligencia artificial y asistentes de voz Drones Realidad Virtual Coches autónomos y eléctricos

5. DIMENSIÓN ECOLÓGICA	LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
a. Leyes de Protección Ambiental			
b. Manejo de residuos de la Empresa			
c. Influencia de marcas "verdes"			

6. DIMENSIÓN LEGAL	LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
a. Licencias			
		<p>Se dictan normas sobre la organización, administración y prestaciones del Sistema General de Riesgos Profesionales. Esta Ley modifica las prestaciones económicas del Sistema General de Riesgos Profesionales. Ley 776 de 2002</p> <p>Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social, se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo. Importante en Salud Ocupacional porque incorpora a los estudiantes al Sistema General de Riesgos Profesionales. Ley 797 de 2003</p>	
b. Leyes de Seguridad Laboral			
c. Derechos de Propiedad intelectual			

2.5. Análisis de PORTER

El modelo de PORTER es un análisis estándar para ver más a fondo, acerca de las oportunidades y amenazas que tiene una empresa o proyecto, a la hora de analizar el sector en donde se realiza su actividad.

Considerando lo anterior, se puede identificar lo siguiente:

Rivalidad entre los competidores:

En la mayoría de los sectores, la competencia entre las empresas del sector es determinante en los niveles de rentabilidad. En el caso de ¿Usted está en Riesgo?, y de acuerdo con investigación realizada, no se encuentra rivalidad puesto no hay una empresa dedicada al desarrollo de video juegos enfocados a seguros. Por lo tanto, se toma como una oportunidad en el mercado siendo pioneros en el desarrollo de video juegos enfocados a seguros.

Amenaza de los nuevos competidores:

Establecer barreras para que nuevos competidores ingresen es muy complicado, puesto hay bastantes empresas de desarrollo de videojuegos y cada día se crean nuevas empresas debido al auge tecnológico en el que estamos. Debido a lo anterior, se encuentran las siguientes amenazas:

- Grandes aseguradoras posicionadas en el mercado pueden empezar a tomar como estrategia de ventas el producto el cual ofrecemos.
- El negocio de las aseguradoras es cambiante y depende directamente de las necesidades del consumidor.

- Hay tipos de clientes que se encuentran fidelizados a las grandes aseguradoras.

Poder de negociación de los clientes:

El público de las aseguradoras cubre todo tipo de riesgo y a su vez todo tipo de cliente, tanto empresas y grandes superficies, como consumidor final. Este a su vez se extiende día a día de acuerdo con la necesidad los mismos.

Poder de negociación de los proveedores:

Actualmente, hay bastantes empresas aseguradoras y por tal razón existe competencia entre ellas. A su vez, hay grandes empresas posicionadas en el mercado y con estabilidad económica.

Amenaza de productos y servicios sustitutos:

En Colombia no se tiene la cultura de adquirir un seguro y estamos expuestos a que el consumidor no adquiera ningún tipo de servicio ofrecido por ellos, por lo contrario, son más dispuestos a adquirir productos tangibles. Por tal razón se encuentran algunas amenazas:

- Creación de competencia directa.
- Nuevos juegos de video.

2.6. Matriz de Análisis de Campos de Fuerzas

FUERZAS INDUCTORAS								
	TECNOLOGIA		ADMINISTRACION		FINANZAS		MARKETING	
OPORTUNIDADES	O_1	Internet gratuito de diferentes sectores a nivel nacional. Wifi Gratis	O_5	Generar oportunidades de trabajo para la comunidad.	O_9		O_17	Nuevos productos que se implementan en diferentes sectores del mundo, nueva demanda que se puede crear en Colombia. (Nuevas Pólizas)
	O_2	Nuevas tecnologías de la comunicación.	O_6	Seleccionar el mejor personal para la administración del proyecto.	O_10		O_18	Posibilidades de alta demanda, sobre el nuevo producto lanzado.
	O_3		O_7		O_11		O_19	En Colombia existen alrededor de 50 empresas que hacen videojuegos, entre otros productos, de las cuales sólo el 20% está exportando.
	O_4		O_8		O_12		O_20	

FUERZAS INDUCTORAS

		TECNOLOGIA	ADMINISTRACION	FINANZAS	MARKETING	
FORTALEZAS	F_1	Conocimientos en Ingeniería de Sistemas	F_5	F_9	F_17	El buen crecimiento económico, en cuanto al TLC, de Colombia y Panamá, hace que se generen nuevas alianzas y se pueda comercializar el producto.
	F_2	Conocimientos en programación y desarrollo de aplicaciones	F_6	F_10	F_18	
	F_3	Nuevas Tecnologías, tales como dispositivos y acceso a automóviles eléctricos.	F_7	F_11	F_19	
	F_4		F_8	F_12	F_20	

FUERZAS OPOSITORAS								
		TECNOLOGIA	ADMINISTRACION	FINANZAS	MARKETING			
AMENAZAS	A_1	Falta de acceso al usuario a las nuevas tecnologías.	A_5	Falta de personal que posea los conocimientos técnicos en las dos áreas.	A_9	Altos costos para la capacitación, de personal nuevo.	A_17	Empresas desarrolladoras, que sean líderes en creación de videojuegos, como Microsoft.
	A_2		A_6		A_10		A_18	
	A_3		A_7		A_11		A_19	
	A_4		A_8		A_12		A_20	

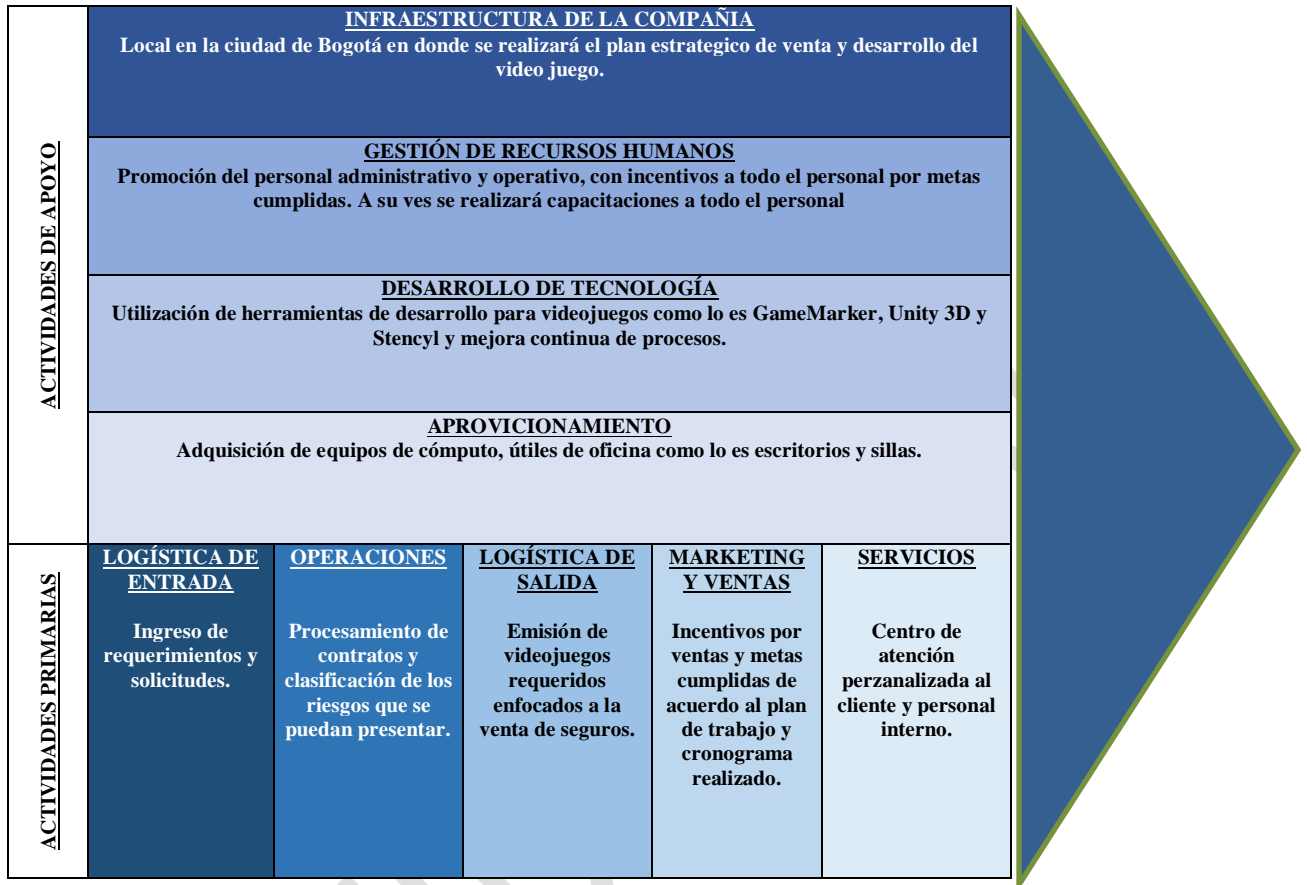
FUERZAS OPOSITORAS								
		TECNOLOGIA	ADMINISTRACION	FINANZAS	MARKETING			
DEBILIDADES	D_1		D_5	Poco personal capacitado, para la administración del proyecto.	D_9	Falta de recursos económicos para el desarrollo del producto.	D_17	
	D_2		D_6		D_10		D_18	
	D_3		D_7		D_11		D_19	
	D_4		D_8		D_12		D_20	

2.7. Matriz de Despliegue estratégico Generativa

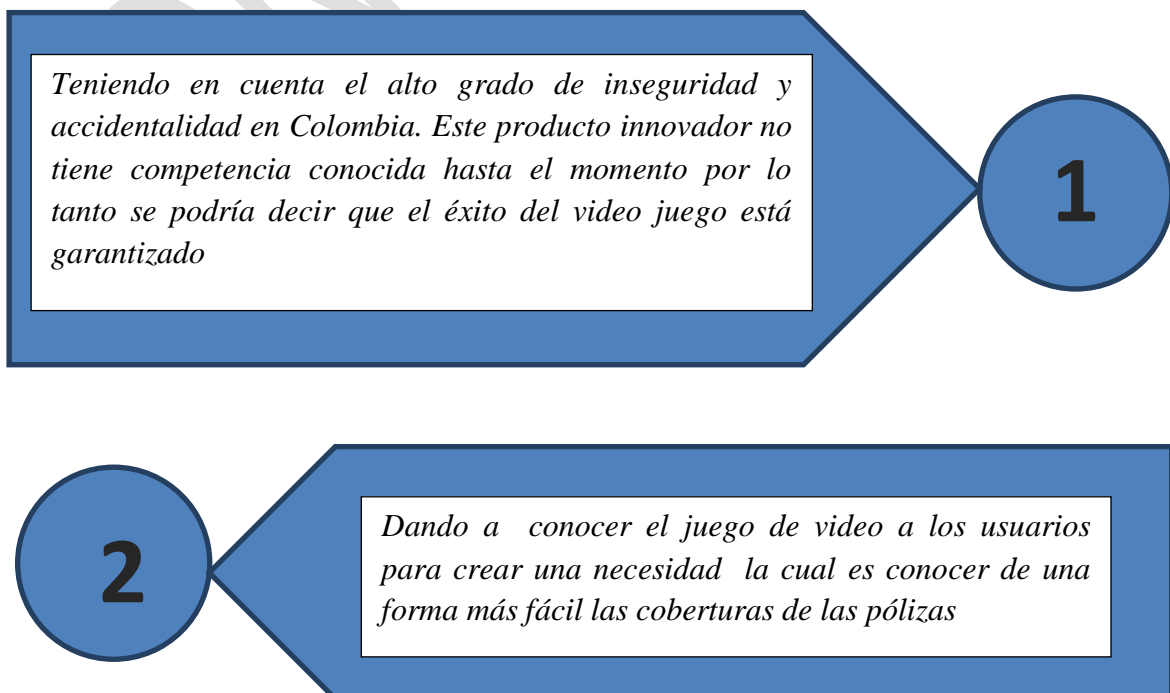
Opositoras	Inductoras	Estrategia
A-1	O-1	Aprovechamiento al máximo del nuevo plan gubernamental acerca de internet gratis para todos, puesto no tendríamos limitantes de conectividad. Dada esta oportunidad de conectividad, se dispondrán de puntos de encuentro con clientes para dar a conocer el video juego a consumidores finales y de esta manera cerrar nuevas negociaciones.

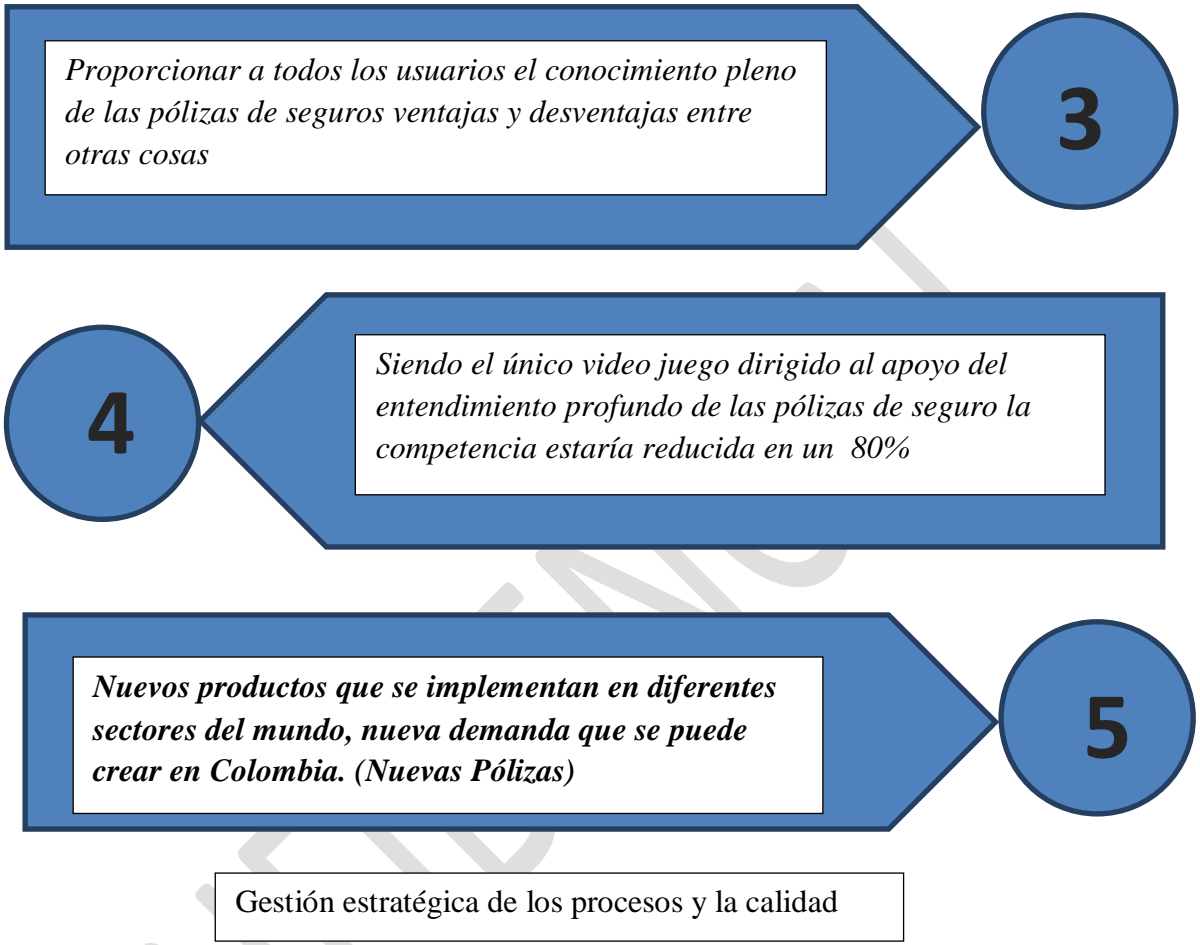
A-9	O-2	Una de las amenazas es el alto costo de capacitación en cuanto a desarrollo de aplicaciones, sin embargo, se encuentran herramientas gratuitas para el aprendizaje de las mismas. Se brindarán asesorías y capacitaciones al nuevo personal que ingresa a la compañía por medio de herramientas gratuitas online, con el fin de optimizar el tiempo de desarrollo de los videos juegos.
D-5	F-2	En el momento se cuenta con poco recurso operativo, pero se cuenta con el personal suficiente para comenzar el funcionamiento de la empresa. Se optimizará los recursos online para el desarrollo del video juego.
D-9	F-17	No se cuenta con un capital suficiente, pero se puede generar un plan de acción de marketing para que la empresa se dé a conocer y de esta manera dar confiabilidad y obtener nuevos contratos. Se creará un grupo de Facebook de la empresa, se creará página web y se tratará de posicionar en las búsquedas de Google con el fin de tener una buena posición en los buscadores, con el fin de darnos a conocer.
	F-3 - O -18	Generar planes de acción obteniendo ventaja de las nuevas tecnologías y la alta demanda de seguros que puede generar la introducción de autos eléctricos. A su vez, en futuro se implementará cortinas radiales, volantes de nuestra empresa y se buscaran citas con las grandes aseguradoras dando a conocer nuestro producto.
A-5	F-1	Capacitar al personal nuevo que ingrese a la compañía, aprovechando las herramientas disponibles en la web. Se realizará capacitación al nuevo personal que ingrese y a su vez se dictaran refuerzos y actualizaciones de acuerdo con el mercado.

2.8. Cadena de valor



2.9. Estrategia Competitiva





3. ESTUDIOS DE MERCADOS

3.1. Objetivo del Estudio de Mercados

- ✓ Analizar y conocer a los usuarios, que tanto conocen sobre el mundo de los seguros.
- ✓ Identificar que tanto los usuarios, han interactuado sobre los videojuegos y las aplicaciones web.
- ✓ Identificar si los usuarios han escuchado sobre videojuegos y aplicaciones web sobre los seguros.
- ✓ Descubrir que tanto los usuarios conocen, como responder ante una eventualidad o siniestro.

3.2. Definición del mercado objetivo

A continuación, se realizará el respectivo análisis a nuestro estudio de mercado referente a nuestro producto.

Encuesta: Estudiantes de la universidad CUN, del programa de Ingeniería de Sistemas, buscan implementar un video juego, en donde se muestran los riesgos que pueden presentar en el día a día. Con la siguiente encuesta, deseamos conocer el nivel y conocimiento sobre las pólizas de seguros.

3.3. Metodología de Investigación

El modelo de encuesta fue aplicado y desarrollado con las siguientes preguntas, las cuales fueron implementadas en el aplicativo de formularios en Google Drive. Donde se realizaron las siguientes preguntas:

- ✓ Preguntas de Identificación
 - Nombres _____
 - Apellidos _____
 - Edad: ____ Sexo: M ____ F ____
- ✓ Está usted asegurado? cuenta con alguna Póliza?
Sí ____ No ____
- ✓ En caso de tener más de un seguro, ¿los tiene contratados con la misma compañía?
Si ____ No ____ Solo tengo un seguro
- ✓ Está interesado en obtener y/o comprar un seguro? Sí ____ No ____
- ✓ ¿Conoce usted qué es un seguro o póliza? Sí ____ No ____
- ✓ ¿Por qué Compraría un seguro?

- ✓ Seleccione uno de los siguientes riesgos a los cuales usted cree que está más expuesto.
 - Accidente de moto
 - Accidente en vehículo
 - Caída de las escaleras
 - Atentados
 - Hurto de vehículo
 - Hurto de motos
 - Daños en casa por hurto
 - Incendios en casa
 - Inundaciones en casa

- ✓ ¿Conoce las coberturas básicas y opcionales de las pólizas de seguros que tiene contratados?
- Sí ___ No ___
- ✓ Si su respuesta es sí, por favor especifique, ¿qué tipo de póliza tiene contratadas? _____
- ✓ En el momento de firmar el contrato con la compañía de seguros. ¿Lo ha podido leer y comprender correctamente?
- Lo he leído y entendido
 - Lo he leído pero no lo he comprendido
 - No lo he podido leer
 - No sabe y/ o no contesta
- ✓ Considera que las primas (Valor que se paga por el servicio de la póliza), en relación a las prestaciones, son:
- Altas
 - Normales
 - Bajas
 - No sabe y/o no contesta
- ✓ En caso de un accidente doméstico o de coche, tiene claro ¿qué hacer?
- Sí ___ No ___ Especifique si la respuesta es correcta

- ✓ Sabe ¿cómo utilizar el seguro en caso de una eventualidad?
- Sí ___ No ___
- ✓ Ha escuchado de algún tipo de videojuego, aplicación, manual o documentación didáctica, que le pueda explicar más sobre los seguros.
- Sí ___ No ___ Especifique
- ✓ En caso de ser si, por favor indicar ¿Cuál es?
- ✓ Si la pregunta anterior fue afirmativa, de ¿qué compañía de seguros tuvo la oportunidad de interactuar?
- _____
- ✓ ¿Le parece bien que existan o hayan videojuegos, aplicaciones y hasta videos interactivos, que le puedan dar un mejor asesoramiento sobre el mundo de los seguros y las pólizas?
- Sí ___ No ___

3.4. Análisis de Investigación

1. ¿Está usted asegurado o cuenta con alguna Póliza?



Análisis:

- En la ciudad de Bogotá de acuerdo con la muestra de 60 personas adultas mayores de 18 de años, se evidencia que el 28.3% de la población encuestada no tiene ningún tipo de seguro, lo cual lo vemos como una oportunidad, puesto el cliente al ver y probar el video juego ofertado le puede interesar adquirir uno.

2. En caso de tener más de un seguro, ¿los tiene contratados con la misma compañía?



Análisis:

- El 35% de las personas que cuentan con algún tipo de seguro, los cuales no fueron adquiridos con la misma aseguradora.

- El 20% de las personas cuentan más de un seguro el cual tienen con la misma aseguradora.
- El 45% de las personas solo cuentan con un solo tipo de seguro.
- Con un total de muestra de 60, las personas con un solo tipo de seguro concentran la mayor participación, lo cual se traduce como oportunidad de venta para las aseguradoras.

3. ¿Está interesado en obtener y/o comprar un seguro?



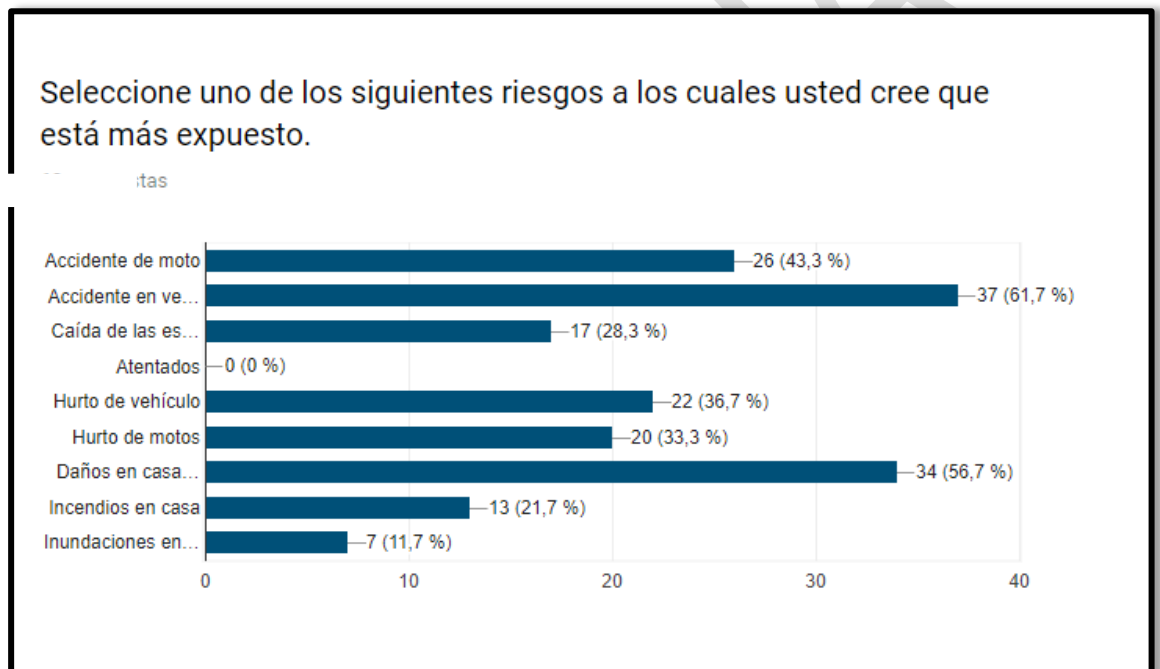
Análisis:

- El 68.3% de la población encuestada, no se encuentra interesada en adquirir un seguro, ya sea por falta de conocimiento de los beneficios o simplemente no tiene una buena imagen acerca de las entidades aseguradoras.

Análisis:

- Se recoge bastante información acerca de los motivos por el cual los consumidores interesados, adquirirían un seguro. Sin embargo, hay una opción que sobresale con el 8.3% que es para asegurar una motocicleta. Este dato nos puede ayudar para dar un pequeño enfoque al video juego.
- El 3.5% de la población se encuentra interesados en asegurar los vehículos.
- En general, las personas se encuentran interesadas en adquirir algún tipo de póliza, con el fin de proteger su patrimonio.

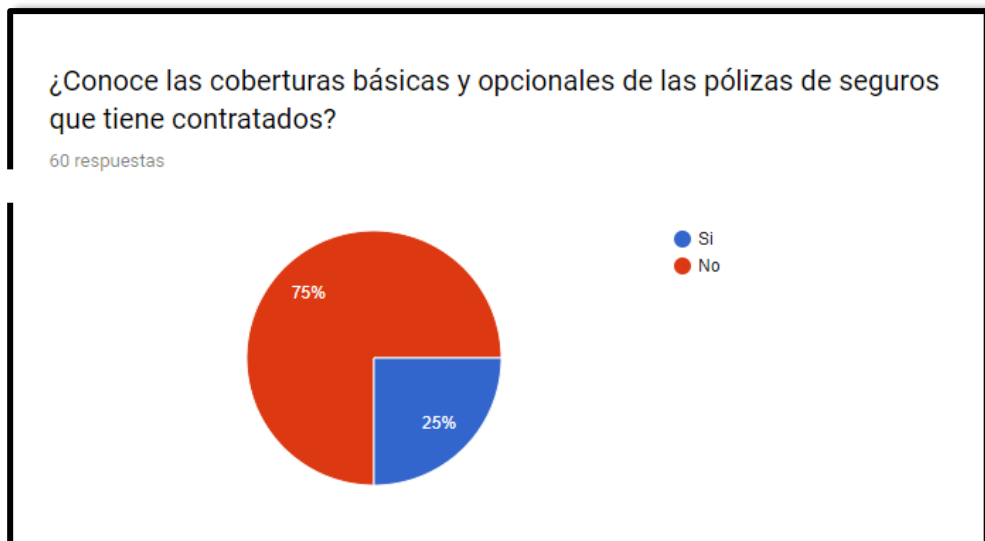
6. Seleccione uno de los siguiente riesgos a los cuales usted cree que está más expuesto



Análisis:

- En esta pregunta identificamos varias opciones como posible respuesta, en donde sobresale el accidente de vehículo y a su vez daños en la casa por hurto. Al igual que en la pregunta anterior, nos ayuda a identificar las necesidades de los clientes para poder dar algún tipo de plus que motive la compra de un seguro.

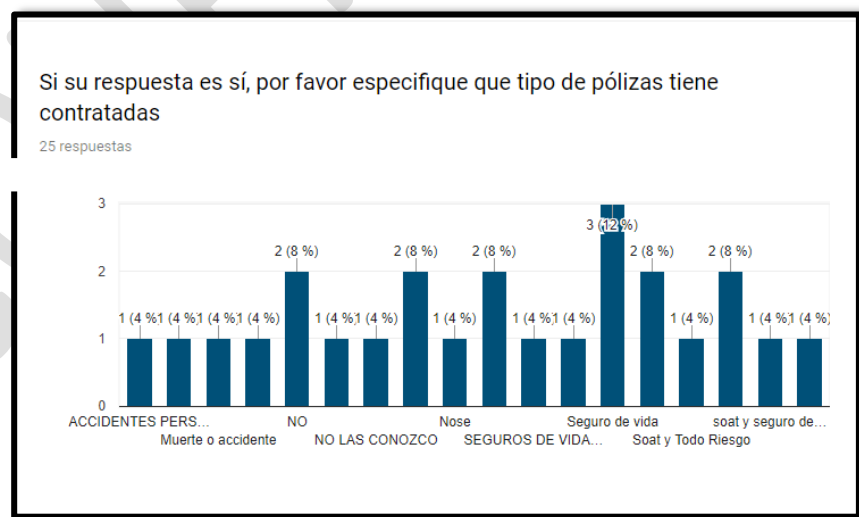
7. ¿Conoce las coberturas básicas y opcionales de las pólizas de seguros que tiene contratados?



Análisis:

- El 75% de las personas encuestadas desconocen las coberturas que ofrecen los diferentes tipos de seguros. Nuestro video juego puede ayudar a las personas, para que conozcan las coberturas y de esta manera pueda adquirir un seguro.

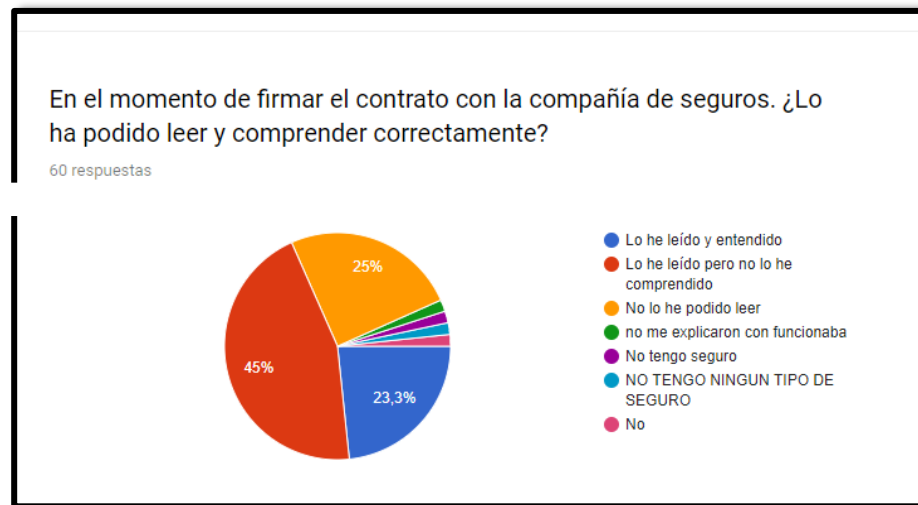
8. Si su respuesta es sí, por favor especifique ¿qué tipo de pólizas tiene contratadas?



Análisis:

- Se evidencia diferentes tipos de seguros en los que sobresale el seguro de vida, siendo aún un número bajo teniendo en cuenta la importancia que este tiene.

9. En el momento de firmar el contrato con la compañía de seguros. ¿Lo ha podido leer y comprender correctamente



Análisis:

- El 45% de la población encuestada, no comprende las coberturas de las pólizas y esto se ve reflejado al poco interés de adquirir un seguro.

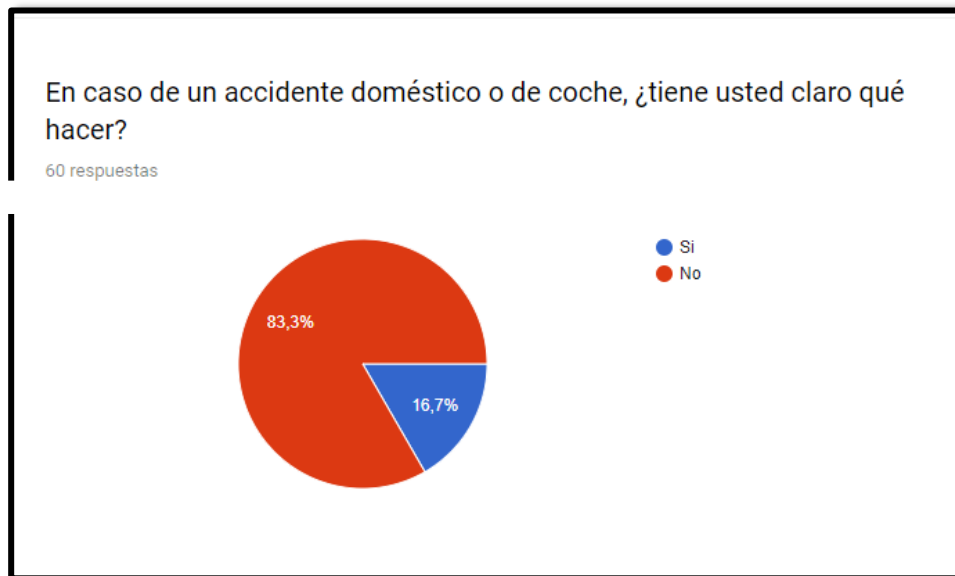
10. Considera que las primas (valor que se por el servicio de la póliza), en relación a las prestaciones, son:



Análisis:

- El 53.3% de la población encuestada, piensa que hay un sobre costo por el valor de las pólizas, por ende, puede no estar interesado en adquirir algún tipo de seguro y de esta manera estar desprotegido.

11. En caso de un accidente doméstico o de coche, ¿tiene usted claro qué hacer?



Análisis:

- El 83.3% de las personas desconocen el procedimiento que se debe hacer, al momento de un accidente. Por lo tanto, identificamos que es importante dar a conocer el procedimiento de forma didáctica y que sea entendible para todos.

12. ¿Sabe cómo utilizar el seguro en caso de una eventualidad?



Análisis:

- El 81.7% no conoce o no sabe cómo utilizar las coberturas el cual se ofrecen al momento de adquirir un seguro, por lo tanto, puede haber negación al momento de comprar alguna cobertura.

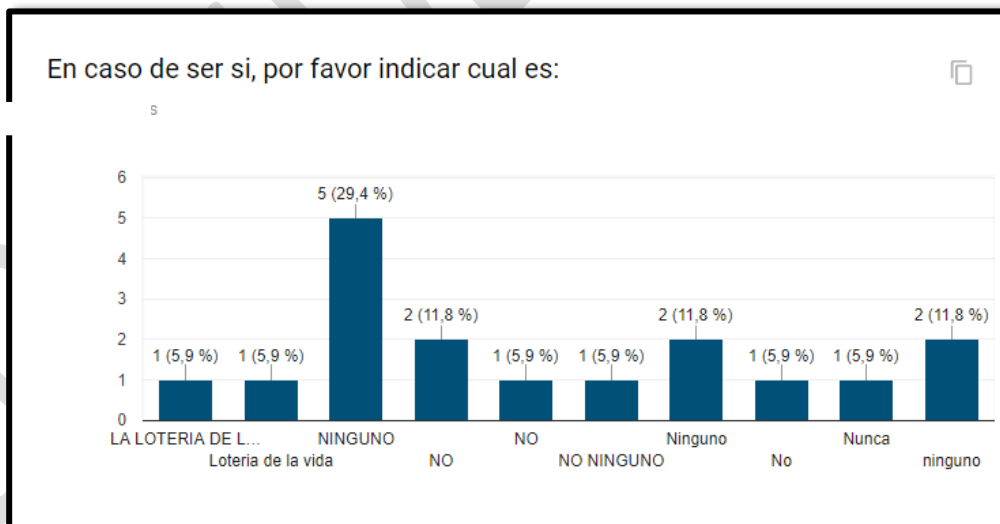
13. ¿Ha escuchado de algún tipo de videojuego, aplicación, manual o documentación didáctica, que le pueda explicar más sobre los seguros?



Análisis:

- El 96.7% no ha escuchado no ha visto algún video juego didáctico, lo cual nos indica que nuestro producto es novedoso para el mercado al cual nos queremos enfocar.

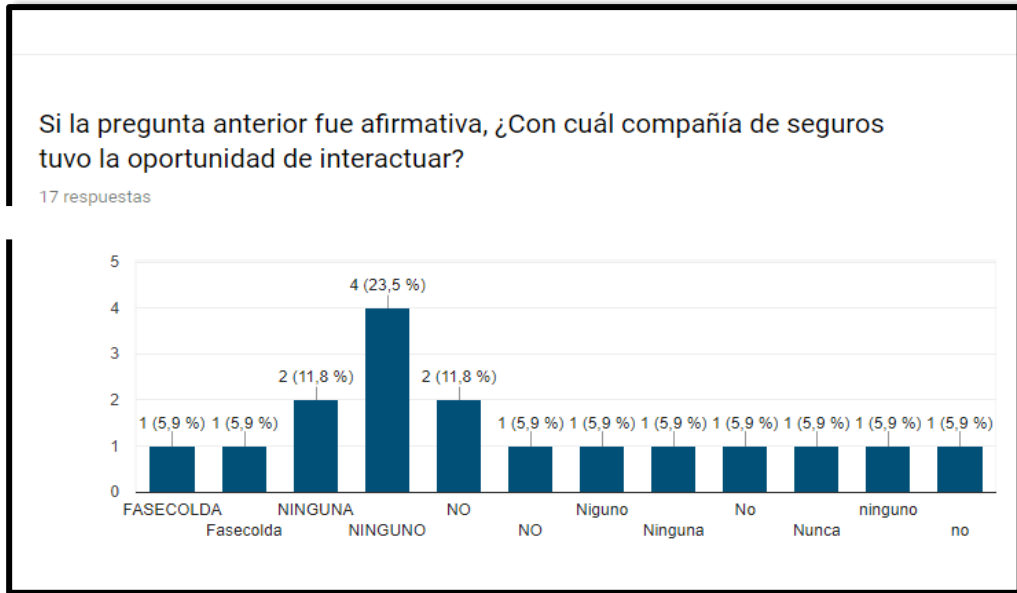
14. En caso de ser si, por favor indicar ¿cuál es?



Análisis:

- Se identifica una sola persona el cual tiene conocimiento acerca de un video juego referente a seguros.

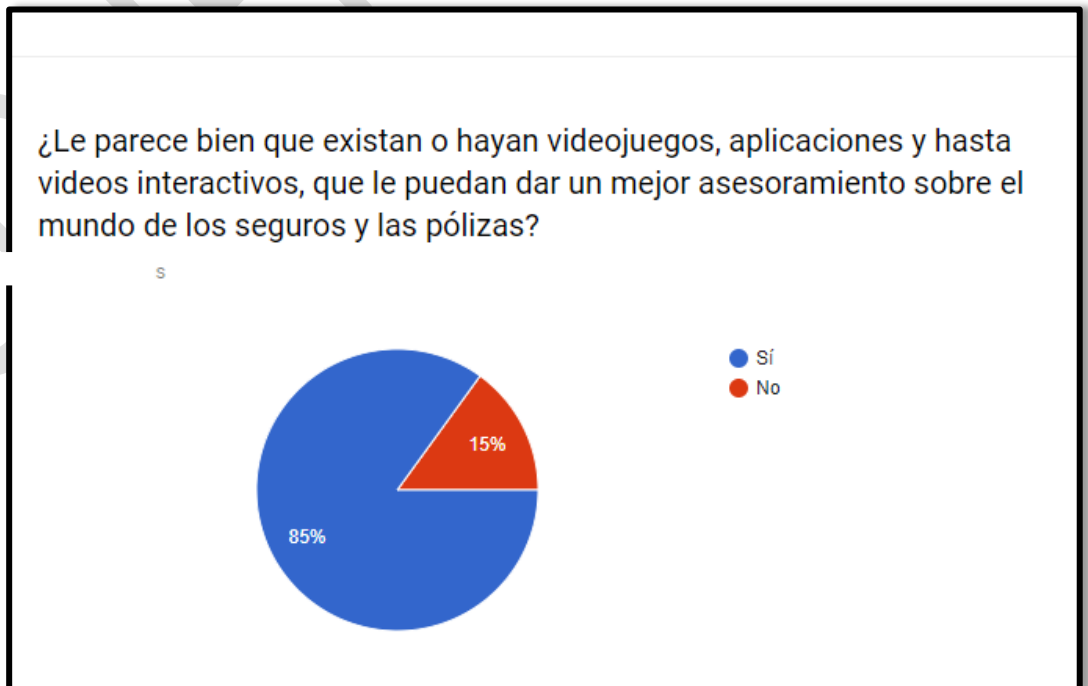
15. Si la pregunta anterior fue afirmativa. ¿Con cuál compañía de seguros tuvo la oportunidad de interactuar?



Análisis:

- FASECOLDA es la única entidad que se registra como promotora del video juego, lo cual nos indica que tenemos una gran oportunidad.

16. ¿Le parece bien que existan o hayan videojuegos, aplicaciones y hasta videos interactivos, que le puedan dar un mejor asesoramiento sobre el mundo de los seguros y las pólizas?



Análisis:

- El 85% de la muestra indica que está interesado en conocer un video juego que les ayude a aclarar todas las dudas que surgen al momento de adquirir un seguro

Conclusiones del Análisis de Investigación de Mercados

- Las oportunidades de negocios que se evidencian, ya que muchas de las personas no conocen aplicaciones o no han escuchado videojuegos, acerca de los seguros.
- Al desarrollar este video juego, aplicaciones web, videos interactivos, los usuarios, estarían más seguros de las pólizas que compran, ya que conocerían más a fondo el mundo de los seguros.
- Incentivar a los usuarios, que todos estamos expuestos ante cualquier eventualidad.
- Generar más ventas, para las aseguradoras y reaseguradoras, en donde se puedan evidenciar resultados positivos.

4. PLAN DE MARKETING

4.1. Objetivos del Plan de Marketing

- ✓ Orientar a las personas que una de las herramientas que proponemos es utilizar internet sin costo, pues el gobierno lo da gratuitamente y nosotros lo utilizamos, como beneficio a la sociedad y que puedan acceder a nuestras aplicaciones.
- ✓ Desarrollar nuevas capacitaciones y utilizar las herramientas gratuitas de la organización, para optimizar costos.

4.2. Estrategia de Producto

Un video juego de nuestra compañía de programación _____ ofrece a los consumidores diversos elementos para que estos interactúen con el programa logrando atrapar el interés de cada individuo y de esta manera lograr que por medio de la integración conozcan las coberturas de las pólizas.

El video juego posee una moderna caja de polipropileno translucido de color azul o verde, se garantiza una completa ilustración y pleno conocimiento de las coberturas de la póliza adquirida garantizando la satisfacción del cliente y el prestigio de la entidad aseguradora que adquiera

el video juego. El producto creado por nosotros no presenta competencia conocida por esta razón está a la vanguardia en el campo de las aseguradoras y de la programación por ser un producto innovador.

4.2.1. Estrategia de Marca

El video juego (¿está seguro?) es una creación de nuestra compañía enfocado en dar a conocer toda la respectiva información de las coberturas de las pólizas de seguros ya que antes de que existiera este video juego esta información no era del manejo total del público en general ya que son ellos los que adquieren estos productos en este caso las pólizas, pero no saben qué beneficios trae esta adquisición.

Lo que se quiere es mediante la interacción del usuario con el video juego explorar el contenido de las pólizas aclarando dudas y brindando información de los beneficiarios o posibles no cubiertas que tenga la póliza adquirida y si es elección del usuario obtener una mejor póliza que se adapte a los requerimientos del usuario.

4.2.2. Estrategia de Empaque

El empaque se presenta con las siguientes características:

- ✓ El producto maneja un empaque con forma rectangular de unos 12mm de ancho y 15 cm de largo es de un material traslucido que permite la visión del interior y del contenido de este empaque o producto a comercializar.
- ✓ Los colores utilizados para este empaque son el azul o verde, se utilizan estos colores ya que al ser combinados con el material del cual está hecho el empaque no pierde sus características traslucidas y permite la visión del interior.
- ✓ Se utilizarán diferentes tipos de tipografía para el empaque esto para que sea más llamativa esto será totalmente legible y fácil para la comprensión del comprador.
- ✓ El empaque es de fácil transporte ya que sus dimensiones no son muy grandes esto lo hace muy cómodo.
- ✓ El material del empaque es resistente a los impactos asegurando así la integridad del producto almacenado en su interior

4.2.3. Estrategia de Servicio Postventa

Teniendo en cuenta que este producto tiene una garantía de servicio vitalicia ya que la información que el producto maneja varía de acuerdo a

las coberturas que empleen las aseguradoras en cada póliza si las aseguradoras generan cambios el video juego debe adoptar estos cambios para que se reflejen en la consulta del usuario. Con revisiones programadas podemos determinar qué tan eficaz esta sienta el video juego se brindará unas visitas técnicas para la vigilancia del buen funcionamiento del producto y se mantendrá informada a la entidad que adquiera el producto de los cambios que pueda haber en las leyes para realizar las actualizaciones del producto y seguir con un funcionamiento óptimo.

4.3. Estrategia de Precio

4.4. Estrategia de Publicidad

Publicidad

Como estrategia de publicidad se pretende implementar diferentes clases de presentación del producto como estímulo de compra y fidelización del cliente las siguientes forman parte de nuestra estrategia de publicidad:

- ✓ Se generara una distribución de información de nuestra propuesta por correo para cada una de las entidades de aseguramiento en el país dando a conocer nuestro producto.
- ✓ Se realizaran campañas publicitarias para informar a la población que ya existe un producto que soluciona todas las dudas que tengan acerca de las coberturas de la póliza que tengan o que piensan adquirir.
- ✓ Se realizaran campañas informativas por medio de la radio, televisión y entrega de folletos informativos en lugares concurridos.
- ✓ Relaciones Públicas
- ✓ Se debe implementar una estrategia para crear interés de parte de las aseguradoras por nuestro video juego.
- ✓ Conciliar citas con los posibles compradores para ofrecer nuestros servicios y las ventajas que tiene el adquirir nuestro producto.

Frecuencia

Las campañas para las entidades que adquieran nuestro producto se realizan mensualmente o dependiendo de los cambios que las aseguradoras realicen a las pólizas en cuanto a coberturas y otras cosas que tengan que ver con la información incluida en el video juego.

Justificación

Teniendo el precedente de que para que una entidad de aseguramiento pueda mantenerse en el mercado debe tener un plan de beneficios para ofrecerle al cliente y que para que el cliente tenga conocimiento de estos beneficios y coberturas sin tener que leer un contrato enorme el cual está en términos técnicos que muchas veces no entendemos se crea nuestra aplicación o video juego para facilitar el entendimiento de la normatividad de estas compañías y poder tener la seguridad de adquirir un producto que cumpla con lo que se promete en la venta inicial.

4.4.1. Plan de Medios

4.4.1.1. Objetivos del Plan de Medios

- ✓ Dar a conocer la empresa mediante diferentes medios de comunicación, generando impacto y de esta manera obtener nuevos clientes.
- ✓ Obtener un alcance inicial de mil personas en un periodo de un mes.
- ✓ Pautar en diferentes medios de comunicación mínimo tres veces al día, generando recordación de marca.

4.4.1.2. Estrategia de Medios

Se estipula un presupuesto de diez millones de pesos inicialmente para invertir en diferentes tipos de medios de comunicación como lo son:

- ✓ Cortinas radiales.
- ✓ Volantes en puntos estratégicos de la ciudad.
- ✓ Creación de un grupo de Facebook.
- ✓ Envío de comunicados y promociones a personal el cual nos autorice, por medio de mensajes de texto a celulares.

4.4.1.3. Distribución de Presupuesto

- ✓ Cortinas radiales: Se creará una cuña radial de 15 segundos, el cual se transmitirá en horas de la mañana, tarde y noche de lunes a viernes.
- ✓ Se repartirá diez mil volantes en puntos estratégicos de la ciudad, con el fin de darnos a conocer y a su vez crear recordación de marca.
- ✓ Se creará un grupo de Facebook en donde se subirán artes de publicidad, promociones y demás.

4.5. Estrategia de Promoción

- ✓ **Cubrimiento geográfico:**
Inicialmente el producto tendrá una cobertura únicamente a nivel Bogotá, el cual se expandirá a Cundinamarca en el período de un año. Luego de estar posicionados en Bogotá y Cundinamarca, se buscará la expansión a nivel nacional.

- ✓ **Estrategia de ventas:**
Nuestro Target son las grandes aseguradoras, puesto nuestro producto es un video juego el cual ayudará en la venta de diferentes tipos de seguros de acuerdo con el portafolio de la misma.
Para llegar a esto, se buscarán citas comerciales en donde se expondrá el producto y de esta manera demostrar que el consumidor final conocerá de una manera didáctica y fácil de comprender, los beneficios de obtener un seguro y a su vez el procedimiento que se debe hacer para hacerlo efectivo en caso de un siniestro.
El precio del producto inicialmente será de \$15.000.000 m/cte. Sin embargo, para hacer el producto más llamativo, se dará un precio de \$10.000.000 por pago por adelantado y por lanzamiento inicial del producto.

4.6. Estrategia de Distribución

- ✓ **Tipo de canal de distribución:**
Nuestro producto por ser video juego se realizará una distribución directa con el consumidor final, en este caso, las aseguradoras, puesto es un producto intangible y no se requiere de intermediarios o mayoristas para lograr el destino del producto.

- ✓ **Estrategia de distribución:**
Nuestro producto es intangible y de alto costo, por tal razón, se realizará una distribución exclusiva, el cual consiste en un target específico.
Para realizar la venta del producto, se construirá un tipo de presentación didáctica y llamativa y a su vez se llevará una muestra del producto, para que nuestro futuro cliente pueda vivir una experiencia en tiempo real y pueda ver al detalle el video juego ofertado.

- ✓ **Promoción en ventas:**

El comercio electrónico será nuestro principal aliado. Se creará una página web de la empresa donde se creará un simulador del video juego como muestra del producto final.

A su vez se creará una Fanpage en Facebook, en donde se especificará un poco de nuestros servicios y se buscará nuevos clientes.

4.7. Proyección de Ventas

GASTOS	VALOR
Nomina Gerente	\$ 3.000.000,00
Nomina Asistente	\$ 1.200.000,00
Nomina Mensajero	\$ 900.000,00
Nomina Personal de Servicios Generales (Aseo, Cafetería, Mantenimiento)	\$ 3.000.000,00
Nomina Vendedor	\$ 800.000,00
Nomina Desarrolladores	\$ 4.000.000,00
Arriendo Oficinas	\$ 4.500.000,00
Papelería y Cafetería	\$ 1.000.000,00
Servicios Públicos - Energía	\$ 100.000,00
Servicios Públicos - Agua	\$ 200.000,00
Servicios Públicos - Teléfonos	\$ 150.000,00
Servicios Públicos - Internet	\$ 150.000,00
Transporte Personal Comercial	\$ 600.000,00
Valores Muebles (ESCRITORIOS, SILLAS, TABLEROS)	\$ 7.000.000,00
Gastos de Capacitación	\$ 10.000.000,00
Gastos de Dotación	\$ 6.500.000,00
Gastos de Seguridad y Alarmas	\$ 8.000.000,00
Seguros	\$ 5.300.000,00
Gastos Financieros	\$ 2.000.000,00
GASTOS PRESTACIONALES DEL PERSONAL	
Total Gastos	\$ 58.400.000,00

CALCULO DEL MARGEN BRUTO	
CONCEPTO	VALORES
PC(PRECIO DEL COSTO)	\$ 15.000.000,00
PV(PRECIO DE VENTA)	\$ 20.000.000,00
UB(UTILIDAD BRUTA) =PV-PC	\$ 5.000.000,00
MB(MARGEN BRUTO) $MB = UB / PV \times 100$	25

CALCULO DE PROYECCION DE VENTAS

CONCEPTO	VALORES
Gastos	\$ 58.400.000,00
MB	25
Ventas Mínimas = Gastos / (Margen Bruto/100)	\$ 233.600.000,00

Se necesita vender como mínimo \$ 223.600.000, para poder cubrir los gastos
(No dar pérdidas)

5. CONCLUSIONES

- ❖ Identificamos oportunidad en el campo asegurador, puesto no se encuentran video juegos que ayuden a consumidores finales a escoger el mejor producto de acuerdo con su necesidad y a su vez para el conocimiento del debido trámite que se debe hacer en el caso de algún siniestro.
- ❖ Es un producto innovador en el campo escogido, puesto no hay una empresa de desarrollo de video juegos en Colombia, que se dedique a realizar este tipo de actividades; únicamente hay unos juegos didácticos de sensibilización en Fasecolda, pero no hay aplicación como tal.
- ❖ Se evidencia gran oportunidad debido al desconocimiento de los clientes finales en el campo asegurador.
- ❖ El video juego para que tenga éxito, debe ser con una interfaz amigable con el usuario final para que este mismo demuestre interés y adquiera la póliza ofrecida por el asegurador.

6. BIBLIOGRAFIA

- ❖ Eighthcom, Federación de Aseguradores Colombianos Fasecolda, URL// <http://www.fasecolda.com/>
- ❖ Informática jurídica.com, URL// <http://www.informatica-juridica.com/legislacion/>
- ❖ Andrés Mauricio Acosta López, noviembre de 2015, 3.2 Cartilla Marketing Estratégico.
- ❖ El espectador, septiembre 2017, Cese bilateral con ELN; URL// <https://www.elespectador.com/noticias/politica/asi-funcionara-el-cese-bilateral-con-el-eln-articulo-715810>
- ❖ DANE, Información estratégica; tomada el 01 de octubre de 2017; URL// <http://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/4174-producto-interno-bruto-pib-i-trimestre-2017>
- ❖ Portafolio, mayo 2017, La economía colombiana creció 1.1%; URL// <http://www.portafolio.co/economia/producto-interno-bruto-primer-trimestre-de-2017-506051>

- ❖ Clarín, abril 2017, Hay solo cinco países en el mundo con inflación más alta que Argentina; URL// https://www.clarin.com/economia/solo-paises-mundo-inflacion-alta-argentina_0_SJxC89I0x.html
- ❖ Portafolio, febrero 2017, Colombia escala puestos en potencial de productividad; URL// <http://www.portafolio.co/economia/colombia-mejora-en-productividad-503586>
- ❖ Portafolio, agosto 2017, 'Formalización laboral es la clave para una mayor productividad', Ocampo; URL// <http://www.portafolio.co/economia/formalizacion-laboral-es-la-clave-para-una-mayor-productividad-ocampo-509068>
- ❖ Portafolio, abril 2017, Beneficios Tributarios 2017 por Inversiones en Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia; URL// <http://blogs.portafolio.co/innovacion-y-finanzas/beneficios-tributarios-2017-inversiones-ciencia-tecnologia-e-innovacion-colombia/>
- ❖ Heraldo, julio 2017, Una aseguradora lanza una póliza contra los riesgos de Pokémon Go; URL // <http://www.heraldo.es/noticias/sociedad/tecnologia-videojuegos/2016/07/31/una-aseguradora-lanza-una-poliza-contralos-riesgos-pokemon-go-991212-1831024.html>
- ❖ Rafael Muñoz, CEF. Marketing XXI, tomada en octubre 2017; URL// <http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>
- ❖ Matias S. Zavia, febrero 2017, Las cajas de los juegos de Nintendo Switch son un bonito despilfarro de plástico; URL// <http://es.gizmodo.com/los-cajas-de-los-juegos-de-nintendo-switch-son-un-bonit-1792547582>
- ❖ Facultad de informática de Barcelona, Historia de los video juegos, tomada en octubre 2017; URL// <https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html>
- ❖ Nelson Chacón, enero 2016, Gerencia Retail, URL//<https://www.gerenciaretail.com/2015/10/26/como-hago-una-proyeccion-de-ventas-para-un-negocio-nuevo/>