

CREACIÓN DE UNA AGENCIA EN EL ASESORAMIENTO Y VENTA DE SOAT  
VEHICULARES Y PAGOS DE PLANILLAS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES  
PARAFISCALES EN LA CIUDAD DE GRANADA – META.

PAOLA ANDREA GIL SALGADO

TANIA MICHELL LADINO MANCERA

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

GRANADA META

2018

---

CREACIÓN DE UNA AGENCIA EN EL ASESORAMIENTO Y VENTA DE SOAT  
VEHICULARES Y PAGOS DE PLANILLAS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES  
PARAFISCALES EN LA CIUDAD DE GRANADA – META.

PRESENTADO A:

CLAUDIA MARGARITA GONZALES MEDINA

PAOLA ANDREA GIL SALGADO

TANIA MICHELL LADINO MANCERA

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GRANADA META

2018

---

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Preguntas de Investigación.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Objetivos .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.1 Objetivos Generales .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Justificación.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3.2. Relevancia Social, Valor Práctico.....</b>	<b>7</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Antecedentes Y Constitución De La Empresa.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Marco Contextual .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2.1 Localización Del Municipio.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.2 Contexto Empresarial.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Marco Teórico .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.2 Estudio De Mercado, Características.....</b>	<b>13</b>
<b>Estudio De Mercado .....</b>	<b>13</b>
<b>Características.....</b>	<b>14</b>
<b>2.3.3 Proceso De Diseño Y Ejecución De Un Estudio De Mercado.....</b>	<b>14</b>
<b>Proceso De Diseño .....</b>	<b>14</b>
<b>Ejecución De Un Estudio De Mercado .....</b>	<b>15</b>
<b>2.3.3 Requisitos Materiales Y Equipos.....</b>	<b>15</b>
<b>2.3.4 Modelo De Ventas .....</b>	<b>16</b>
<b>3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 Población Y Muestra .....</b>	<b>16</b>
<b>Demográfica.....</b>	<b>16</b>
<b>Geografía .....</b>	<b>16</b>
<b>Psicográfica.....</b>	<b>17</b>
<b>Conductuales .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1.1 Tamaño de la Muestra.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Tipo De Investigación Y Enfoque .....</b>	<b>20</b>
<b>3.3 Recolección De Datos.....</b>	<b>21</b>

---

3.3.1 La Encuesta: .....	21
3.3.2 La Observación Directa: .....	21
3.3.3 La Entrevista:.....	21
<b>3.4 Trabajo De Campo .....</b>	<b>22</b>
3.4.1 Primer Trabajo De Campo (Recolección De Información).....	22
3.4.2 Tabulación De Los Resultados 270 Encuestas.....	22
3.4.3 Segundo Trabajo De Campo (Recolección De Información) .....	25
La Observación Directa.....	25
3.4.4 Tercer Trabajo De Campo (Recolección De Información). .....	27
La Entrevista .....	27
3.4.5 Análisis De La Investigación De Los Datos Primarios.....	28
Encuestas: .....	28
Observación Directa: .....	29
Entrevista: .....	29
3.4.6 Conclusiones De La Investigación De Los Datos Primeros .....	30
3.4.7 Estrategias De Precios .....	31
3.4.8 Estrategia De Producto.....	34
3.4.9 Estrategia De Distribución .....	35
3.4.9 Estrategia De Comunicación.....	36
3.4.10 Estrategias De Promoción .....	36
3.4.11 Estrategias De Servicios.....	37
3.4.12 Proyección De Ventas .....	38
<b>3.5 Especificaciones Técnicas Del Producto O Servicio.....</b>	<b>41</b>
3.5.1 Modelo De Producción.....	43
3.5.2 Requerimientos .....	44
Espacios Físicos:.....	44
Tecnología:.....	44
Personal Operativo: .....	45
Plano De Distribución De Planta .....	45
3.5.3 Cálculo De La Capacidad Máxima De Producción Y Correlación Con La Proyección De Ventas.....	46
3.5.4 Costos Unitarios Y Punto De Equilibrio En Unidades .....	46

---

<b>4. ANÁLISIS Y RESULTADOS</b> .....	47
<b>4.1 Proyección y Constitución de la empresa</b> .....	47
<b>4.1.1 Nombre De La Agencia</b> .....	47
<b>4.1.2 Valores</b> .....	48
<b>4.1.3 Principios</b> .....	48
<b>4.1.4 Análisis De Porter Desde La Perspectiva De 5 Fuerzas</b> .....	48
<b>4.1.5 Misión</b> .....	49
<b>4.1.6 Visión</b> .....	49
<b>4.1.7 Objetivos Generales</b> .....	50
<b>4.1.8 Objetivos Específicos</b> .....	50
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	51
<b>Conclusiones</b> .....	51
<b>Recomendación</b> .....	52
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	54
<b>ANEXOS</b> .....	57

---

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad vivimos llenos de políticas que se encargan de velar por la seguridad de sus habitantes y sus pertenencias, por ende la constitución política dentro de sus leyes proteccionistas ordenan la reglamentación de las empresas nacionales y extranjeras que residan dentro del país, con el fin de que proteger en todas las áreas y a sus empleados de las distintas maneras (salud, trabajo, económica , pensión...); de igual manera es recordar que también en Colombia nos rige de políticas vehiculares que decretan que cada moto o vehículo sin importar con la cantidad de ejes o el tipo de servicio público o privado debe contar con un mínimo de requisitos y un tipo de seguro para poder transitar por carreteras nacionales.

Por tal motivo existen muchas entidades que ofrecen o prestan distintos servicios en el asesoramiento en la compra y venta de seguros de cualquier índole a nivel nacional, mediante las distintas oficinas que podemos encontrar ya sea física o de manera virtual donde de igual manera se puede adquirir cualquier tipo de seguros, sin ningún contratiempo e igualmente son compras eficientes y seguras, aunque existen dos factores que empañan estas transacciones virtuales dentro de la sociedad:

- (1) La falta de conocimientos del manejo correcto de los servicios de internet y las páginas que ofrecen estos servicios.
- (2) La desconfianza de las transacciones electrónicas son las más grandes problemáticas, para que las personas tomen este servicio de manera directa; por tal motivo se dirigen alguna oficina donde prestan este servicio físicamente.

Este trabajo busca la oportunidad dentro de ese mercado en la ciudad de Granada, puesto que son pocas las oficinas las cuales prestan esta actividad, y un amplio mercado que consume

este servicio; según el censo laboral elaborado por la cámara y comercio de Villavicencio desarrollado en el 2016 arrojó un 76,5% de la población cuenta con una actividad laboral ya sea empresa propia o por medio de contrataciones, y es necesario que esa parte de población que presta un servicio laboral, cuente con una asistencia por medio de los aportes suministrados a la seguridad social para poder presentar en las empresa y que está a su vez no cuente con ningún percance o problema con la NO filiación de seguridad social de sus empleados a tiempo. De igual manera se Granada Meta cuenta con una gran influencia vehicular (Vehículos todo tipo y motocicletas) que por normatividad deben contar con el seguro obligatorio SOAT (Fernando & Roa, 2014), que exige, no solamente la secretaria de tránsito y transporte de Granada, sino de igual manera la policía de carreteras inscritas a la secretaria de movilidad del Meta.

Esto nos amplía la demanda, y si lo vemos desde otro punto de vista mucho más competitivo, podemos tomar como posibles y futuros consumidores de nuestro servicio a los habitantes de las ciudades circunvecinas como los son Fuentedeoro, Puerto Lleras, Puerto Rico, San Juan de Arama, Mesetas, Vista Hermosa, Uribe, San Martín de los Llanos que por cercanía a la ciudad de Granada Muchas personas se trasladan en busca de estos servicios por la falta de estos portafolios comerciales en sus ciudades de origen, además somos vistos como la ciudad comercial de la región del Ariari, por ser el epicentro y la ciudad que comunica a todas estas regiones comercialmente y son de rápida comunicación o traslado con la ciudad de Granada, Meta.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La palabra póliza viene del vocablo “Polliceor” del vocablo latino clásico que significa PROMESA, esta actividad se ejecutó por primera vez en Morgan en Susa, Mesopotamia entre los años de 1955 y 1912 A.C. se dice que ya existía algún tipo de socorro mutuo que preveían algún tipo de seguro por accidentalidad laboral con el fin de cubrir eventualidades con sus empleados (“CMSSeguros”,2013).

Con el paso del tiempo se vio en la necesidad de ofrecer esta actividad económica a personas que tengan algo que asegurar por un determinado valor económico; esta idea fue tomada en Francia en alrededor de 1825 cuando se creó “La Automedonte” una sociedad desarrollada con el fin de recolectar dineros por los conductores de coches de caballo, con la finalidad de subsanar los daños y perjuicios que esto ocasionaban dentro de sus actividades diarias. Aquí en adelante nació la actividad de aseguramiento vehicular, el cual tomo fuerza a mediados de 1886 cuando Karl Benz registro la patente de seguros vehiculares en Alemania para su marca automovilística, sin saber qué desarrollo una de las mayores ventas de seguros a futuro a nivel mundial, por el alto índice de accidentalidad y perjuicios que estos ocasionan diariamente en gran parte del mundo según: (CMS Seguros. (Nov, 2017). Antecedentes e historia del seguro de vehículos. abril, 2018, de CMS Seguros Sitio web: <http://www.cmsseguros.es/antecedentes-e-historia-del-seguro-de-vehiculos/>).

En la actualidad enfocándonos a la realidad nacional no ha cambiado en nada el proceso de asegurar objetos o vidas, lo único es que en algunos casos es reglamentarios como lo es el



porte de seguro SOAT para poder transitar o movilizaren dentro de las carreteras nacionalicen algún tipo de automotor sin importar tamaño o tipo vehicular o de motocicletas. De igual manera la seguridad social es un servicio que debe ser cancelado periódicamente según lo ordena la ley 100 de 1993, con el fin de darle cumplimiento a las afiliaciones empresariales a las cuales están obligadas las empresas a tener a cada uno de sus empleados, con el fin de tener asegurado a sus colaboradores en caso de un siniestro evitando de igual manera sanciones económicas por parte de entidades reguladoras del estado.

Como está demostrado es una actividad económica ya muy constantes en cualquier parte del país por orden constitucional, y la ciudad de Granada – Meta, no es la excepción dentro del desarrollo de esta actividad, donde las empresas dedicadas a esta labor prestan el servicio de intermediación momentánea, es decir su labor inicia cuando el cliente llega y termina cuando su cliente sale con su adquisición; creo que esto es un proceso erróneo, ya que el proceso inicia mas nunca debe acabar para ninguno de los casos (compra de SOAT o afiliación o pago de seguridad Social), siempre se debe tener un seguimiento constante, de estar pendiente he informarle al cliente con un tiempo prudente por medio de una llamada o un mensaje de texto que su servicio esta por vencer y así evítale sanciones o contratiempo, es de mostrar que el cliente es importante dentro de la familia de la agencia de seguros.

### **1.1 Preguntas de Investigación**

- ¿la creación de una nueva agencia de comercialización de servicios de seguros en la ciudad de Granada tendrá una buena aceptación en la población meta?
- ¿Qué tan viable puede ser esta investigación de mercado solo en la ciudad de Granada?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivos Generales**

Generar un proceso de investigación que aporten y forjen nuevas expectativas dentro del planteamiento que se está desarrollando, con el fin de aclarar todas las dudas o incógnitas referente a la creación de una nueva agencia de asesoramiento, afiliación y ventas de servicios de seguros, generando aportes significativos al personal laboral y conductores de los distintos tipos de automotores en la ciudad de Granada (Meta).

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las posibles métodos o procesos administrativos que pueden atraer clientes a nuestra agencia de seguros.
  
- Generar procesos de investigación que ofrezca información por parte de la población de Granada.
  
- Identificar las entidades empresariales que se pueda creer que son posibles competencias dentro del sector ubicada en la ciudad de Granada.

### 1.3 Justificación

En la actualidad existen muchas empresas y agencias encargadas en la venta de SOAT en la ciudad de Granada (Meta) de igual manera otras tantas encargadas de afiliar o generar el pago de la seguridad social de forma independiente o empresaria que genera unos grandes beneficios económicos a las empresas aseguradoras de Colombia. A pesar que la ciudad tenga algunas empresas intermediarias en ventas de estos productos como lo son pólizas de seguros y formas de pagos de seguridad social, carecen de sentidos de pertenencia dentro de las actividades desarrolladas, ya que se observa constante mente al cliente como una persona extraña que hace productiva la economía de una empresa por medio de la adquisición de un producto o servicio dentro de un mercado.

A quien no le gustaría como cliente que le mostraran interés, respecto y generaran confianza al momento de sus compras, a todo cliente le gusta esperar que sean sinceros; “la camisa le queda un poquito grande, pero se le ve bien”, es la respuesta que siempre escuchamos al momento de adquirir una prenda por parte de quien nos atiende por el afán de generar una venta sin importar que la camisa sea 2 o 3 tallas más grandes, lo único que están haciendo con estas acciones es perder un cliente que a futuro puede generar mas ventas de las esperadas, con el mejor método dentro del marketing, como lo es el voz a voz, que de igual manera como puede producir grandes dividendos para la empresa, pero también puede producir una carencia en sus ventas futuras por la mala fama producida en su mal servicio prestado a clientes pasados.

Por tal motivo si cambiamos las estrategias de atención al cliente en pro de la mejora continua no importa el tipo de idea de negocio, siempre será rentables aprendemos a escuchar, entender y ser sinceros con nuestros clientes al momento de solicitar una asesoría o generar una compra de nuestros servicios.

### **1.3.2. Relevancia Social, Valor Práctico**

La importancia de esta investigación es buscar nuevas herramientas que sean cuantificables al momento de desarrollarlo una conclusión final, ya que podemos observar dentro del mercado actual un servicio deplorable en materia de buscar una fidelización constante de los clientes en las empresas o agencias encargadas de generar servicios de ventas de SAOT o aportes a entidades de seguridad social en Granada – Meta.

Recordando cómo funcionan las grandes organizaciones que velan por el bienestar de sus funcionarios al estar pendiente de ellos en todas las áreas, social, familiar, económica, de bienestar; cosa que por experiencia propia sé que aquí en la capital del ariari no se vive eso ya sea por la carencia de conocimiento o por que según ellos eso cuenta (económicamente hablando). Es por esta razón que siempre buscamos espacio mediante la comunicación directa con nuestro cliente a fin de mejorar los procesos con el y que sienta que es parte importante de la sociedad, así sea solo con el pago de una planilla de seguridad social o la adquisición de un seguro obligatorio para su vehículo, aprovechando el tiempo de interacción para hacer cómodo a los clientes y tenerlos bien informados con relación a los temas de seguros o la prestación de seguridad social dentro del mercado y la legislación colombiana.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes Y Constitución De La Empresa

La dinámica de la economía actual, exige modelos empresariales un poco mas conscientes de la problemática a la nos enfrentamos dentro de las batallas en los mercados por la supervivencia continua que se lleva a cabo desde el momento que se crea una empresa, siempre a la espera de generar grandes dividendos y sobre salir mucho mas que la competencia; ojala sin generar gastos extras en campañas publicitarias, estudios de mercadeo o capacitación sobre el trato a los clientes, ya que estamos acostumbrados a querer todo como caído del cielo.

Así como el mundo el evoluciona también debemos evolucionar con él, y generar nuevas estrategias que sean mas afectivas al momento de generar ventas, enfocarnos en tener una comunicación constante y directa con los clientes ya que de ellos depende el éxito de cada organización, marca, producto o servicio dentro del mercado. Por tales razones y otras nacen la necesidad de generar una agencia en ventas de seguros Soat, asesoramiento en la venta y pago de servicios de seguridad social con un valor agregado a la necesidad del cliente actual y sus tiempos de espera al momento de adquirir un producto final, siempre contando con el apoyo y supervisión de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, a través de la carrera de Administración de empresa, llevando a cabo la creación de empresas o proyectos productivos, basándose en la responsabilidad social, el liderazgo, las estrategias de mercadeo entre otras, a fin de poder brindar una competitividad dentro del mercado actual y ser líderes empresariales de nuestra región, generando una cultura que aporte un mejor servicio a la sociedad y a la economía actual.

## 2.2 Marco Contextual

En la actualidad las grandes organizaciones en el mundo invierten grandes rubros económicos a fin de generar estudios que muestren el comportamiento social, cultural, psicológico y económico de las regiones y personas con el fin de entender más a fondo el comportamiento de los mercados y sus actores involucrados.

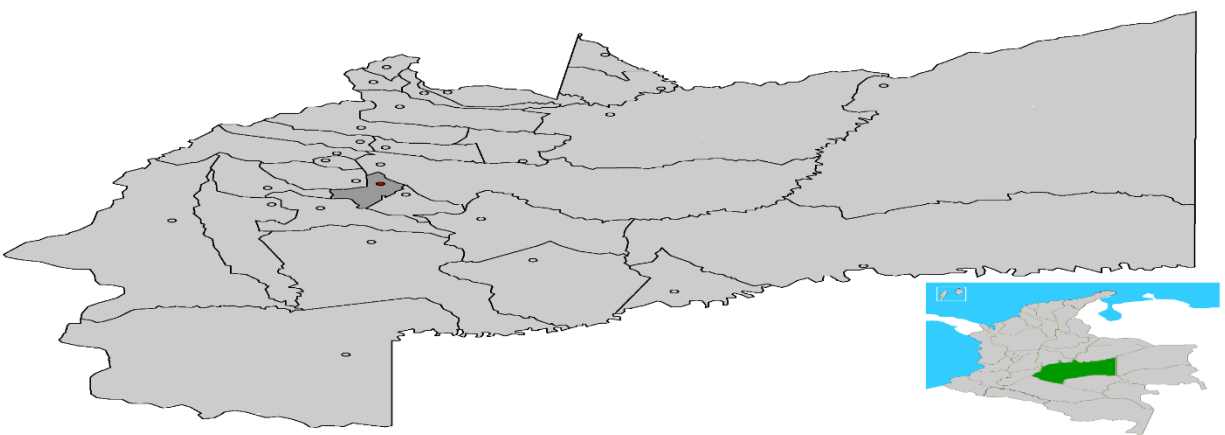
Tomando como parte fundamental para dicho desarrollo al cliente, ya que es quien tiene la última palabra en relación al consumo o compra de un producto o servicio, el cual puede observar la calidad, precio y el ajuste real a sus necesidades a fin de finalizar la compra, por lo cual se debe generar una cultura basada en la honestidad sobre lo que desea el cliente, brindar toda la referencias necesaria ya sean favorable o desfavorable sobre un producto a fin de generar un cliente lleno de expectativas positivas frente a una empresa.

Esta investigación esta enfocada a la creación de una agencia que sirve como intermediario en la adquisición de un producto que les brinde la seguridad de que están protegidos en caso de cualquier eventualidad, generando el conocimiento necesario sobre cada uno de los beneficios y procesos ofertados en nuestro portafolios en cuestión de seguridad vehicular o seguridad social para cada empleado o empresa en general; generando estrategias que permitan recuperar y captar la atención del cliente en la capital del ariari y sus alrededores, de tal manera que tenga un alto nivel de satisfacción desde el primer momento del otorgamiento del servicio a las personas que lo requieran y cancelen por este.

## 2.2.1 Localización Del Municipio

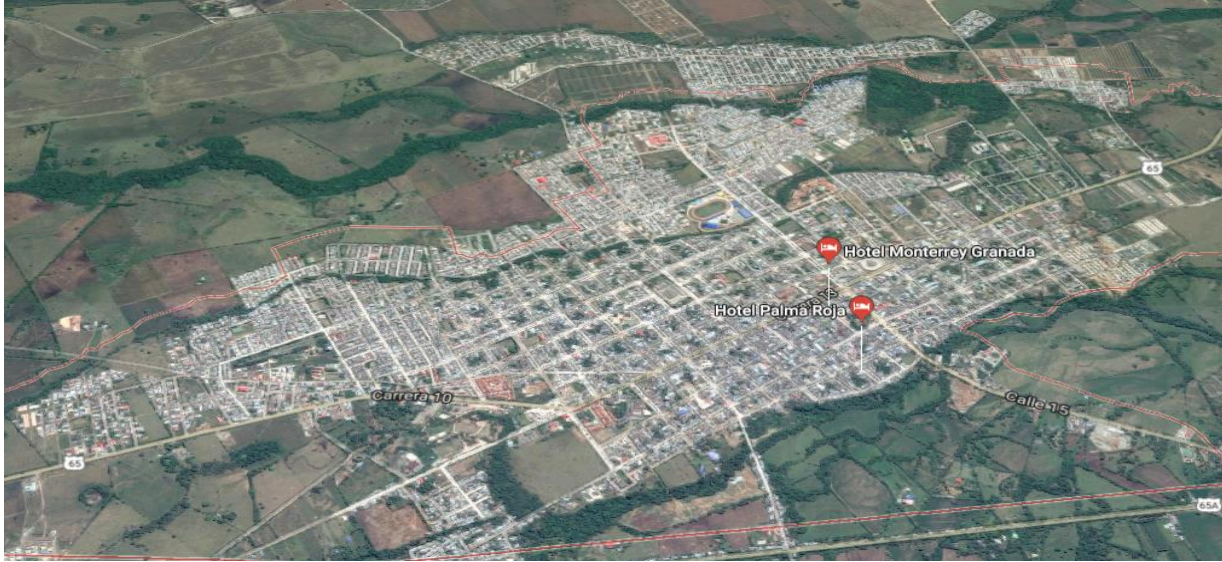
El municipio de Granada se encuentra a 180 kilómetros tomando como punto de partida la capital colombiana Santa fe de Bogotá, conduciéndose por la vía al llano, o de igual manera de encuentra a 80 kilómetros de la capital del Meta (Villavicencio), tomando la vía que conduce al Embrujo Llanero por el occidente de Villavicencio pasando por Acacias en primera estancia denominada la ciudad cordial del Ariari, hasta llegar a Guamal la ciudad de Sumapaz (por que colinda al occidente con el nevado de Sumapaz), después encontramos a la majestuosa y emblemática ciudad de San Martín de los Llanos la tercera ciudad más antigua de Colombia y cuna del folclor llanero y finalmente después llegamos a la capital agrícola del Ariari Granada Meta, en un recorrido que dura aproximadamente 120 minutos con vías totalmente pavimentadas. (Granada (Meta). (2018, 19 de marzo). *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Fecha de consulta: 18:06, abril 20, 2018 desde [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Granada\\_\(Meta\)&oldid=106347916](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Granada_(Meta)&oldid=106347916).)

*Figura 1:* Imagen de la ubicación de Granada dentro del departamento del Meta



Tomado: alcaldía de granada - meta, <https://goo.gl/images/rGcfB1>, Fecha de consulta el 20 de abril de 2018

Figura 2: imagen satelital de la ciudad de Granada - Meta



Tomado: <https://www.google.com.co/maps/place/Granada,+Meta/@3.5448298,-73.7403012,6305m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3de3a5f246a56f:0x2847cd456408b868!8m2!3d3.544831!4d-73.705281>, Fecha de consulta 20 de abril de 2018.

### 2.2.2 Contexto Empresarial

La agencia de seguros “SEGUR-ARIARI” es una empresa dedicada a la venta de pólizas de Seguros Obligatorios de Accidentes de Tránsito (SOAT) para autos y vehículos como intermediario de la empresa de Seguros del Estado S.A. y de igual manera la venta de otros servicios en contratación de pólizas que oferta la empresa con la cual se generara el contrato para ofertar el servicio.

Al igual se realizarán afiliaciones y pagos de servicios de seguridad social a personas independientes o empresas que necesiten generar dichos pagos, los cuales se realizarán por medios de algunas de los medios establecidos actualmente como, por ejemplo: [aportesonlinea.com](http://aportesonlinea.com) y entregándole el soporte de pago a la persona quien contrata el servicio.



## 2.3 Marco Teórico

Como primera parte para el desarrollo investigativo se toma la experiencia aportada dentro de las distintas áreas aprendidas que se genera dentro de las aulas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN con sede en Granada – Meta, de igual manera las experiencias tomada de primera mano de algunas personas que hicieron parte esencial en la elaboración de este proyecto dentro de los testimonios recolectados, con el fin de conocer cada uno de los procesos, beneficios y cualidades que esta actividad necesita para que se lleve a cabo satisfactoriamente al momento de iniciar la ejecución del proyecto empresarial.

De igual manera se tomó como soporte la Ley 100 de 1993 la cual regula el sistema de salud en Colombia, de igual manera genera las pautas necesarias para generar los pagos establecidos mediante esta ley para el sistema de seguridad social dentro de las empresas en prode brindad una seguridad a sus colaboradores. La ley 769 de 2002 la cual establece algunas normativas con el fin de generar una mejor cultura vial en las carreteras nacionales, dentro de este se encuentra el artículo 42 el cual obliga a los conductores a portar y tener en vigencias el seguro obligatorio a los conductores; de igual manera ley 45 de 1990 en la que se regula la actividad aseguradora, se conducen unas facultades y dictan otras disposiciones, que aporten un mejor proceso en los sistemas de seguridad vial en Colombia.

### **2.3.2 Estudio De Mercado, Características**

#### **Estudio De Mercado**

La ciudad de Granada en el departamento del Meta al igual que el resto de Colombia se encuentra regida por leyes y normatividades que rigen algunos comportamientos, compromisos y obligaciones de lo ciudadanos, por tal motivo existen políticas de seguridad vial que obligan a dueños de automotores (vehículos o motos) o a sus conductores a tener cierta documentación con el fin de poder transitar por las vías nacionales sin ningún inconveniente, uno de estos requisitos es la póliza de seguro SOAT, la cual brinda un servicio de salud o remanecían económica en caso de un deceso en alguno de los afectados.

Al igual que el SOAT, también existe leyes que regulan el sistema de seguridad social en Colombia, en busca de generar un medio de protección a los empleados frente a los siniestros ocasionados dentro de su labor diaria en sus puestos de trabajo o en actividades relacionadas con el trabajo que desempeña, este pago aparte de que brinda a los empleados en cuestiones de seguridad hospitalaria, pensional, incapacidades entre otros. También evita sanciones económicas o disciplinarias por parte del estado a las empresas que incumplan con el pago oportuno al Sistema de Seguridad Social.

Estas dos características generan la necesidad de crear empresas dedicadas a prestar estos servicios a la comunidad en general, como un apoyo de fácil acceso en los pagos de los sistemas de seguridad nacional evitando el traslado a ciudades capitales como era desarrollado anteriormente cuando no se tenía el usos de las TIC´S como una herramienta de usos general; a

pesar que en la actualidad existen empresas ya establecidas algún tiempo atrás, lo cual les ha dado un cierto grado de confianza frente al consumo de sus productos en la región por su trayectoria y años de experiencia dentro del mercado.

### **Características**

- Generar estrategias que aporten una solución esperada dentro del comportamiento del consumidor de nuestros servicios o productos.
- Estudiar la viabilidad de la creación de una nueva agencia intermediaria en la venta de SOAT y pagos de seguridad social en Granada – Meta.
- Verificar cuál de los dos productos ofertados tiene un mayor consumo en dicha población en la actualidad.
- Analizar las diferentes estrategias de mercadeo que tienen las empresas catalogadas como competencia a la hora de fidelizar a sus clientes.

### **2.3.3 Proceso De Diseño Y Ejecución De Un Estudio De Mercado**

#### **Proceso De Diseño**

Primero hay que definir el mercado a generar un estudio meta, y sus posibles clientes potenciales dentro de la compra de este servicio de seguridad, se genera una clasificación por sectores entre los posibles compradores de SOAT, pago de seguridad social o personas que requieran de ambos. Con el fin de definir quiénes podrían ser los posibles clientes y que productos son sus necesidades, conocer sus expectativas y experiencias al momento de adquirir este servicio en atrás empresas y conocer así sus gustos que aporten técnicas en la prestación de servicio y el trato con los clientes a fin de poder tener claro nuestros objetivos empresariales frente a la competencia actual.

## **Ejecución De Un Estudio De Mercado**

Una vez reconociendo y teniendo en cuenta el tema a investigar, definiéndolo y generando un sistema de recopilación de información sobre el producto, competencias, cliente y público se deberá generar una interpretación a la información recopilada durante el proceso a fin de poder generar una variedad de soluciones sobre el servicios prestado y las necesidades encontradas durante la investigación y poder generar un propuesta que brinde una solución eficiente frente a la expectativa a la creación de una nueva empresa dedicada a la prestación del servicio de venta de SOAT y pago de seguridad social y parafiscales de los empleados de la región del Ariari.

### **2.3.3 Requisitos Materiales Y Equipos**

El requisito primordial para el desarrollo de este proyecto es el conocimiento general del funcionamiento de los servicios de seguridad social y soat en Colombia, además el uso adecuado y correcto de las distintas plataformas para desarrollar los pagos correspondientes según categorías o requerimientos adquiridos por el cliente al momento de tomar los servicios.

Los materiales requeridos para la creación de la empresa están especificados en la tabla 13 y 14, donde se muestran los requerimientos específicos tecnológicos y materiales con el fin de no contar con algún tipo de inconveniente técnico o humano durante la prestación de nuestro servicio.

### 2.3.4 Modelo De Ventas

Al ser un servicio directo entre cliente y proveedor se tomará como modelo de ventas la formula “NBC” en donde se conoce la Necesidad a partir de buscar un Beneficio con las Características deseadas por el cliente, de igual manera se utilizará el modelo NKANO con el fin de poder realizar una medición de satisfacción de nuestros clientes a raíz de nuestro servicio, producto y atención prestada durante el proceso de la venta a realizar.

## 3. METODOLOGÍA

### 3.1 Población Y Muestra

Para esta investigación se realizó la segmentación de mercado por situación demográfica, geografía, psicográfica y conductuales.

#### Demográfica

- **Género:** Masculino y femenino.
- **Edad:** Todo mayor 18 años.
- **Nivel Socio económico:** no cuenta con discriminación socio económica ya que todo empleado debe contar con una afiliación a una EPS y de igual manera todo dueño de vehículo sin importar su nivel socio económico debe contar con el SOAT.

#### Geografía

Ciudad de GRANADA – META, con posibilidad de venta sin necesidad de realizar algún desplazamiento a otras ciudades alrededor de Granada o más conocido como la región del Ariari Medio.

## **Psicográfica**

La región del Ariari es una región agrícola 100%, ya que su economía se basa en estas tres actividades como lo es, en primera estancia la producción agropecuaria de los cultivos de arroz de riego y de secano, maíz tecnificado, plátano, palma africana, cacao, yuca, caña panelera, papaya, cítricos y maracuyá; en segundo orden la ganadería tradicional y pastoreo; En tercer orden, el turismo, la piscicultura de peces de consumo y ornamentales y finalmente la explotación a cielo abierto. Ya que la ciudad de Granada se considera como un epicentro para la comercialización de compra y venta de los productos producidos en el sector como lo demuestra (“Secretaria de Planeación, Granada – Meta”, 2018) por tal motivo existe una gran cantidad de empresas y microempresas legalmente constituidas que se acogen a la ley, lo cual deben de tener sus empleados inscritos a un régimen de salud y pensión prepagado.

De igual manera a nivel nacional existen leyes con el fin de velar por la seguridad de los dueños de automotores que transitan por las calles nacionales; y Granada cuenta con su secretaria de tránsito y transporte propia, por lo cual están los conductores en constante control en el porte de los documentos legales dentro y fuera de la ciudad, y si le agregamos que por cada 6 habitantes existe un vehículo en la ciudad de granada.

## **Conductuales**

Como es bien sabido la ley obliga a los empleadores a tener a sus empleados protegidos mes a mes con el pago oportuno de sus aportes a la seguridad social y parafiscales siempre y cuando se encuentren laborando activamente, esta afiliación la podrá realizar el empleador

directamente o el empleado según como lo especifique su contrato con el fin de velar por la seguridad y la salud de sus colaboradores durante su función.

Al contrario de la seguridad social que paga todo trabajador, el SOAT o cualquier tipo de póliza de seguros vehicular se debe realizar con un único pago anualmente por cualquier tipo de vehículo (Motocicleta, vehículos sin importar cilindraje).

La ciudad de Granada cuenta actualmente con una cantidad de 85.000 habitantes en su población total, según la página oficial de la alcaldía municipal de Granada (Meta), y según la registraduría nacional del estado civil solo el 52,16% de sus habitantes son actos para votar es decir que 44.337 de los habitantes actuales son mayores de edad según: (Registraduría. (2018). 616.958 ciudadanos están habilitados en meta para votar en elección de presidente y vicepresidente de la república el Fecha de consulta 25 de mayo. abril, 2018, de registraduría nacional sitio web: (<https://wsr.registraduria.gov.co/616-958-ciudadanos-estan.html>).

*Figura 3:* Fórmula matemática del universo Infinito  $n < 100.000$

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

Por lo tanto, podemos decir que  $n < 100.00$  la fórmula para obtener el número de personas a encuestar es del universo infinito. En la **Tabla 1** se presenta las distintas informaciones a calcular.

### Tabla 1

*Elementos analizar de la población*

<b>n</b> = Muestra	<b>n</b> =?
<b>N</b> = Población Muestra	<b>N</b> = 44.337
<b>z</b> = Nivel de Confianza	<b>z</b> = 90%
<b>p</b> = Probabilidad a Favor	<b>p</b> = 50%
<b>q</b> = Probabilidad En Contra	<b>q</b> = 1- p
<b>e</b> = Error de Muestra	<b>e</b> = 5%

#### 3.1.1 Tamaño de la Muestra

Este tamaño de criterio presenta un nivel de confianza del 90% junto con una margen de error del 5%.

*Figura4:* Fórmula matemática del universo Infinito  $n < 100.000$ , de la información a calcular

$$n = \frac{(1,645)^2 (0,5) (0,5) (44.337)}{0,05^2 (44.336) + 1,645^2 (0,5) (0,5)}$$

### Tabla 2

*Conclusión de los Elementos analizados de la población*

DATOS	
N	44.337
Z	1,645
p	0,5
q	0,5
e	0,05
n	270

Con el fin de determinar el éxito

de la realización de la encuesta se deberá



aplicar a 271 habitantes del municipio de Granada, con el fin de que los resultados sean confiables se distribuirán equitativamente (54 encuestas) entre cinco sectores de la ciudad Centro, oriente, occidente, norte y sur.

### **3.2 Tipo De Investigación Y Enfoque**

La metodología de la investigación de mercado a utilizar en este proceso será la “INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA”, ya que es la que cumple con el enfoque de observación y descripción un comportamiento dentro del mercado, que es lo que busca para el desarrollar una investigación en la inclusión a un nuevo mercado como lo es, el asesoramiento y venta de pólizas de seguros obligatorios vehiculares y la afiliación o pagos en las distintas plataformas de seguridad social y de aportes parafiscales ya sea de manera individual o como empresa.

Siempre respetando los siete elementos de la metodología de investigación de mercado si lo amerita la indagación que se está desarrollando (Jáuregui Alejandro. (2001, noviembre 18). 7 elementos de metodología de investigación de mercados. Fecha de consulta

(<https://www.gestiopolis.com/7-elementos-metodologia-investigacion-mercados/>); los 7 elementos son:

1. Aceptación de datos
2. Muestreo
3. Experimentación
4. Análisis del comportamiento del consumidor
5. Análisis de regresión
6. Predicción o informe
7. Simulación

### 3.3 Recolección De Datos

Con el fin de obtener información que sea fiable y que aporte datos que sean aprovechados con el fin de sacar una mejor conclusión final, se opta por desarrollar tres tipos de herramientas de recolección que sea cuantitativas y cualitativas, entre esos se tomaron como base para su diseño LA ENCUESTA, LA OBSERVACION DIRECTA Y ENTREVISTA.

**3.3.1 La Encuesta:** es una herramienta con unas preguntas sencillas y simples de comprender con la finalidad de que las personas encuestadas se sientan confiadas y seguras con las preguntas, que puedan de igual manera responder de la forma más sinceras posible; la encuesta constara de síes (6) preguntas con respuestas múltiples, se utiliza un formato simple y lo más claro y sencilla que se pueda redactar a fin de que ocupe poco tiempo del encuestando y de igual manera no se niegue cuando se le proponga realizar dicha actividad.

**3.3.2 La Observación Directa:** es la mejor herramienta, ya que se puede observar de primera mano la ubicación, el tamaño de oficinas, tipos de procesos a los cuales se dedica directamente y cantidad de personal que prestan dichos servicios; esta información nos brinda la una mejor visión de las competencias y como aprender de ellas.

**3.3.3 La Entrevista:** es una herramienta que nos sirve para aprender de directamente de nuestros futuros clientes sobre los comportamientos en el servicio al cliente, precios, calidad de servicio, tiempos de servicio... relatos de acciones que nos pueden aportar conocimiento sobre la psicología de los consumidores en Granada (Meta) y parte de la región del Ariari.

### 3.4 Trabajo De Campo

#### 3.4.1 Primer Trabajo De Campo (Recolección De Información)

Figura 5: Anexos fotográfico de la Encuesta realizada

**ENCUESTA**

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre y apellidos: \_\_\_\_\_

Cel: \_\_\_\_\_

Sexo: H \_\_\_ M \_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

**1. ¿Actualmente se encuentra laborando?**  
SI  NO

**2. ¿Paga algún tipo de Póliza laboral o vehicular?**  
SI  NO

**3. ¿Qué tipo de póliza paga?**  
Planilla Seguridad Social  SOAT  Otro; Cual: \_\_\_\_\_

**4. ¿Cuál es el valor a pagar normalmente por el servicio?**  
\$ \_\_\_\_\_

**5. ¿Cuál es el tiempo de espera durante el servicio?**  
\_\_\_\_\_

**6. ¿Tienen un lugar específico donde realiza la compra de la póliza?**  
SI  NO

#### 3.4.2 Tabulación De Los Resultados 270 Encuestas

Se genera la tabulación de las 270 encuestas realizadas en la ciudad de granada, con el fin de entender de manera más detallada la información que se desea analizar y poder tener conclusiones precisas al momento de ingresar al mercado de la venta de pólizas vehiculares y afiliaciones a las entidades de seguridad social.

**Tabla 3***Resultados de las encuestas realizadas aleatoriamente en la ciudad de Granada – Meta.*

<b>1) ¿Actualmente Se Encuentra Laborando?</b>	
Si	226
No	44
<b>2) ¿Paga Algún Tipo De Póliza Laboral O Vehicular?</b>	
Si	201
No	69
<b>3) ¿Qué Tipo De Póliza Paga?</b>	
Planilla De Seguridad Social	64
Soat	128
Otra	9
Sin Respuesta	96
<b>4) ¿Cual Es El Valor A Pagar Normal Mente Por El Servicio?</b>	
\$12000 - \$74000	29
\$380000 - \$385000	80
\$420000 - \$485000	66
\$516000 - \$546000	24
\$67.600	2
Sin Respuesta	96
<b>5) ¿Cuál Es El Tiempo De Espera Durante El Servicio?</b>	
5 - 10 Minutos	66
15 - 20 Minutos	79
30 minutos	9
Inmediato	47
Sin Respuesta	69
<b>6) ¿Tiene Algún Lugar Específico Donde Realizar La Compra De La Póliza?</b>	
Si	75
No	159
Sin Respuesta	36

Figura 6: Anexos fotográfico de la realización de las encuestas



### 3.4.3 Segundo Trabajo De Campo (Recolección De Información)

#### La Observación Directa

Figura 7: Anexos fotográfico de la Observación realizada de las distintas oficinas presentas en la ciudad de Granada (Meta)

Calle 14 # 13-4



Carrera 13 # 14-34



Calle 14 # 12-07



Calle 14 #12-09



Por seguridad no se fue posible tomar fotos de las estaciones de servicios, las cuales son 4 ubicadas frente al cementerio central de Granada, estación de servicio la Aurora a la entrada de Granada, la estación de servicio la macarena la cual está ubicada en la carrera 15 # 14 esquina enseguida de flota la macarena y la última está ubicada vía san juan de Arama a 5 minutos del casco urbano de Granada.

### **3.4.4 Tercer Trabajo De Campo (Recolección De Información).**

#### **La Entrevista**

Dentro de esta actividad de trabajo de campo fue seleccionada la entrevista por se una manera de interactuar directamente con los entrevistados y conocer de primera mano sus sentimientos, expresiones o disgustos frente alguna respuesta; por lo cual se genera una “Entrevista Semiestructurada” como método de esta investigación con el fin de formular preguntas previamente diseñadas pero con el fin de poder profundizar sobre alguna pregunta o tema en especial o generando nuevos interrogantes dentro del proceso con el entrevistado.

Para realizar dicha entrevista se debe tomar a consideración 3 ítems de importancia como son Antes, Durante Y Después de realizar la entrevista como lo sugieren en (Peláez, Alicia; Rodríguez, Jorge; Ramírez, Samantha; Pérez, Laura; Vázquez, Ana; González, Laura. (s.f.). Entrevista. Fecha de consulta: abril, 2018, de Universidad Autónoma de Madrid Sitio web: [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/Entrevista\\_trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf)).



Figura 8: Anexos fotográfico de la entrevista realizada

### Entrevista

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre y apellidos: \_\_\_\_\_

Cel: \_\_\_\_\_

Sexo: H\_\_\_ M\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

1. ¿Actualmente se encuentra trabajando? (si la respuesta es sí ¿en qué y en qué ciudad?)
2. ¿Para algún tipo de pago en seguridad social dentro de la empresa donde actualmente labora?
3. ¿Cuál es el valor que realiza mensualmente?
4. ¿Tiene algún tipo de vehículo?
5. ¿con que tipo cuenta vehículo tiene?
6. ¿Cuánto paga por el SOAT?
7. ¿Tiene algún punto específico donde realiza estos pagos?
8. ¿Cuánto le cobran allí por realizar este pago?
9. ¿Qué tal es la atención al cliente?
10. ¿Recomendaría el sitio donde realiza estas compras?
11. ¿Compraría en un nuevo sitio?

### 3.4.5 Análisis De La Investigación De Los Datos Primarios

**Encuestas:** Como se pudo observar en “Tabla 3, Resultados de las encuestas realizadas aleatoriamente en la ciudad de Granada – Meta”, se realizaron 6 preguntas muy precisas que nos muestra información precisa sobre la investigación deseada, las cuales podemos analizar que la idea de negocio es viable si lo vemos desde este punto de vista, ya que 68% de las personas encuestadas pagan algún tipo de servicios en seguridad social o SOAT, y con un alto índice de

79,5% personas de las cuales pagan dicho servicio no cuenta con un lugar específico por razones diferentes.

**Observación Directa:** la observación este tipo de investigación lo realizamos con el fin de conocer de primera mano las distintas oficinas que venden o realizan afiliaciones algunas entidad de seguros, y cada uno de los detalles a profundidad como lo es tamaño, ubicación, precios, horarios, números telefónicos, valor agregado a sus clientes, ofertas o descuentos tipos de actividades económicas extras y que ofrecen realiza dentro de los mismo sitios por ejemplo cursos de conducción, estaciones de gasolina, asesoramientos jurídicos entre otros. Lo cual no lleva a realizar un mejor análisis económico de cada uno de nuestros futuros competidores comerciales.

**Entrevista:** al igual que la “encuestas” esta genera una interacción directa con los posibles consumidores en la ciudad de Granada; para la entrevista se realizó un cuestionario de 11 preguntas de fácil comprensión, con la meta de poder sacar las mejores conclusiones finales de cada uno de los entrevistados, un factor determinante dentro de nuestro registro auditivo podemos observar que las personas siempre están interesadas en algún tipo de beneficio dentro de las compras, costos más bajos, mejor atención, mejor asequibilidad a los productos, honestidad, asesoramiento, ayuda en procesos que generen problemas al cliente entre otros.

### 3.4.6 Conclusiones De La Investigación De Los Datos Primeros

La recolección de datos fue una actividad que obtuvo un gran alcance del cual se pensó inicialmente, solo se especuló como una manera informativa que nos serviría para saber si era o no era viable la idea de negocio y conocer un poco a fondo las empresas o agencias que se dedican a la misma actividad económica como lo es la venta de SOAT, afiliación y pagos de seguridad social o parafiscales en la ciudad de Granada.

Las personas no tienen una cultura estable en la compra de servicios de protección de vida, familiar o vehicular, además no lo sienten como algo que se debe realizar por seguridad o convicción, las personas lo ven como un gasto innecesario pero obligatorio por su trabajo que les exigen el aporte de seguridad social o para la utilización de sus automotores, y no tener inconveniente alguno con las autoridades de tránsito durante su movilización por las carreteras nacional.

Otro de los análisis encontrados en durante el proceso, es que dichos lugares donde se comercializan estos servicios se debe ir personalmente y esperar turnos extensivos mientras culminan el proceso de ya sea de afiliación o de pago de algún servicio, lo cual no dio la idea de abrir otros campos de acción mediante las tecnologías existentes, solo tendrían que venir una vez directamente a la oficina y realizar el proceso, como tendríamos la información necesaria dentro de la base de datos a futuro no es necesario estar la persona directamente, solo debe realizar el pago en sucursales bancarias de Bancolombia o en oficinas chanceras de con suerte y al culminar

el proceso de le llamara con el fin de recoger la documentación pertinente y no tener a los clientes en salas de espera.

Lo cual nos quiere decir que es una actividad económica muy viable, siempre y cuando se generen estrategias de fidelización de clientes y la búsqueda de alguna empresa que se le pueda prestar el servicio de pago de seguridad social dentro o fuera del municipio de Granada Meta

### **3.4.7 Estrategias De Precios**

Los precios dentro de la prestación de servicio de la agencia de seguros, son establecidos mediante leyes o decretos que vea necesario el Ministerio de Transporte; y que por medio de la Superintendencia Financiera de Colombia de acuerdo al aumento del salario mínimo legal vigente, de acuerdo a la categoría vehicular estos se establecen siempre antes del 30 de enero de cada año, el cual se genera un pago único de manera anual. (Superintendencia Financiera de Colombia. (s.f.). ABC del SOAT. Fecha de consulta: Abril de 2018, de Superintendencia Financiera de Colombia Sitio web: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/10096084/dPrint/1/c/00>)

Figura 9: Anexos fotografía tarifas del SOAT 2018

### Tarifas SOAT 2018

TARIFA	CLASE DE VEHICULO	PRIMA	CONTRIBUCION	TASA RUNT	TOTAL A PAGAR
<b>Motos</b>					
110	Menos de 100 C.C	223.956	111.978	1.800	<b>337.734</b>
120	De 100 a 200 C.C	300.778	150.389	1.800	<b>452.967</b>
130	Mas de 200 C.C	339.319	169.660	1.800	<b>510.779</b>
140	Motocarro	339.319	169.660	1.800	<b>510.779</b>
<b>Camperos y Camionetas de 0-9 años</b>					
212	Menos de 1.500 C.C	353.382	176.691	1.800	<b>531.873</b>
222	De 1.500 a 2.500 C.C	422.131	211.066	1.800	<b>634.997</b>
232	Mas de 2.500 C.C	495.307	247.654	1.800	<b>744.761</b>
<b>Camperos y Camionetas de 10 ó más años</b>					
212	Menos de 1.500 C.C	424.996	212.498	1.800	<b>639.293</b>
222	De 1.500 a 2.500 C.C	500.255	250.128	1.800	<b>752.183</b>
232	Mas de 2.500 C.C	568.484	284.242	1.800	<b>854.526</b>
<b>Autos Familiares de 0-9 años</b>					
511	Menos de 1.500 C.C	198.956	99.478	1.800	<b>300.234</b>
521	De 1.500 a 2.500 C.C	242.445	121.223	1.800	<b>365.468</b>
531	Mas de 2.500 C.C	283.330	141.665	1.800	<b>426.796</b>
<b>Autos Familiares de 10 ó más años</b>					
512	Menos de 1.500 C.C	264.060	132.030	1.800	<b>397.890</b>
522	De 1.500 a 2.500 C.C	301.820	150.910	1.800	<b>454.530</b>
532	Mas de 2.500 C.C	336.194	168.097	1.800	<b>506.092</b>

Nota: tomado de la página web <http://fondofamym.blogspot.com.co/2018/01/tarifas-soat-2018.html>

Al igual que el SOAT el pago de seguridad social y de parafiscales son pagos que se realizan mediante normatividad o leyes ya establecidas anteriormente por la Ley 100 de 1993, con porcentajes (%) establecidas que se genera a partir del salario que devenga cualquier empleado, pero teniendo en cuenta que la base mínima sobre el pago de estos servicios se realiza sobre el salario mínimo legal vigente, de manera mensual con las tasas fijas mientras no varíe el sueldo del empleado (Cliente).

Figura 10: Anexos fotografía de los porcentajes de los costos no salariales

Costos laborales no salariales	
Pensión	16%
<i>Empleador</i>	12%
<i>Empleado</i>	4%
Salud	12,50%
<i>Empleador</i>	8,50%
<i>Empleado</i>	4%
Cesantías (un salario + intereses 1% mensual)	8,33%
Vacaciones remuneradas (quince días al año)	4,20%
Prima de servicios (medio salario por semestre)	4,20%
Contribuciones parafiscales	9%
<i>Sena</i>	2%
<i>ICBF</i>	3%
<i>Cajas de compensación</i>	4%
Riesgos profesionales	0,348-8,7%

Nota: tomado de la página

[webhttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-70272013000100006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-70272013000100006)

Es de anotar que las empresas vendedoras de pólizas de seguros genera una ganancias por porcentaje sobre la venta, aunque existen otras que pagan sueldos básicos mensuales, pero estas empresas pagan solamente a las agencias que tienen una constancia y una duración mínima trabajando con ellos; de igual manera es de recordar que las afiliaciones a seguridad social y los pagos de parafiscales no generan ganancia alguna, solo el valor agregado que cobren las empresas respecto a la realización de esta actividad. (gana dinero desde tu sofá. (s.f.). ¿Realmente Cuánto Gana Un Agente De Seguros? Fecha de consulta: abril 2018, de gana dinero desde tu sofá Sitio web: <https://ganadinerodesdetusofa.com/realmente-cunto-gana-un-agente-de-seguros>)

### 3.4.8 Estrategia De Producto

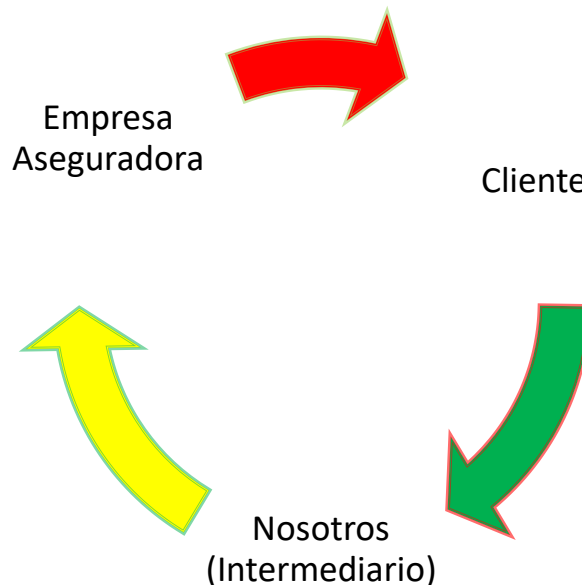
El portafolio brindado por la agencia de asesoramiento en compra, afiliación y pago de servicios de seguridad social “SEGUR-ARIARI” no cuenta con un producto propio, por lo cual quiere decir que cada uno de los servicios prestados cuentan con planes estratégicos ya establecidos, llámense empresas de venta de Seguros Obligatorios de accidentes de Tránsito (SOAT) o empresas afiliadoras de seguridad social (EPS, fondos de pensión y cesantías, ARL...), cada cliente cuenta con un servicio exclusivo dentro de este último servicio de prestación social que no puede ser modificable o transferible a otras entidades sin un debido proceso que el cliente debe realizar de forma independiente y personal directamente con la entidad que desee realizar dicho cambio puede ser por ejemplo EPS, fondo de pensión o de cesantías, ARL, caja de compensación familiar.

A comparación en que el cliente tiene la oportunidad de escoger su empresa aseguradora o agencias de seguros obligatorio SOAT de preferencia, el cual él tiene libre autonomía de adquirir el servicio con la entidad que más le guste o le convenga a sus necesidades al momento de adquirir la póliza de seguro vehicular, de igual manera no existe cláusulas de permanencia donde el cliente deba continuar realizando la compra continua a una sola empresa prestadora de servicios de SOAT, lo único que debe realizar una vez comprado es el vencimiento de este y puede adquirir este mismo servicio con otra empresa dedicada a la prestación de servicios de Seguros Obligatorios de accidentes de Tránsito – SOAT en Colombia en las distintas modalidades.

### 3.4.9 Estrategia De Distribución

Por ser una agencia que presta los servicios de pagos, venta y asesoramiento en seguridad es de aclarar que como una empresa intermediaria, la cual realizamos pagos o vinculación a sistemas de seguridad social o vehicular por la necesidad del cliente a una de las distintas empresas que preste el servicio deseado; por lo cual existe una relación entre cliente – agencia asesoramiento – Empresa aseguradora, generando finalmente el servicio al cliente con consumidor final; lo cual nos convierte en un proceso de distribución indirecta frente al producto final, pero por clasificación de servicio sería una distribución directa ya que el cliente debe realizar algún tipo de contacto directo con el fin de adquirir el servicio.

*Figura 11: Proceso de distribución*





### **3.4.9 Estrategia De Comunicación**

En la actualidad existen muchos medios para realizar una excelente estrategia de comunicación una de ellas es el marketing digital, con medios masivos de comunicación como redes sociales, las cuales son fáciles de acceder y de forma gratuita como lo son Facebook con sus fanpage es la red social con más usuario, facilitando el proceso los usuarios están divididos por regiones o ciudades, se puede realizar publicaciones para sectores específicos, de igual manera existe Instagram que funciona de igual manera que la fanpage de Facebook, también existe medios directos como lo es WhatsApp donde se puede interactuar directamente con los clientes o personas interesadas de los servicios. (Aguar, Adriana. (s.f.). Cómo crear y administrar una Fanpage: ¡la guía definitiva con consejos y fotos! Fecha de consulta: abril, 2018, de marketing de contenido Sitio web: <https://marketingdecontenidos.com/fanpage-en-facebook/>)

### **3.4.10 Estrategias De Promoción**

Al ser un servicio con precios fijos, no se puede generar estrategias de promoción con los precios, pero si se puede brindar la mejor atención al cliente durante su proceso de espera, de igual manera se genera la modalidad de servicio por medios telefónicos, es decir el cliente solo debe ir una vez con el fin de tomar los datos personales y que sean guardados en el sistema de información en la agencia con la finalidad de que el cliente no tengan que volver a esperar por un servicio.

La idea inicial es que el cliente realice el pago ya sea por medio PAC bancarios, casas chanceras mediante giros (pagos) u otras entidades que brinden este servicio, una vez verificado el pago se procede a realizar el proceso de transacción, afiliación o compra de algún servicio, y una vez culminado el proceso se procede a llamar al cliente con el fin de entregarle la documentación de la efectuación del proceso, sin necesidad de que el cliente tenga que esperar por largos tiempos de esperas.

### **3.4.11 Estrategias De Servicios**

La estrategia de servicio nos genera una visión clara de cómo debemos comportarnos frente a nuestros clientes, se deben generar propuestas claras y confiables ya que se estar trabajando con recursos económicos de los clientes y este procesos por naturaleza genera desconfianza, de igual manera la propuesta descrita en la comunicación y promoción sobre la utilización de otros medios de comunicación como redes de Facebook y WhatsApp con el fin de generar una estrategia de confianza donde por medio de nuestro compromiso y la honestidad que nos caracteriza.

El aprovechamiento de los tempos libres es fundamental para las personas, ya que el tiempo que dura estas actividades en proceso pueden ser aprovechadas por nuestros clientes de tantas otras maneras por ejemplo ¿a quién le gusta realizar filas en temporadas de pagos de recibos en una entidad bancaria? ¿Cuánto es el tiempo que puede durar dentro de una fila? Esa sería la estrategia de servicio que fortalecería constantemente con el fin de buscar nuevos clientes, esto sirva también como una estrategia promoción como lo es la voz a voz; de igual manera no podemos dejar de lado el servicio al cliente, “ponernos en los zapatos del cliente” otra de las metas propuestas

dentro de nuestra estrategia de servicios, que nos permita cumplir con nuestras políticas y metas trazadas, en busca de mejorar el servicio constantemente y crecer organizacionalmente.

### 3.4.12 Proyección De Ventas

Para esta proyección inicialmente se ejecutará por meses (Julio 2018 al Julio 2019) para el primer año con un aumento mensual del 10%, y a partir de este se realizará durante los primeros 5 años con un aumento del 8%, con la expectativa sobre las ventas totales sobre el valor de los servicios ofertados y vendidos, como en servicios de afiliaciones o pagos a seguridad social y venta de seguros vehiculares.

**Tabla 4**

<b>SEGUNDO SEMESTRE 2018</b>					
<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEPT</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
\$2'886.200	\$3'174.820	\$3'492.302	\$3'841.532	\$4'225.685	\$4'648.254

*Proyección del segundo semestre del 2018.*

*Nota: se inicia con \$2'886.200, hace referencia a la venta de 5 SOAT de motos de mas de 100 cc y de 5 vínculos tipos campero*

**Tabla 5**

<b>PRIMER SEMESTRE 2019</b>					
<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>
\$5'113.079	\$5'624.387	\$6'186.826	\$6'805.509	\$7'486.059	\$8'234.665

*Proyección del primer semestre del 2019.*

**Tabla 6**

<b>PRIMER SEMESTRE 2019</b>				
<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
\$61'719.320	\$66'656.865	\$71'989.415	\$77'748.568	\$83'968.453

*Proyección de los primeros 5 años, con un aumento anual del 8%.*

**Tabla 7**

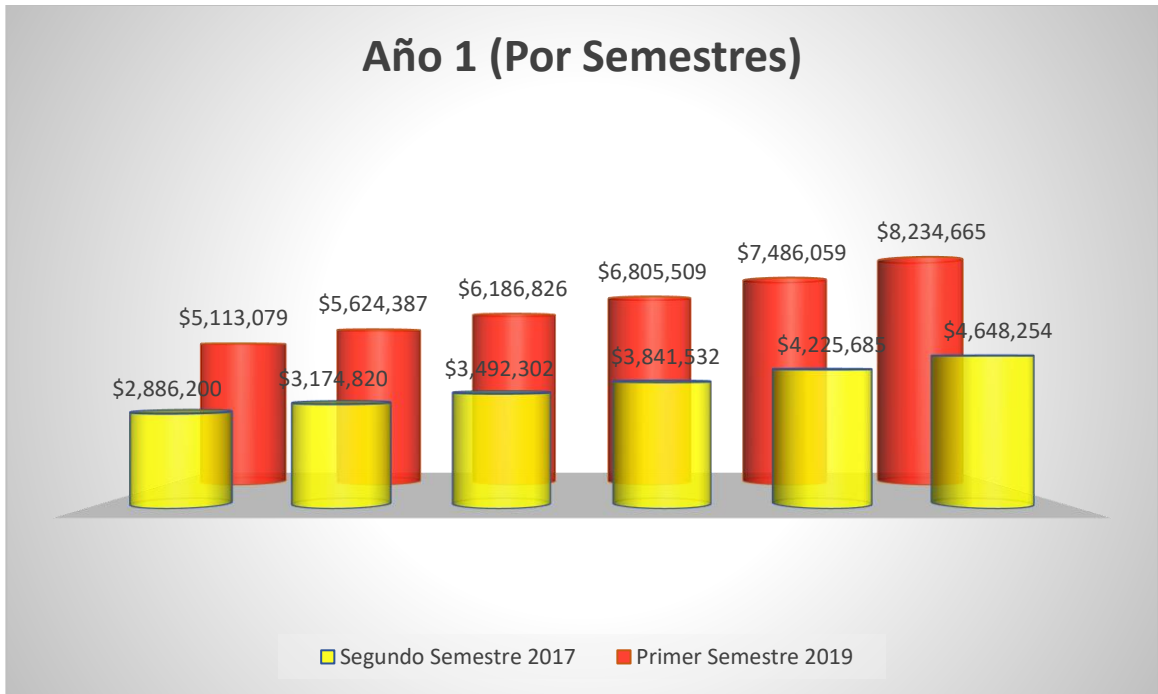
*Proyección  
de VENTAS en un  
incrementó absoluto  
5 años*

	<b>VENTAS (\$)</b>	<b>INCREMENTO (\$)</b>
<b>AÑO 1</b>	\$61'719.320	
<b>AÑO 2</b>	\$66'656.865	\$4'937.545
<b>AÑO 3</b>	\$71'989.415	\$5'332.550
<b>AÑO 4</b>	\$77'748.568	\$5'759.153
<b>AÑO 5</b>	\$83'968.453	\$6'219.885
<b>TOTAL</b>		<b>\$22'249.133</b>

*de VENTAS en un  
durante los primeros*

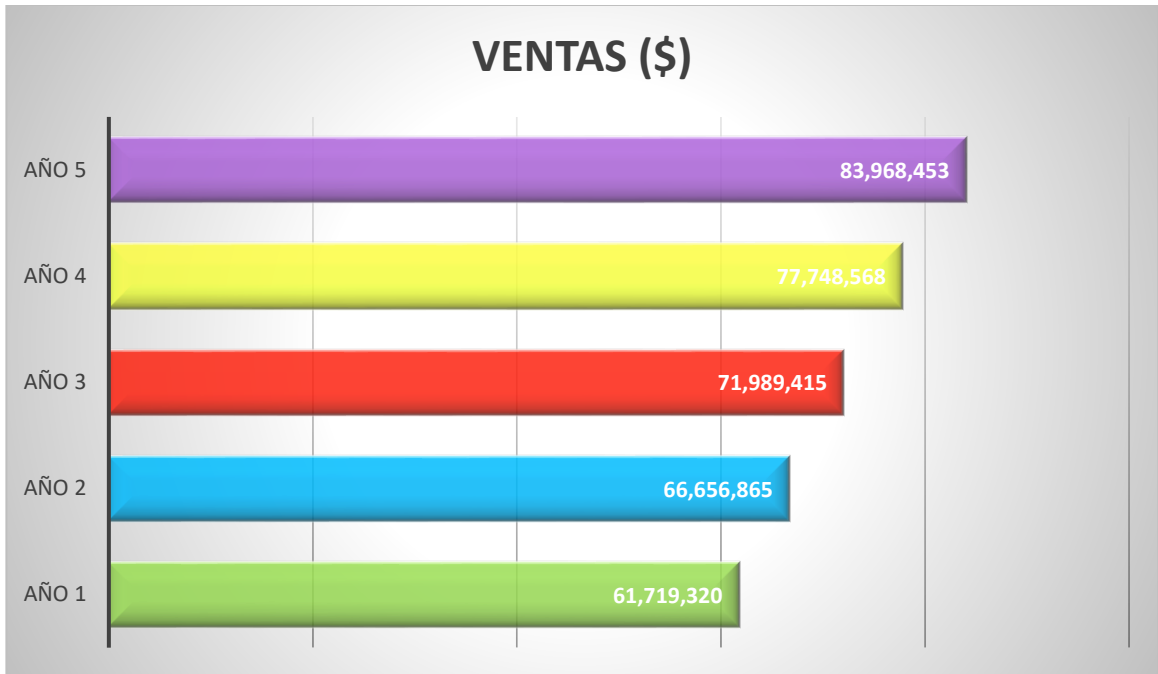
**Tabla 8**

*Proyección grafica sobre el primer año dividido en los dos semestres Próximos*



**Tabla 9**

*Proyección de demostrada gráficamente los primeros 5 años de vida del proyecto.*



### 3.5 Especificaciones Técnicas Del Producto O Servicio

El Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito SOAT es un seguro uniforme, que presta las mismas coberturas y condiciones sin importar la empresa o compañía a la cual se le adquiera, ya que se encuentra regulado y vigilado por Superintendencia Financiera de Colombia y los Ministerios de Transporte y Hacienda de Colombia.

El SOAT cuenta con un tope de cobertura y de cuantía del seguro el cual siempre se encuentra al respaldo de la hoja del soat comprado la cual puede ser verificable en las páginas de internet y reguladas bajo ley con el fin de tener una idea clara el momento de un siniestro, sea atendido el usuario sin inconveniente alguno por parte de la entidad de salud al cual sea remitido al momento del accidente. (Seguros Del Estado S. A. (s.f.). Coberturas. Fecha de consulta: 15 de

abril de 2018, de Seguros Del Estado S. A Sitio web:  
[https://www.segurosdelestado.com/pages/SOAT\\_Coberturas](https://www.segurosdelestado.com/pages/SOAT_Coberturas)

**Tabla 10**

<b>Cobertura</b>	<b>Cuantía</b>
Gastos médicos, quirúrgicos, farmacéuticos y hospitalarios	Hasta 800 S.M.D.L.V.
Incapacidad Permanente	Hasta 180 S.M.D.L.V.
Muerte y Gastos Funerarios	750 S.M.D.L.V.
Gastos de transporte y movilización de los lesionado	10 S.M.D.L.V.

*Coberturas y cuantías que tiene derecho el portador del SOAT vigencia (2018).*

NOTA: S.M.D.L.V. = Salarios Mínimos Diarios Legales Vigentes al momento del accidente. Los amparos son para cada lesionado sin importar su número, con excepción de lo previsto para gastos de transporte que se reconocerá en atención a la capacidad del medio de transporte para movilizar en las debida.

En caso de un siniestro donde se vea involucrado el automotor asegurado, este documento ampara a todas las victimas involucradas en el accidente. (Conductor, Ocupantes y Peatones)

Los precios para la compra varían según el tipo de vehículo (motocicleta, automóvil, campero, camión, tractocamión) y según el modelo que se divide entre menores de 10 años y mayores de 10 años como hace referencia la “Figura 9, pág. 29”.

Al igual que el SOAT, la seguridad social se encuentra amparada bajo la Ley 100 de 1993, donde se estipula los precios a pagar de seguridad social (Salud y Pensión) a partir del salario devengado con una afiliación mínima sobre el S.M.M.L.V. para el año en curso mediante la tabla la cual se hace referencia en “Figura 10, Pag. 30”.

A los beneficios son los mismo que cualquier persona que este afiliado a un sistema de salud: (medicinas, urgencias, hospitalizaciones, especialista, consultas generales, operaciones...), el cual se le genera según el tipo de servicio un tarifa moderadora y copagos.

**Tabla 11**

Rango De IBC En SMLMV	Cuota En % Del SMLDV	Valor Cuota Moderadora 2018
Menor A 2 SMLMV	11,70%	\$ 3.000
Entre 2 Y 5 SMLMV	46,10%	\$ 12.000
Mayor A 5 SMLMV	121,50%	\$31.600

*Valor de la cuota Moderadora (2018).*

**Tabla 12**

Rango De IBC En SMLMV	Copago En % Del Valor Del Servicio	Valor Máximo Por Evento	Valor Máximo Por Año
Menor A 2 SMLMV	11,50%	\$ 224.217	\$ 449.214
Entre 2 Y 5 SMLMV	17,30%	\$ 898.429	\$1.796.857
Mayor A 5 SMLMV	23,00%	\$ 1.796.857	\$ 3.593.714

*Valor de los copagos (2018).*

Como se pueden observar en las “Tablas 11 y 12”, son los valores según el evento que se debe cancelar por el servicio en salud.

### 3.5.1 Modelo De Producción

Por ser una agencia intermediaria en la prestación de servicios como lo es la venta de pólizas de seguros vehiculares SOAT, afiliación y pago a entidades de seguridad social como son EPS, AFP y ARL. La función será generar la gestión en la búsqueda, promoción, divulgación y



fidelización de los clientes consumidores de dichos servicios en la ciudad de granada y ciudades circunvecinas con estrategias básicas en la vocación de servicios, a fin de tener siempre a nuestros clientes satisfechos y bien informados sobre los servicios adquiridos.

La idea es no buscar clientes constantes de la agencia Segur-Ariari, lo que nos enfocamos es prestar un servicio de pasar al cliente a formar parte de una familia que brinda seguridad, experiencia, apoyo y honestidad en cada uno de nuestros servicios ofertados.

### **3.5.2 Requerimientos**

**Espacios Físicos:** El espacio a utilizar se encuentra en la Carrera 3, numero 16 – 10 barrio Villa Olímpica, la cual tiene las siguientes especificaciones 3.5 metros de ancho por 8 mts de fondo, el cual, cuenta con un servicio de baño y un tipo de habitación que sirve como cocina o archivo, con el fin de obtener una mejor idea ver el “25.5. Plano De Distribución De Planta”.

**Tecnología:** Con el fin de no tener contratiempos siempre en busca de garantizar la calidad y oportunidad en la calidad del servicio de expedición de la póliza SOAT, se debe contar con unos requisitos mínimos técnicos y tecnológicos al momento contratar con una organización experta en la venta de seguros al igual que una línea telefónica independiente y un correo electrónico de igual manera.

### **Tabla 13**

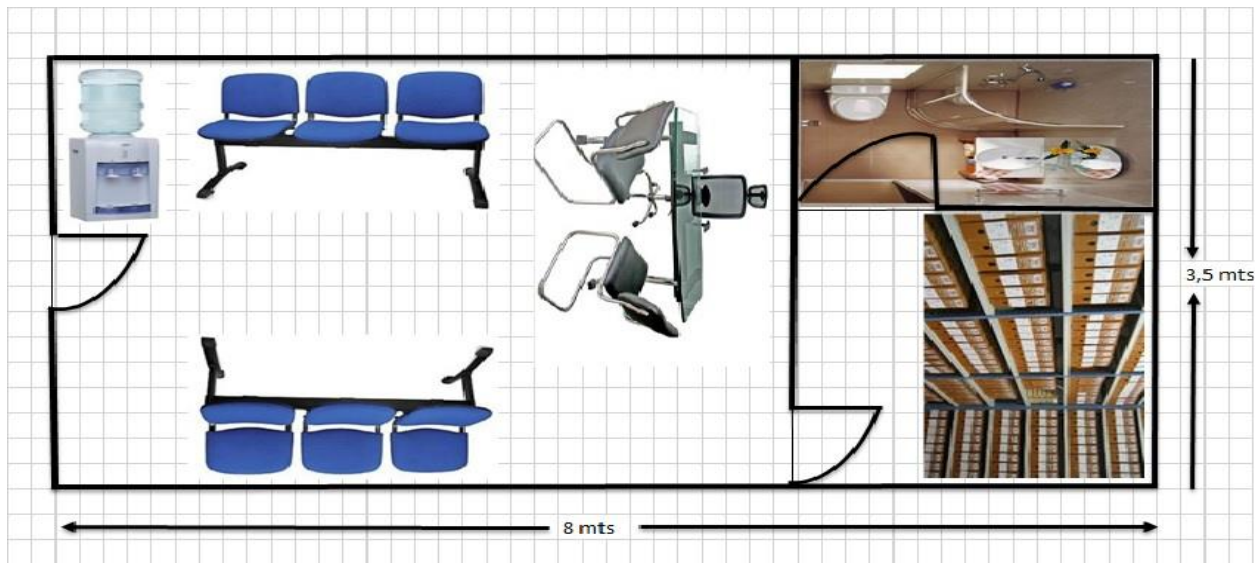
*Requisitos técnicos y tecnológico.*

<b>Sistema operativo:</b>	Windows 7 o Superior.
<b>Explorador:</b>	Internet Explorer 10 o Superior y/o Mozilla Firefox 40 o superior
<b>Memoria equipo:</b>	2GB o superior
<b>Pantalla:</b>	SuperVGA (800x600) o resolución superior.
<b>Canal de Comunicación:</b>	Banda Ancha, óptimo 1 Mb en adelante.
<b>Impresora:</b>	Láser, Inyección de Tinta, Matriz de Punto o Ricoh Aficio SP 5200.
<b>Teléfono Celular:</b>	Smartphone Con Plan Minutos Ilimitado
<b>Materiales oficina</b>	Archivador Metálico, Escritorio, Dos Sillas Giratorias, Dos Sillas Banco De Oficina (X3), Dispensador De Agua (Fría Y Caliente)

**Personal Operativo:** Con el fin de obtener un servicio eficiente solo se debe contar el servicio de una persona idónea, con conocimientos básicos en:

- Servicio Y Atención Al Cliente
- Manejo De Los Distintos Medios Tecnológicos
- Conocimientos Básicos En Seguridad Social
- Manejo De Las Distintas Plataformas De Pagos
- Manejo Y Diseño Correcto De Manejo De Redes Sociales

### **Plano De Distribución De Planta**



*Figura 12: plano de distribución de la oficina de la agencia de seguros Segur-Ariari.*

### **3.5.3 Cálculo De La Capacidad Máxima De Producción Y Correlación Con La Proyección De Ventas**

Con el fin de generar un cálculo dentro de la capacidad máxima relacionado a la proyección de venta, desarrollada en el “punto 3.4.12 Proyección De Ventas de la página 35” se tomará como punto de partida a partir del primero o el quinto año con distintos valores en las ventas proyectadas, ya que no generamos algún proceso de producción, pero si es un servicio en ventas de pólizas a cualquier tipo de personas, hogares o empresas en la ciudad de Granada (Meta).

Se estipula en el primer mes de funcionamiento una venta aproximada de \$2'886.200 pesos “moneda nacional”, equivale a la venta de 3 Soat para motos y 5 soat para vehículos familiares, con un incremento mes a mes del 10% por el primer año.

### **3.5.4 Costos Unitarios Y Punto De Equilibrio En Unidades**

Dentro de los costos unitarios es de recordar que somos una agencia intermediaria dedicada a la venta de SOAT y afiliaciones o pagos de seguridad social, por lo cual como se ha venido hablando anteriormente son dos servicios que tienen valores previamente predeterminados a nivel nacional uno por la Superintendencia Financiera de Colombia como lo es el caso de la pólizas de seguro vehicular Soat y su valor está determinado en la “figura 9 de la pág. 29”, al igual la ley 100 de 1993 es quien regula los precios de los pagos al servicio de EPS, AFP, ARL entre otros por medio de porcentajes como queda evidenciado en la “figura 10 de la pág. 30” la cual se desarrolla tomando como base el salario mínimo ganado por la persona, esto quiere decir que no se podría generar un punto de equilibrio en cuestión de los dos servicios o productos ofertados.

## 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

### 4.1 Proyección y Constitución de la empresa

#### 4.1.1 Nombre De La Agencia

SEGUR-ARIARI

*Figura 13: Logotipo Empresarial*



#### 4.1.2 Valores

La **CONFIANZA** en la actividad comercial a la que nos dedicamos, debe ser una acción de **TRANSPARENCIA** absoluta con el fin de generar una **SEGURIDAD** constante en las transacciones económicas de nuestros clientes.

#### 4.1.3 Principios

**Responsabilidad:** Con los objetivos y deberes de la agencia, y con sus clientes que son el motor de nuestra existencia.

**Trabajo Continuo:** Con fin de buscar una mejora constante en la prestación de nuestro servicio y aumento en la calidad en la prestación de nuestro portafolio.

**Compromiso:** con las entidades afiliadoras y nuestros clientes con el fin de proteger la información y la confidencialidad de nuestros clientes internos y externos.

**Seguridad:** Se garantiza una prestación de servicio de excelente calidad, con el fin de generar un asesoramiento a nuestros clientes externos.

#### 4.1.4 Análisis De Porter Desde La Perspectiva De 5 Fuerzas

- Carencia de reconocimiento por parte	<b>1. Nuevos Entrantes</b>	<b>2. Proveedores</b>	- Contrato con un máximo dos proveedores de seguros
--	----------------------------	-----------------------	---

<p>de los posibles compradores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- confiabilidad por falta de experiencia en el mercado al cual se está incursionando.</li> <li>- Competencias con precios fijos, frente a la competencia.</li> </ul>	<p><b>5. Rivalidad de la Industria</b></p> <p>Actual mente existe muchas empresas que ofrecen este servicio en granada.</p> <p>Las estaciones de servicio ofrecen bonos para tanque de combustible por la compra del SOAT en sus oficinas.</p>	<p>vehiculares.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia del cliente sobre algún proveedor en específico.</li> <li>-Costo bancario al realizar la transacción con el proveedor.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe pólizas de seguros sustitutos, que cumplan con el requerimiento establecido por la ley colombiana.</li> </ul>	<p><b>4. Productos Sustitutos</b></p>	<p><b>3. clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Busca constante de calidad en el servicio.</li> <li>- Busca de mejores ofertas en los precios de las afiliaciones o SOAT.</li> <li>- agilidad en los procesos solicitados por el cliente.</li> </ul>

#### 4.1.5 Misión

Somos una agencia prestadora de asesoramiento y venta de pólizas de seguros vehiculares y de pago a planillas de seguridad social y aportes parafiscales a personas y empresas en la región del Ariari; comprometidos con el mejor equipo humano, a brindar lo mejor en seguridad a nuestros clientes y sus familias.

#### 4.1.6 Visión

Segur-Ariari para el 2022 se ve como una agencia reconocida en el asesoramiento y venta de seguros vehiculares e intermediario para la cancelación de los pagos de la seguridad social en la región del Ariari, con un capital intelectual reconocidos por su calidad humana, siempre dispuesto a brindar la mejor información.

#### **4.1.7 Objetivos Generales**

Desarrollar un servicio de calidad, que fomente una cultura de seguridad y responsabilidad en nuestros afiliados y sus familias, con el fin de poder brindarles el mejor servicio al momento de adquirir una póliza vehicular o el recaudo de la seguridad social, siempre cuidando por la seguridad de su salud, sus pertenencias materiales y económicas al momento de un siniestro inesperado.

#### **4.1.8 Objetivos Específicos**

- Llevar nuestros procesos a un ambiente de confianza y seguridad que le genere a nuestros clientes una compra segura y constante.
- Mantener y sostener la credibilidad de nuestro portafolio dentro del mercado de la región del Ariari
- Generar un proceso de asesoramiento y de seguimiento en los procesos acorde a cada una de las necesidades de nuestros clientes.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Con el estudio realizado se puede observar un mercado lleno de factibilidades, que pueden ser aprovechadas por cualquier entidad que se encargue a la venta de pólizas de seguros obligatorios Soat, o, sea intermediario en la realización de los pagos de la seguridad social tanto de empleados como empresas en la ciudad de granada o sus alrededores.

Se puedo observar una gran competencia en la prestación de este servicio, pero de igual manera existe un amplio rango de consumidores en las dos modalidades de productos anteriormente mencionadas, lo cual hace aun mas interesante es la carencia de generar estrategias visibles para captar consumidores de las empresas o agencias establecidas en la ciudad de Granada que se dedican a la comercialización algún tipo de servicio en seguridad social o vehicular, como quedo registrado anteriormente, dichas empresas no se detienen a conocer a sus clientes y necesidades, lo que realmente es importante para ellos son las ventas realizadas diariamente.

Una de las grandes ventajas que obtuvimos en este estudio de mercadeo realizados ya sea por medio de las encuestas o entrevistas, fue el formato realizado en el cual quedo evidenciado datos personales, de las personas a las que les fueron abordados durante dichas actividades, nos generaron una lista de posibles clientes con nombres completos y números telefónicos al



momento de llevar a la realidad este proyecto poder comunicarnos y ofrecer nuestros servicios a estos, es de recordar que dentro del cuestionario se preguntaba si pagaba seguridad social o soat.

La idea inicialmente es generar una base de datos con alarmas que nos indique a que personas esta por vencer el soat con un mes de anticipación, o quien debe realizar el pago de seguridad social 5 días antes; buscar la manera de fidelizar nuestros clientes con un servicio donde ellos cancelen por medio de una empresa de giros o se le realiza el trámite deseado y este se le entrega y de una se recibe el dinero sin necesidad de acercasen a nuestras oficinas, se realizara la entrega puerta a puerta dentro de la ciudad de Granada sin costo adicional. De igual manera a los clientes fieles, que muestren constancia en la adquisición de nuestros servicios se les generara un sistema de pago a cuotas con intereses del 1% mensual diferido no mayor a 6 meses (solo aplica en el caso del soat), y para la seguridad social de igual manera se entiende que los empleados deben pasar dicho certificado para que le generen el pago de sus sueldos, a ellos se les realizar la misma cantidad en el interés, pero a un plazo máximo de 5 días.

## **Recomendación**

Como cualquier actividad investigativa deja muchas enseñanzas y quizás otras falencias a las cuales se le debe prestar más atención al momento de realizar otro tipo de actividad relacionado con la investigación, aprende a desarrollar las preguntas de las encuestas, cuestionario, entrevistas u otras donde se tenga contacto directo con las personas, es esencia saber preguntar si se desea tener respuestas honestas por ejemplo: cuando nos ofrecen un perfume lo primero que no preguntan es ¿huele rico, cierto que si? Obligándonos a responder ¡Si!, las preguntas deben ser lo más abiertas que se puedan con el fin generar una herramienta fiable al momento de crear un análisis, que pasa si le preguntamos a esa persona le preguntamos ¿cómo le

parece el producto?, la persona tendrá mas variedad de respuesta como: (huele a rico, su olor es fuerte, es algo dulce para mis gustos, me gusta el aroma...), y algo que de igual manera debemos tener en cuenta es que lo que dice vaya de acuerdo con sus gestos o movimientos.

Otra recomendación es nunca olvidemos que lo que estamos desarrollando no es al final por sacar un producto o servicio al mercado, es por la necesidad de generar personas con necesidad de consumo en nuestros clientes, los cuales si sabemos tratarlos nos podrás llevar al éxito o al fracaso organizacional, por culpa de la mala atención y no comprender que ellos son la razón de existir de cualquier idea de negocio existente o por existir en el mundo, como dice un conocido refrán “hay que ponernos en los zapatos de los demás para entender sus necesidad”.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Granada (Meta). (2018, 19 de marzo). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta:

18:06, abril 20, 2018

desde [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Granada\\_\(Meta\)&oldid=106347916](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Granada_(Meta)&oldid=106347916).

alcaldía de granada – meta (2016, 17 de febrero), <https://goo.gl/images/rGcfB1>, Fecha de consulta: abril 20 de 2018

<https://www.google.com.co/maps/place/Granada,+Meta/@3.5448298,->

[73.7403012,6305m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3de3a5f246a56f:0x2847cd456408b](https://www.google.com.co/maps/place/Granada,+Meta/@3.5448298,-73.7403012,6305m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3de3a5f246a56f:0x2847cd456408b)

[868!8m2!3d3.544831!4d-73.705281](https://www.google.com.co/maps/place/Granada,+Meta/@3.5448298,-73.7403012,6305m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3de3a5f246a56f:0x2847cd456408b), Fecha de consulta: abril 20, 2018.

cmsseguros. (8 noviembre 2013). Antecedentes e historia del seguro de vehículos. Fecha de consulta: marzo 21, 2018, de [www.cmsseguros.es](http://www.cmsseguros.es) Sitio web:

<http://www.cmsseguros.es/antecedentes-e-historia-del-seguro-de-vehiculos/>

Secretaria de Planeación. (febrero 30, 2017). informe de gestión. Fecha de consulta: abril 09,

2018, de Alcaldía Municipal de Granada - Meta Sitio web: [http://www.granada-](http://www.granada-meta.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Secretaria-de-Planeacion-e-)

[meta.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Secretaria-de-Planeacion-e-](http://www.granada-meta.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Secretaria-de-Planeacion-e-)

[Infraestructura.aspx](http://www.granada-meta.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Paginas/Secretaria-de-Planeacion-e-Infraestructura.aspx)

Registraduría Nacional del estado Civil. (s.f.). 616.958 ciudadanos Están Habilitados En Meta Para Votar En Elección De Presidente Y Vicepresidente De La República El 25 De mayo. Fecha de consulta: abril 17, 2018, de [registraduria.gov.co](http://registraduria.gov.co) Sitio web: <https://wsr.registraduria.gov.co/616-958-ciudadanos-estan.html>

Jáuregui Alejandro. (2001, noviembre 18). 7 elementos de metodología de investigación de mercados. Fecha de consulta: abril 26, 2018 de <https://www.gestiopolis.com/7-elementos-metodologia-investigacion-mercados/>

Alicia Peláez Jorge Rodríguez Samantha Ramírez Laura Pérez Ana Vázquez Laura González. (s.f.). Entrevista. Fecha de consulta: abril 26, 2018, de Universidad Autónoma de Madrid Sitio web: [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/Entrevista\\_trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista_trabajo.pdf)

Superintendencia Financiera de Colombia. (s.f.). ABC del SOAT. Fecha de consulta: Abril 26, 2018, de Superintendencia Financiera de Colombia Sitio web: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/10096084/dPrint/1/c/00>

Fondo de Empleados de Montacargas AM&M. (enero 3, 2018). Tarifas SOAT 2018. Fecha de consulta: abril 27, 2018, de Fondo de Empleados de Montacargas AM&M Sitio web: <http://fondofamym.blogspot.com.co/2018/01/tarifas-soat-2018.html>

Vásquez, Elsa María. (febrero 13, 2013). Políticas públicas en seguridad social para la protección de los trabajadores informales en Colombia. Fecha de consulta: 27 abril, 2018, de scielo.org.co Sitio web: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-70272013000100006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-70272013000100006)

gana dinero desde tu sofá. (s.f.). ¿Realmente Cuánto Gana Un Agente De Seguros?, Fecha de consulta: abril 28, 2018, de gana dinero desde tu sofá Sitio web: <https://ganadinerodesdetusofa.com/realmente-cunto-gana-un-agente-de-seguros>

Aguiar, Adriana. (s.f.). Cómo crear y administrar una Fanpage: ¡la guía definitiva con consejos y fotos! Fecha de consulta: abril 28, 2018, de marketing de contenido Sitio web: <https://marketingdecontenidos.com/fanpage-en-facebook/>

Seguros Del Estado S. A. (s.f.). Coberturas. Fecha de consulta: abril 15, 2018, de Seguros Del Estado S. A Sitio web: [https://www.segurosdelestado.com/pages/SOAT\\_Coberturas](https://www.segurosdelestado.com/pages/SOAT_Coberturas)

## ANEXOS

Los formatos de las encuestas y la entrevista realizada para la investigación.

Un CD con los audios de algunas de las entrevistas realizadas en la ciudad de Granada, como parte de la investigación de campo dos.

Copia del RUT, con datos de la empresa agencia de seguros Segur-Ariari y las dos representantes del proyecto

Copia de la cámara de comercio con datos de la empresa agencia de seguros Segur-Ariari y las dos representantes del proyecto.

Copia del contrato enviado a la empresa de Seguros del Estado diligenciado, a fin de iniciar a trabajar con dicha entidad como intermediarios en la ciudad de Granada.