

ANÁLISIS DEL MERCADO DEL SEGURO OBLIGATORIO DE ACCIDENTES
DE TRANSITO –SOAT-, EN EL MUNICIPIO DE FLORENCIA

CARMEN YUBELLY HERRERA FUENTES
LIDA MARIA MORALES LOZADA
NANCY INES CABRERA PUENTES

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA –UNAD-
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES ECONOMICAS Y
DE NEGOCIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Florenceia
2012

ANÁLISIS DEL MERCADO DEL SEGURO OBLIGATORIO DE ACCIDENTES
DE TRANSITO –SOAT-, EN EL MUNICIPIO DE FLORENCIA

CARMEN YUBELLY HERRERA FUENTES
LIDA MARIA MORALES LOZADA
NANCY INES CABRERA PUENTES

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Directora de Proyecto
Esp. Gloria Esperanza Artunduaga

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA –UNAD-
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES ECONOMICAS Y
DE NEGOCIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Florencia
2012

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	5
1. TEMA DE INVESTIGACION	7
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION	8
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
2.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	9
2.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	9
3. OBJETIVOS	10
3.1. GENERALES	10
3.2. ESPECIFICOS	10
4. JUSTIFICACION	11
5. MARCOS DE REFERENCIA	13
5.1. MARCO TEORICO	13
5.1.1. Mercado de Seguros	15
5.1.2. Concepto de mercado	15
5.1.3. La Investigación de mercados. El análisis de la oferta	17
5.1.4. Mercado de servicios	19
5.1.5. Características de los servicios	19
5.1.6. La oferta de seguros	19
5.2. MARCO CONCEPTUAL	20
5.2.1. Algunas preguntas frecuentes del SOAT	25
5.3. MARCO CONTEXTUAL	26
5.3.1. Delimitación espacial	27
5.3.2. El Sector Asegurador en Florencia	28
5.3.3. Composición de las primas emitidas por el sector asegurador A nivel local-Florencia	29
5.3.4. Análisis de los competidores	30
5.3.5. El ramo del Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito	32
6. ASPECTOS METODOLOGICOS DE INVESTIGACION	33
6.1. TIPO DE ESTUDIO	34
6.2. METODO DE INVESTIGACION	34
6.3. FUENTES Y TECNICAS PARA RECOLECCION DE INFORMACION	35
6.3.1. Población	35
6.3.2. Muestra	36
6.3.2.1. Tipo de muestreo	36
6.3.3. Técnicas e instrumentos a utilizar	37
6.3.4. Fuentes de información	37
6.3.4.1 La Encuesta	37
7. RECURSOS DE LA INVESTIGACION	38
8. ANALISIS DE RESULTADOS	39
8.1 TABULACION DE ENCUESTAS	39
9. CONCLUSIONES	49
10. RECOMENDACIONES	51
11. BIBLIOGRAFIA	52

INTRODUCCION

Debido al notorio crecimiento comercial y poblacional que se ha venido presentando en la ciudad de Florencia en los últimos años, se ve la incursión de nuevas oportunidades de negocio que permiten surgir a sus habitantes, innovar en actividades comerciales que difieren a los sectores primarios de la economía de la región como la ganadería y la agricultura y acceder a servicios básicos de seguridad como los seguros.

Florencia es una ciudad en la que poco se ha hecho para inculcar la cultura de los seguros, haciendo esta actividad comercial un poco complicada, por lo que las compañías de seguros afianzan sus esfuerzos comerciales hacia los productos de tipo obligatorio como es el caso del SOAT.

Para el año 2009, se realizó un trabajo de investigación en el que se pudo determinar que era rentable la apertura de más puntos de venta del SOAT en Florencia, ya que existía bastante demanda por satisfacer, pero poco a poco las compañías de seguros han venido realizando labores de mercadeo masivo incluyendo la apertura de muchos puntos de venta donde se puede adquirir el seguro obligatorio sin trámites engorrosos, filas y de manera inmediata hasta el punto que podríamos pensar que en la actualidad puede existir sobre oferta de estos puntos de venta.

Nuestra investigación consiste en realizar un análisis de mercado del SOAT en Florencia, donde es indispensable determinar la demanda existente para poder identificar si la oferta está acorde con dicha demanda y pensar en la posibilidad de abrir nuevos sitios de comercialización de servicios como lo es el SOAT o por el contrario no es rentable instalar más puntos de venta en Florencia, ya que se pondría en juego su equilibrio financiero y como consecuencia de esta situación se

podría presentar fallas en la atención al cliente, incremento de la falsificación del SOAT, interrupción de la continuidad del negocio, entre otros.

1. TEMA DE INVESTIGACION

Análisis de mercado del Seguro Obligatorio de Accidente de Tránsito –SOAT-, en el Municipio de Florencia.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACION

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito –**SOAT**-, es un seguro de tipo obligatorio para todos los vehículos automotores que transitan por el territorio nacional y ampara los daños corporales causados a las personas en un accidente de tránsito¹.

En los últimos años se ha incrementado notablemente los puntos de venta del SOAT ante una política más agresiva de las compañías de seguros que buscan una mayor participación en el mercado y ante un incremento del parque automotor en el país. Esta situación se refleja de igual forma en la ciudad de Florencia, donde según cifras de la Secretaria de Tránsito municipal de Florencia a fecha 03 de noviembre de 2009, fecha en la cual entro en vigencia el RUNT, se encuentran matriculados 31.401 vehículos entre motocicletas y carros de diferente gama y uso.²

De acuerdo a estudio de mercado realizado por las estudiantes de la Unad Lida María Morales y Norma Cristina González en mayo de 2009, relacionado con la factibilidad de apertura de un nuevo punto de venta de SOAT en la ciudad de Florencia, se determinó para la fecha, que dicha oportunidad de negocio era viable. Sin embargo, actualmente, con el ingreso acelerado de vehículos al departamento y la apertura de nuevos puntos de venta de SOAT en la ciudad de Florencia, las condiciones de la demanda han cambiado.

¹ Mundial seguros. Información sobre productos. soat. [en línea] [consultado el 09 de septiembre de 2012] disponible en <[http://www.mundialseguros.com/wps/portal!/ut/p/b1/04_SjzQ0MjQ1MDW1tDDQj9CPyksy0xPLMnMz0vMAfGjzOJDjUI9zJ0NjAwsfL1cDDwNQ3wMnEINjNx9TfVzoxwVAaHGy38!/>](http://www.mundialseguros.com/wps/portal!/ut/p/b1/04_SjzQ0MjQ1MDW1tDDQj9CPyksy0xPLMnMz0vMAfGjzOJDjUI9zJ0NjAwsfL1cDDwNQ3wMnEINjNx9TfVzoxwVAaHGy38!/)

² ENTREVISTA con María Rocío González, Profesional Universitaria área de Archivo, Secretaria de tránsito Municipal de Florencia, Florencia 18 de septiembre de 2012.

Esta investigación, se centra en establecer cuáles son las condiciones del mercado del Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito en la ciudad de Florencia, indagando su tamaño estimado en el parque automotor, en primas generadas, en precio, demanda y viabilidad.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿En qué condiciones se encuentra el mercado del Seguro Obligatorio de Accidentes de tránsito, existente en Florencia?

2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es el tamaño de la demanda del SOAT en la ciudad de Florencia?
- ¿Cuáles son los ingresos totales en primas que generaría la venta del SOAT para el parque automotor de la ciudad de Florencia, teniendo en cuenta la demanda existente?
- ¿Cuántas compañías de seguros ofertan SOAT en la ciudad de Florencia?
- ¿Los puntos de venta instalados, satisfacen la demanda del SOAT en la ciudad de Florencia?
- ¿La rentabilidad obtenida por los puntos de venta del SOAT existentes es satisfactoria?
- ¿Si se abrieran más puntos de venta del SOAT en la ciudad de Florencia, resultaría rentable para los agentes intermediarios que lo comercializan?
- ¿Cuáles son las razones por las cuales los clientes no adquieren el seguro obligatorio?

3. OBJETIVOS

3.1. GENERALES

Determinar si es rentable abrir más puntos de venta donde se oferta el SOAT en la ciudad de Florencia.

3.2. ESPECIFICOS

- ✓ Identificar cuál es el tamaño de la demanda del SOAT en la ciudad de Florencia.
- ✓ Determinar cuál es el volumen de primas que generaría la demanda del SOAT en la ciudad de Florencia.
- ✓ Cuantificar la oferta del SOAT existente en la ciudad de Florencia.
- ✓ Determinar si los puntos de venta instalados, satisfacen la demanda del SOAT en la ciudad de Florencia.
- ✓ Analizar si la rentabilidad de los puntos de venta del SOAT es buena.
- ✓ Establecer si la apertura de más puntos de venta del SOAT en la ciudad de Florencia, resultaría rentable para los agentes intermediarios que lo comercializan.
- ✓ Identificar qué motivos influirían para que los clientes no adquirieran el seguro obligatorio.

4. JUSTIFICACION

Una investigación de mercado es una colección objetiva y sistematizada de datos con su respectivo análisis acerca del mercado objetivo, de los clientes, competidores y el entorno para tomar decisiones acertadas y efectivas para una compañía.

En el presente estudio de mercadeo se hace uso de esta herramienta fundamental y de gran importancia para el ejercicio del marketing. Este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores el cual permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización.

De esta forma mediante la investigación de mercados se busca garantizar la adecuada orientación de acciones y estrategias, para satisfacer las necesidades de los consumidores y obtener la posibilidad de generar mejor rentabilidad, con un ciclo de vida duradero, que permita el éxito y avance en la productividad, además brinda a las compañías la posibilidad de aprender y conocer más sobre los actuales y potenciales clientes.

Un análisis del mercado de seguros interesa, no sólo a las entidades aseguradoras y a los propios asegurados, sino también a toda la sociedad en general, sobre todo por su implicación en la evolución de la economía como negocio en potencia. La actividad aseguradora se puede valorar desde la perspectiva de la oferta y no de la demanda (ambas fuerzas integrantes del mercado):

La oferta está vinculada a la empresa aseguradora que ha de hacer frente a retos importantes relacionados con su actividad, en la que se entrelazan aspectos

laborales, comerciales y técnicos en la ciudad de Florencia. La prestación del servicio se fundamenta en la valoración de unos riesgos de posible acaecimiento e indemnización y se materializa en un contrato y en la estipulación de unas condiciones. Establecer la prima (precio de la valoración del riesgo) es imprescindible.

La demanda está integrada por los consumidores o clientes de seguros (tomadores, asegurados o beneficiarios) que necesitan cubrir un riesgo y para ello están dispuestos al pago de la prima correspondiente.

El tamaño del parque automotor en la ciudad de Florencia, la obligatoriedad al igual que el costo que cancela el tomador para acceder al Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito –SOAT- hacen que este mercado sea atractivo para nuevos competidores, sin embargo, la decisión de ingresar o no al mercado, se debe tomar con base en elementos sólidos que permitan la correcta decisión, evitando incursionar en un mercado saturado que implique grandes esfuerzos financieros y la apertura de nuevas agencias o puntos de venta sin la certeza de éxito, por lo tanto con el presente trabajo se determinará cuáles son las condiciones de mercado existentes en la ciudad de Florencia Caquetá para la comercialización de Seguros de Accidentes de tránsito SOAT.

5. MARCOS DE REFERENCIA

5.1. MARCO TEÓRICO

Al igual que en otros sectores, el asegurador ha comenzado a responder a las nuevas exigencias de la demanda, ajustando sus productos a los riesgos y necesidades reales que se van planteando a sus asegurados actuales y potenciales. El cambio incluye una transformación de las estructuras internas tendientes al acercamiento al cliente a través de servicios con altos estándares de calidad.

La calidad del servicio y la buena imagen de la Compañía de seguros serán factores determinantes en las motivaciones del cliente para elegir su compañía de confianza y los productos más idóneos, siendo el factor de diferenciación, por excelencia, la calidad del servicio, pues la novedad de un producto puede ser, en ocasiones, un factor con un impacto reducido. Las preferencias de los clientes se manifiestan en la exigencia de más calidad de servicio, coberturas acorde a sus necesidades, con valores asegurados que den un mejor cubrimiento en caso de siniestro, instrucción sobre atención y uso de cada una de las coberturas adquiridas, sitios de atención y como presentar una reclamación; además un mayor cubrimiento de eventos derivados de situaciones que generen pérdidas o afectación al asegurado, con cláusulas contractuales menos elaboradas y lo más importante, la rapidez en la atención de reclamaciones. Cabe resaltar que de acuerdo a lo indagado no se encontró evidencia de datos estadísticos que den cuenta de los tiempos en la atención de los reclamos por parte de las Compañías de Seguros.

El seguro satisface la “necesidad” humana de seguridad, destacando además, que representa una inversión financiera. Una de las razones que llevan al decisor a la suscripción de la póliza es que, en caso de que se produzca el siniestro, reciba

como contraprestación, a cambio del pago de una cantidad cierta (la prima), la cobertura de las consecuencias desfavorables de aquél.

El análisis del comportamiento de las personas es siempre una tarea importante, pero, a la vez, extremadamente difícil. La importancia de este análisis viene dada por la necesidad que tienen los agentes decisores de conocer el marco en el que van a desarrollar su actividad. La información sobre dicho comportamiento es, por tanto, un factor importante para la toma de decisiones de estos agentes. La dificultad viene dada por el hecho de que cualquier tipo de conducta no está explicada exclusivamente por factores económicos sino que depende, en gran medida, de infinidad de aspectos difíciles de conocer y determinar.

En el momento de la elección compara el pago de una pequeña cantidad cierta en un periodo de tiempo establecido con una cantidad, cuya cuantía y fecha de pago son inciertas y aleatorias. Una vez asignadas las probabilidades correspondientes a los estados de la naturaleza (ocurrencia o no de dicho suceso) se plantean las correspondientes matrices de consecuencias económicas.

La innovación en los diseños y el desarrollo de productos es un incentivo para los empresarios que tienen que competir con las grandes empresas (multinacionales) del sector. Analizando el potencial de los mercados aseguradores, como ayuda complementaria del marketing que estimula el descubrimiento de nuevas prestaciones y servicios, aparece una serie de estrategias enfocadas tanto a la oferta como a la demanda.

El diseño de productos “a medida” de pequeños segmentos de la sociedad, adecuados a sus características, obliga a lanzar al mercado productos complejos que requieren un adecuado asesoramiento para su compra. Los clientes exigen cada vez mayores coberturas y buscan, en definitiva, la adaptación máxima de los productos a sus necesidades.

El consumo, en general, ha sido siempre un tema ampliamente analizado, tanto desde su vertiente micro como macroeconómica, debido a las implicaciones de política económica y a su relación con la oferta, es decir, con la estructura productiva. Por ello, en este artículo se detallan las características del mercado de seguros, tanto de las entidades y los productos que ofrecen como de los clientes ya sean presentes o futuros.³

5.1.1 Mercado de seguros: Mercado de servicios: En los mercados se llevan a cabo relaciones de intercambio, poniendo en común necesidades, deseos y recursos de los agentes que participan en él: las empresas (oferta) y los clientes (demanda). En una economía de mercado (que busca el encuentro eficiente entre la demanda y la oferta) se desarrollan actividades tendentes a facilitar el comercio voluntario y competitivo de los productos.

Se pretende la satisfacción de necesidades conjuntas más beneficiosas tanto para los clientes, proveedores y distribuidores, como para las organizaciones, afrontando los negocios mediante la creación, desarrollo y comercialización con distintos grupos e individuos, de tal manera que las partes implicadas obtengan la satisfacción de sus deseos y necesidades.

En el intercambio, el consumidor (además de tener en cuenta los productos o servicios que recibe) considera la utilidad que le han proporcionado. Es importante comprender los valores objeto de intercambio, así como la utilidad y la satisfacción que pueden proporcionar a las partes que se encuentren implicadas.

5.1.2. Concepto de Mercado: Es el conjunto de circunstancias que concurren en un determinado lugar, sector de actuación, conjunto de personas, etc. que motivan

³ Universidad Complutense Madrid. Biblioteca de Ciencias Económicas y Empresariales. [en línea] [consultado el 11 de septiembre de 2012] disponible en <<http://eprints.ucm.es/6722/1/0021.pdf>>

la posibilidad de consumo del producto que se ofrece o la utilización del servicio que se presta y el mayor o menor grado de necesidad de tal consumo o utilización.

Así, un mercado es un conjunto de personas (individuales u organizadas) que necesitan un producto o servicio determinado, desean o pueden desear comprar y tienen capacidad para comprarlo y empresas que están dispuestas a ofrecer un servicio y satisfacer esas necesidades del consumidor. Es preciso, además tener capacidad económica (para adquirir los bienes o servicios que necesitan y quieren) y legal (un menor de edad, por ejemplo, no puede comprar un automóvil ni conducirlo). En cuanto hay un mercado es posible la transacción de intercambio.⁴

El comportamiento global del mercado se mide y exterioriza por medio de la demanda (formulación expresa de los deseos y necesidades de los consumidores en función de su poder adquisitivo) y es conveniente distinguir entre:

Mercado actual que en un momento dado demanda un producto concreto.

Mercado potencial: número máximo de compradores al que se puede dirigir la oferta comercial y que está disponible para todas las empresas de un sector durante un período de tiempo determinado.

Mercados organizacionales: identificados (en muchas ocasiones) con los mercados industriales porque lo que diferencia un mercado de consumo de otro organizacional es la aplicación que se da a un producto y no el producto en sí mismo. Los mercados organizacionales satisfacen necesidades originadas en los procesos productivos, aunque es cierto que algunos productos difícilmente podrían tener un uso o consumo final.

Mercados de consumo: compuestos por todas las personas que demandan los productos y servicios para la satisfacción de sus necesidades o de las unidades familiares a las que pertenecen (consumidores finales). Sus características más

⁴ CASTELO J. y GUARDIOLA A., 1992, Diccionario MAPFRE de Seguros, Ed. Fundación MAPFRE Estudios, Madrid.

relevantes son: elevada gama de productos y marcas (en el sector asegurador existe un gran número de tipos de seguros, de entidades de tamaño medio y pequeño y atomización del mercado), escasa sensibilidad de la demanda hacia las variables del marketing, elevadas inversiones y potencialización de avances tecnológicos. Sobre todo en comunicación con un público objetivo, comunicación basada en herramientas persuasivas de masas, destacando la publicidad y la promoción de ventas. En la medida en que se utilicen adecuadamente los medios publicitarios se acelerará el proceso de difusión de una marca.⁵ el proceso de compra que se realiza en un mercado de consumo se estudia a través del comportamiento del consumidor.

5.1.3. La investigación de mercados: El análisis de la oferta. Para efectos de esta investigación, de acuerdo con Oscar Jara entendemos la sistematización como *aquella interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explica la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo.*⁶

En este trabajo, se consideran las siguientes etapas:

- ✓ Reconstrucción y ordenamiento de la experiencia.
- ✓ Identificación de evidencias de la experiencia.
- ✓ Características y dinámica de los actores involucrados.
- ✓ Interpretación de lo acontecido.
- ✓ Lecciones y aprendizaje obtenidos.

⁵ ELGLIER P. y LAUGEARD E., 1989, *Servucción: el Marketing de servicios*, Ed. McGraw-Hill, París.

⁶ JARA HOLLIDAY, Oscar. *Sistematizando experiencias: apropiarse del futuro: recorridos y búsquedas de las sistematización de experiencias*. Xátiva (Valencia): L'Ullar, 2005. Pág 56

La sistematización implica establecer una secuencia, una racionalidad del proceso, sobre el que se va construyendo un juicio, mediante una reflexión con un referente teórico.

Uno de los propósitos de esta investigación, entre otros es, la conceptualización de la práctica, para poner en orden los elementos, que den forma a cada una de sus partes y ubiquen su razón, con el fin de que las labores sociales prevalezcan en el tiempo. El profesional comprometido debe garantizar intervenciones sólidas con objetivos, procedimientos e impactos, donde se entrelazan el compromiso, los intereses particulares y los resultados. En síntesis, fundamentalmente lo que se pretende es aprender de nuestras prácticas, contribuir a la creación de conocimientos sociales, que se redescubren en la dinámica de la realidad, con el fin de:

- ✓ Mejorar nuestras prácticas.
- ✓ Generar aprendizajes.
- ✓ Elaborar nuevos conocimientos para comunicarlos y compartir con otras personas y organizaciones.
- ✓ Contribuir al desarrollo regional identificando las diferentes gamas de productos y servicios con los que se puede generar ingresos y contribuir a la economía del departamento.
- ✓ Identificar el uso de nuevas tecnologías que permitan ser aplicadas en la oferta de bienes y servicios con el fin de modernizar las prácticas empresariales en la región y agilizar los procesos.

De acuerdo al trabajo realizado en mayo de 2009 sobre el plan de negocios “Agencia de Seguros Protección”, donde se logró plasmar que era factible la apertura de un nuevo punto de venta en la ciudad, realizaremos un estudio posterior para identificar si en la actualidad esta factibilidad continúa o si tenemos variaciones al respecto.

5.1.4. Mercado de Servicios. En el sector servicios, a diferencia de los bienes o productos, el uso suele ser instantáneo y por lo tanto, su utilidad puede estar influida por el factor tiempo (tanto para el consumidor como para el vendedor) que aprovechará éste para discriminar en precios, ya que de no llevar a cabo el intercambio en el momento específico, habrá perdido para siempre la venta de ese servicio.(permisibilidad)

5.1.5. Características de los servicios:

- Intangibilidad: no se pueden tocar ni ver.
- Perecibilidad: servicio no vendido en el momento se pierde.
- Subjetividad, heterogeneidad e inconsistencia: dependen de quién y cómo lo preste y de la implicación del consumidor en su diseño y elaboración.
- Calidad determinada por la colaboración y participación del cliente.
- Experiencia e inseparabilidad entre producción y consumo.⁷

El sector servicios, además de ser el más dinámico, es el que más crece en producción y empleo. De cara al siglo XXI, se estima que tres cuartas partes de la población activa de los países desarrollados se ocuparán en el sector servicios, contribuyendo a producir más del 75 por 100 del valor del PIB de los respectivos países.⁸ En el Caquetá el sector terciario o de servicios ocupa el segundo renglón de la economía.⁹

5.1.6. La oferta de seguros: La oferta del sector asegurador –del mismo modo que la demanda- ha experimentado cambios significativos resultado de la influencia de diversos factores. La estructura actual del sector es diferente de la que presentaba años antes, por ejemplo, en cuanto al número de entidades y a las cuotas de mercado. Los productos, precios y canales de distribución también

⁷ CASTELO J. y GUARDIOLA A., 1992, o.c.

⁸ AKAL E., 1.993, Informes del Banco Mundial.

⁹ Departamento del Caquetá. Región. [en línea] [consultado el 11 de septiembre de 2012] disponible en <http://www.corpoamazonia.gov.co/region/Caqueta/Caq_Economico.htm>

están evolucionados, aunque de forma muy diferente según los ramos. El conjunto de tendencias que se observan en la demanda y la oferta apuntan hacia un mercado con perspectivas de crecimiento continuado.¹⁰

5.2. MARCO CONCEPTUAL

SOAT: “Es un seguro obligatorio para todos los vehículos automotores que transitan por el territorio nacional, incluidos los automotores extranjeros en tránsito, y ampara los daños corporales que se causen a las personas en un accidente de tránsito. El seguro de Daños Corporales Causados a las personas en Accidentes de Tránsito SOAT, tiene un claro contenido social: *“Busca la protección y atención en forma inmediata de las víctimas de accidentes de tránsito.”* Y es un producto del Sistema de la Seguridad Social en Salud del país.

Figura 1. Formulario SOAT

El formulario SOAT de Previsora Seguros está dividido en varias secciones:

- Encabezado:** POLIZA DE SEGURO DE DAÑOS CORPORALES CAUSADOS A LAS PERSONAS EN ACCIDENTES DE TRÁNSITO. PREVISORA.
- Vigencia:** Campos para la fecha de expedición y la vigencia del seguro.
- Tomador:** Campos para apellidos y nombres, teléfono, tipo de documento, número de documento, ciudad de expedición, dirección y ciudad de residencia.
- Vehículo:** Campos para clase de vehículo, servicio, cilindraje, modelo, placa, marca, línea de vehículo, número de motor, número de chasis o serie, número de VIN, pasajeros, capacidad ton, y tarifa.
- Seguro:** Campos para prima SOAT, contribución FOSSGA, tasa RUNT, y total a pagar.
- Beneficios:** Tabla de beneficios que incluye gastos médicos, incapacidades, y salarios mínimos legales vigentes.
- Identificación:** Código de barras con el número 10145271 3 y el número de póliza AT 1324.

Fuente: Previsora Seguros.

El SOAT fue creado mediante la Ley 33 de 1986 y reglamentado mediante decreto 2544 de 1987, entrando a regir a partir de Abril de 1988. Este seguro es irrevocable.

¹⁰ CASTELO J. y GUARDIOLA A., 1992, o.c.

El SOAT tiene los siguientes objetivos, los cuales son ampliamente detallados por el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero:

- Cubrir la muerte o los daños corporales físicos causados a las personas; los gastos que se deban sufragar por atención médica, quirúrgica, farmacéutica, hospitalaria, incapacidad permanente, los gastos funerarios y los ocasionados por el transporte de las víctimas a las entidades del sector salud.
- La atención a todas las víctimas de los accidentes de tránsito incluso de los causados por vehículos automotores no asegurados o no identificados, comprendiendo al conductor del vehículo respectivo.
- Contribuir al fortalecimiento de la infraestructura de urgencias del sistema nacional de salud.
- La profundización y difusión del seguro, mediante la operación del sistema del SOAT, por entidades aseguradoras que atiendan de manera responsable y oportuna sus obligaciones.¹¹

El SOAT trajo un gran cambio en la concepción de la responsabilidad civil del conductor y el propietario del automotor, cambio que consistió en que basta demostrar que fue atropellado por un automotor.

La circular externa 052, presenta las definiciones de aspectos directamente relacionados con el seguro:

Accidente de tránsito: Evento generalmente involuntario, generado al menos por un vehículo en movimiento, que causa daños a personas y bienes involucrados e igualmente afectan la normal circulación de los vehículos que se movilizan por la vía o vías comprendidas en el lugar o dentro de la zona de influencia del hecho.

¹¹ Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, capítulo IV, modificado por la circular externa 052 de diciembre de 2002. Artículo 192. Numeral 2.

Siniestro: Es, en la terminología de empresas de seguros, la ocurrencia del suceso amparado en la póliza de seguros, comenzando las obligaciones a cargo del asegurador. Las mismas en la mayor parte de los casos es el pago de una cantidad de dinero, pudiendo tratarse también de una prestación de servicios, asistencia médica, jurídica, reparación de un daño, etc.¹²

Automotores: Se entiende por vehículo automotor todo aparato provisto de un motor propulsor, destinado a circular por el suelo para el transporte de personas o de bienes, incluyendo cualquier elemento montado sobre ruedas que le sea acoplado.

Víctima: Se entiende por víctima, la persona que ha sufrido daño en su integridad física como consecuencia directa de un accidente de tránsito.

Prima: Aportación económica que el contratante o asegurado da a la entidad aseguradora en concepto de contraprestación por la cobertura de riesgo que este le ofrece. Desde un punto de vista jurídico, es el elemento real más importante del contrato de seguro, porque su naturaleza, constitución y finalidad lo hacen ser esencial y típico de dicho contrato. La prima del SOAT la establece la Superintendencia Financiera.¹³

¹² Wikipedia: la enciclopedia libre [en línea] Florida: Fundación Wikipedia, Inc. 2012. [Consultado el 06 de octubre de 2012] disponible en internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Siniestro>

¹³ Mapfre seguros. Diccionario Mapfre de seguros. [en línea] [consultado el 11 de septiembre de 2012] disponible en <<http://www.mapfre.com/wdiccionario/general/diccionario-mapfre-seguros.shtml>>

Cuadro 1. Tarifas del SOAT

CODIGO TARIFA	DESCRIPCION	VALOR PRIMA	CONTRIBUCION FOSYGA 50%	TASA RUNT	COSTO TOTAL
(TABLA - 1) MOTOS					
111	MENOS DE 100 CC	156,000	78,000	1,600	235,600
121	ENTRE 100-200 CC	209,467	104,733	1,600	315,800
131	MAS DE 200 C.C.	236,267	118,133	1,600	356,000
141	MOTOCARRO	236,267	118,133	1,600	356,000
(TABLA -2) CAMPEROS Y CAMIONETAS					
211	MENOS DE 1500 CC HASTA 9 AÑOS	251,000	125,500	1,600	378,100
221	ENTRE 1500 Y 2500 CC HASTA 9 AÑOS	299,933	149,967	1,600	451,500
231	MAS DE 2500 CC HASTA 9 AÑOS	351,867	175,933	1,600	529,400
212	MENOS DE 1500 CC 10 AÑOS ó MAS	302,000	151,000	1,600	454,600
222	ENTRE 1500 Y 2500 CC 10 AÑOS ó MAS	355,467	177,733	1,600	534,800
232	MAS DE 2500 CC 10 AÑOS ó MAS	404,000	202,000	1,600	607,600
(TABLA -3) VEHICULOS DE CARGA ó MIXTO					
311	MENOS DE 5 TONELADAS	281,400	140,700	1,600	423,700
321	ENTRE 5 Y 15 TONELADAS	406,667	203,333	1,600	611,600
331	MAS DE 15 TONELADAS	514,333	257,167	1,600	773,100
(TABLA -4) OFICIALES ESPECIALES					
411	MENOS DE 1500 CC	316,733	158,367	1,600	476,700
421	ENTRE 1500 Y 2500 CC	399,467	199,733	1,600	600,800
431	MAS DE 2500 CC	479,000	239,500	1,600	720,100
(TABLA - 5) FAMILIARES HASTA CINCO (5) PASAJEROS					
511	MENOS DE 1500 CC HASTA 9 AÑOS	141,267	70,633	1,600	213,500
521	ENTRE 1500 Y 2500 CC HASTA 9 AÑOS	172,267	86,133	1,600	260,000
531	MAS DE 2500 CC HASTA 9 AÑOS	201,333	100,667	1,600	303,600
512	MENOS DE 1500 CC 10 AÑOS ó MAS	187,533	93,767	1,600	282,900
522	ENTRE 1500 Y 2500 CC 10 AÑOS ó MAS	214,400	107,200	1,600	323,200
532	MAS DE 2500 CC 10 AÑOS ó MAS	238,933	119,467	1,600	360,000
(TABLA -6) PARTICULARES DE SEIS (6) O MAS PASAJEROS					
611	MENOS DE 2500 CC HASTA 9 AÑOS	252,533	126,267	1,600	380,400
621	2500 CC ó MAS HASTA 9 AÑOS	338,267	169,133	1,600	509,000
612	MENOS DE 2500 CC 10 AÑOS ó MAS	322,600	161,300	1,600	485,500
622	2500 CC ó MAS 10 AÑOS ó MAS	406,267	203,133	1,600	611,000
(TABLA -7) AUTOS NEGOCIO-TAXIS-MICROBUSES HASTA 12 PASAJEROS					
711	MENOS DE 1500 CC HASTA 9 AÑOS	175,267	87,633	1,600	264,500
721	ENTRE 1500 Y 2500 CC HASTA 9 AÑOS	217,933	108,967	1,600	328,500
731	MAS DE 2500 CC HASTA 9 AÑOS	281,400	140,700	1,600	423,700
712	MENOS DE 1500 CC 10 AÑOS ó MAS	219,067	109,533	1,600	330,200
722	ENTRE 1500 Y 2500 CC 10 AÑOS ó MAS	269,533	134,767	1,600	405,900
732	MAS DE 2500 CC 10 AÑOS ó MAS	330,333	165,167	1,600	497,100
(TABLA -8) SERVICIO PUBLICO URBANO - MAS DE 12 PASAJEROS					
811	BUSES Y BUSETAS	411,933	205,967	1,600	619,500
(TABLA -9) SERVICIO PUBLICO INTERMUNICIPAL					
911	MENOS DE 10 PASAJEROS	415,733	207,867	1,600	625,200
921	10 ó MAS PASAJEROS	603,667	301,833	1,600	907,100

Fuente: Previsora Seguros

Comisión: Contraprestación entregada por las compañías de seguros a los agentes o agencias vendedoras, por la comercialización del SOAT en los sitios autorizados para su distribución. Esta comisión es de veinte dos mil pesos (\$22.000) m/cte. en promedio por cada SOAT vendido.

Cobertura: Derechos adquiridos por el tomador del seguro de acuerdo a la prima pagada. En el caso que nos ocupa los amparos fueron diseñados por el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, a saber:

Cuadro 2. Amparos del SOAT

COBERTURA	VALOR ASEGURADO
Gastos Médicos, quirúrgicos, farmacéuticos y hospitalarios	800 SMDLV
Indemnización por muerte	600 SMDLV
Gastos funerarios	150 SMDLV
Incapacidad permanente	180 SMDLV
Gastos de transporte	10 SMDLV**

Fuente: Estatuto Orgánico del Sistema financiero

**salario mínimo diario legal vigente

FOSYGA: Fondo de Solidaridad y Garantía del Sistema General de seguridad social en salud, creado mediante decreto 1896 de agosto 3 de 1994, como una cuenta adscrita al Ministerio de Salud, manejada por encargo fiduciario. Los recursos de esta subcuenta se destinan a:

- Pagar las indemnizaciones establecidas cuando las víctimas se originen en accidentes de tránsito que involucren vehículos no identificados o no asegurados.
- Pagar excedentes que resulten de la atención de las víctimas de accidentes de tránsito.

- Pagar gastos que demanden la atención de víctimas de eventos catastróficos. Si a diciembre 31 quedare algún saldo, se destinará el 30% al desarrollo de red nacional de urgencias.

5.2.1. Algunas preguntas frecuentes del SOAT

Cómo funciona el SOAT: En caso de accidente, el conductor, los pasajeros, los peatones u otros implicados tienen derecho a recibir atención médica inmediata en cualquier hospital, clínica o centro de salud.

Qué pasa si el SOAT está vencido o no existe: El Fosyga paga los 800 salarios mínimos legales diarios vigentes (SMDLV) que cubre el SOAT, más los 300 que le corresponden a la entidad (de ser necesario) y pasa la cuenta de cobro al responsable.

Que pasa cuando se exceden los 800 SMDLV: Entran a operar el POS u otras entidades, como las ARP o las EPS, de acuerdo con la cobertura y la situación del accidentado.

En dónde se adquiere el SOAT: En sitios autorizados por las autoridades y avalados por las propias compañías de seguros, como hipermercados, estaciones de servicio y agencias. La ley permite que las aseguradoras trabajen con agentes, siempre y cuando tengan herramientas para dar el certificado e incluir los datos en línea.

Por qué no se puede laminar: Al igual que los billetes, este tiene marcas de seguridad, tintas especiales, altorrelieves y marcas de agua que les sirven a las autoridades para verificar su autenticidad.

Consecuencias de no tener el SOAT al día: Tomado del diario el Líder *“Ya sea por descuido, olvido, irresponsabilidad, o más grave, por omisión, conducir sin portar el SOAT vigente, además de alto riesgo, acarrea una serie de costos para*

los infractores. Hacer la cuenta no es difícil y la grúa, la multa y los patios, convierten este hecho en un costoso descuido.

Olvidar portar el SOAT es como estar expuesto a tener que enfrentar unos gastos médicos altísimos en caso de accidente. Además de esto, la sanción por no portar el SOAT vigente acarrea una multa de 30 salarios mínimos legales diarios vigentes cada vez que sea sorprendido, además de la inmovilización del vehículo. Al hacer cuentas, el olvido mínimo le puede costar \$369.800 más el costo de comprar el SOAT que desde un principio le pudo haber costado una suma cercana e incluso menor a la que tuvo que gastar por multas, patios y grúa.

*Todo lo anterior, teniendo en cuenta los resultados de un estudio adelantado por FASECOLDA, el 95% de los asegurados creen que el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT), es eficiente a la hora de cubrir accidentes de tránsito. Además, estar tranquilo en el sentido que ante cualquier situación usted y los terceros afectados están cubiertos y la atención médica es garantizada de forma inmediata no tiene precio”.*¹⁴

5.3. MARCO CONTEXTUAL

El incremento en el parque automotor está directamente relacionado con la incursión de nuevos concesionarios en la ciudad; a esto podemos sumar la baja en los precios de los vehículos a nivel mundial, al igual que las facilidades dadas por la banca para el endeudamiento de la población.

Es indudable que los diferentes procesos del tratado de Libre Comercio que ha suscrito Colombia tendrán incidencia en este proceso y en la industria de los seguros.

¹⁴ El Lider Diario Caqueteño. [en línea] [consultado el 11 de septiembre de 2012] disponible en <<http://www.ellider.com.co/2011/09/06/%C2%BFcuanto-cuesta-no-tener-el-soat-al-dia>>

En primer lugar por el ingreso de nuevos vehículos y marcas al país así como la reducción de los costos de los mismos debido a los acuerdos en rebajas arancelarias.

Este primer análisis da a entender que se genera una gran demanda de seguros. Sin embargo y en un segundo lugar estos tratados también traen un componente en el sector financiero y específicamente en el tema de seguros, pues también se abren las puertas a nuevas compañías internacionales, lo que también generara una mayor oferta de aseguramiento en el país y muy seguramente estas regiones serán atractivas para los nuevos actores en el mercado, en este tema ya se encuentra promulgada la ley 1328 de 2009 que reforma el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y libera los seguros en Colombia, esta ley regirá a partir de junio de 2013.

Respecto al incremento del parque automotor de servicio público, la Secretaria de Tránsito Municipal se encarga de fijar tarifas en los cupos de circulación, como también en la autorización de ingreso de nuevos vehículos de negocio en la ciudad, para poder de alguna manera ejercer control y evitar una superpoblación de estos, aunque en la práctica esto no se cumpla.

5.3.1. Delimitación espacial: Este trabajo de investigación de mercados, especialmente de la oferta, se diseñó para desarrollarlo en Florencia, capital del Departamento del Caquetá.

Florencia es una ciudad joven, punto de convergencia de los municipios del norte y del sur del Caquetá. Está ubicada en la zona de piedemonte entre la Cordillera Oriental y la Amazonia, en la margen derecha del río Hacha, lo cual le da una posición privilegiada ambientalmente al ser el enlace entre la Región Andina y la Región Amazónica. Dista 519 km de la ciudad de Bogotá, capital de la República de Colombia. Cuenta con 157 450 habitantes de acuerdo con la proyección del

DANE para 2010. Su extensión territorial es de 2292 km², su altitud media es de 242 msnm, su temperatura promedio es de 25° C. Está constituida por cuatro comunas en su área urbana y siete corregimientos en su área rural.¹⁵

Figura 2. Ubicación geográfica de la ciudad de Florencia



5.3.2. El sector asegurador en Florencia: El comportamiento de las primas emitidas por el sector asegurador en la ciudad de Florencia, en los ramos obligatorios durante el periodo de estudio presenta el siguiente comportamiento:

¹⁵ Wikipedia. Florencia (Caquetá) [en línea] [consultado el 11 de septiembre de 2012] disponible en <[http://es.wikipedia.org/wiki/Florencia_\(Caquetá\)#cite_note-Territorios-7](http://es.wikipedia.org/wiki/Florencia_(Caquetá)#cite_note-Territorios-7)>

Cuadro 3. Porcentaje de participación por ramos en el mercado de seguros en Florencia a abril de 2012.

RAMO	% DE PARTICIPACION EN LA PLAZA
AUTOMOVILES	15,6%
CUMPLIMIENTO	1,1%
INCENDIO Y LUCRO CESANTE	4,3%
INGENIERIA	2,7%
MANEJO	0,6%
RESPONSABILIDAD CIVIL	3,7%
SUSTRACCION	1,4%
TERREMOTO	1,5%
TRANSPORTE	0,3%
ACCIDENTES PERSONALES	0,9%
COLECTIVO Y GRUPO	4,8%
VIDA INDIVIDUAL	2,9%
RIESGOS PROFESIONALES	15,6%
SOAT	44,3%
TOTAL	100,0%

Fuente: FASECOLDA. Estadísticas. [en línea] [consultado el 04 de septiembre de 2012] disponible en http://www.FASECOLDA.com/FASECOLDA/BancoConocimiento/E/estadisticas_del_sector_-_resumen_ejecutivo/estadisticas_del_sector_-_resumen_ejecutivo.asp?Cambiar=InformesEstad%EDsticos

Como se puede apreciar en el cuadro 3, el porcentaje de participación del ramo SOAT frente a los otros ramos existentes en Florencia es lo suficientemente alto como para desarrollar su comercialización masiva.

5.3.3. Composición de las primas emitidas por el sector asegurador a nivel local – Florencia- distribuido por compañías de seguros: A partir de la década de los noventa y de los acelerados procesos de liberalización y apertura se hace más notoria la posibilidad de obtener pólizas de seguros a través de intermediarios de seguros –agentes independientes, corredores, agencias- aún sin la presencia directa de las compañías de seguros. En la actualidad en el departamento del Caquetá tienen presencia directa a través de sucursales y agencias con representación y decisión las siguientes compañías:

- ✓ La Previsora S.A.
- ✓ Positiva Compañía de seguros
- ✓ La Equidad Seguros

Es de anotar que a través de agentes independientes y agencias de intermediación es posible suscribir contratos de seguros con compañías como: Cóndor Compañía de Seguros, Aseguradora Solidaria de Colombia, Seguros Colpatria, Colseguros, Seguros Bolívar, Suramericana, Compañía Mundial de Seguros, Seguros del Estado, MAPFRE Seguros, entre otras, cuya producción se contabiliza con cargo a otras ciudades, principalmente Neiva, Ibagué y Bogotá. De igual forma se debe anotar que en años anteriores tuvieron representación directa en el Departamento compañías como MAPFRE, Aseguradora Solidaria y Liberty.

Cuadro 4. Primas emitidas por el sector asegurador en la ciudad de Florencia distribuido por compañía (Cifras en miles de pesos)

AÑO 2010			AÑO 2011		ABRIL DE 2012	
COMPAÑÍA	Vr. PRIMAS	% PARTICIPACION EN LA PLAZA	Vr. PRIMAS	% PARTICIPACION EN LA PLAZA	Vr. PRIMAS	% PARTICIPACION EN LA PLAZA
COLMENA	214.541	1,6%	223.184	1,3%	130.221	2,3%
EQUIDAD	1.876.530	16,1%	2.430.704	13,9%	804.950	14,2%
POSITIVA	2.122.435	15,2%	2.943.397	16,8%	922.685	16,3%
PREVISORA	7.518.097	64,7%	11.355.024	64,8%	3.667.173	64,6%
SURAMERICA NA	334.217	2,4%	570.380	3,3%	151.097	2,7%
Total	12.065.8	100,0%	17.522.6	100,0%	5.676	100,0%

Fuente: FASECOLDA. Estadísticas. [en línea] [Consultado el 04 de septiembre de 2012] disponible en <[http://www.FASECOLDA.com/FASECOLDA/Banco Conocimiento/ E/estadísticas _del_sector_-resumen_ejecutivo/estadisticas_del_sector_-_resumen_ejecutivo.asp](http://www.FASECOLDA.com/FASECOLDA/Banco_Conocimiento/E/estadisticas_del_sector_-resumen_ejecutivo/estadisticas_del_sector_-_resumen_ejecutivo.asp). Cambiar=Informes Estad%EDsticos

5.3.4. Análisis de los competidores: La mayor o menor intensidad de la rivalidad entre la competencia en un sector lo hace más o menos atractivo, ya que a mayor rivalidad menor estabilidad y un menor nivel de servicios.

En el departamento del Caquetá solo existe presencia directa de dos compañías de seguros; dentro del sector se encuentran las agencias y agentes intermediarios, encontrándose en Florencia veintiuna agencias las cuales se relacionan a continuación:

Cuadro 5. Agencias intermediarias de seguros que operan en la ciudad de Florencia

AGENCIAS Y AGENTES
FEXVAN LTDA
PORVENIR LDA ASESORES DE SEGUROS
JOSE ALEJANDRO GOMEZ
RUBIOLA GOMEZ RESTREPO
ELHUYER MURCIA ARENAS
MIGUEL ALFONSO ABADIA
JHON GILBER RIVERA SALGADO
FLOREZ Y ASOCIADOS LTDA
CARLOS ARIEL DUQUE BAHENA
BIBIANA GONZALE ESPAÑA
SEGUROS ATLANTA
SEGUROS GLOBAL
ASESORIAS JURIDICAS Y DE SEGUROS
DELTA SEGUROS FLORENCIA
ACOSTA Y CIA LTDA SEGUROS
ASSEGUARAR ASESOR DE SEGUROS
ADMINISTRADORA DE SEGUROS Y SERVICIOS
SEGUROS Y REPRESENTACIONES TECNICAS
AGENCIA NACIONAL DE SEGUROS
ACJ ASESORES DE SEGUROS
EMMANUEL SEGUROS

Fuente: Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá.

Es importante anotar que la comercialización a través de banca seguros apenas empieza a penetrar en el departamento. Gran parte de las agencias y agentes están vinculados a las tres compañías de seguros que tiene presencia directa en el departamento, al igual que se relacionan con otras compañías que no tienen representación en el Caquetá como son: Colseguros, Colpatria, Central de

Seguros, Seguros del Estado, Mundial de seguros, Seguros Cóndor, Suramericana, sin embargo, la penetración de estas empresas se da en ramos específicos, algunos por fuera de los nichos establecidos por las compañías radicadas en el departamento.

5.3.5. EL RAMO DE SEGURO OBLIGATORIO DE ACCIDENTES DE TRANSITO: El valor de las primas colocadas en el mercado local para el ramo de SOAT en el año 2011 alcanzó aproximadamente la suma de siete mil trescientos cinco millones de pesos (\$7.305.000.000.00) y al 30 de abril de 2012, mil seiscientos cuarenta y cinco millones de pesos (\$1.645.000.000) según cifras de FASECOLDA, donde la gran parte es atendida por La Previsora y por otras compañías como Colpatria, QBE, Mundial Seguros, Seguros del Estado, a través de los intermediarios. La dinámica económica del Departamento prevé un aumento de entre el 6% y 8% en este ramo. Haciendo un estimado de las primas que se pueden generar de acuerdo a la cantidad de vehículos matriculados en la secretaria de tránsito municipal de Florencia, se obtiene un valor de \$11.935.100.500, que comparado con la información dada por FASECOLDA, sobre las primas facturadas para el año 2011, el cual corresponde a \$7.305.000.000, se refleja un excedente no facturado de \$4.630.100.500, lo que se configura como un mercado potencial para los nuevos sitios interesados en ofertar sus servicios.

Cuadro 6. Cálculo estimado anual de primas de SOAT en la ciudad de Florencia

CLASE VEHICULO	CANT. VEHICULOS	VALOR PROMEDIO SOAT AÑO 2012	TOTAL ESTIMADO EN PRIMAS AÑO 2012
AUTOMOVIL	1661	529.400	879.333.400
BUS	207	813.000	168.291.000
BUSETAS	146	813.000	118.698.000
CAMION	160	773.100	123.696.000
CAMIONETA	251	607.600	152.507.600
CAMPEROS	604	607.600	366.990.400
MICRIBUS	97	611.000	59.267.000
TRACTO CAMION	1	773.100	773.100
MOTOCICLETAS	28.223	356.000	10.047.388.000
MOTOCARRO	50	356.000	17.800.000
CUATROMOTO	1	356.000	356.000
	31.401		11.935.100.500

6. ASPECTOS METODOLOGICOS DE INVESTIGACION

De acuerdo a la teoría de investigación cuantitativa hay enfoques:

Descriptivo: Son aquellos que estudian situaciones que ocurren en condiciones naturales, que conciernen y son diseñados para describir la distribución de variables, Por ejemplo, un estudio descriptivo puede ser diseñado para conocer las características y distribución de los pacientes ingresados a hospitales debido a accidentes de tránsito en los que está involucrado el consumo de alcohol.

Exploratorio: Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular. Los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en si mismos, generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables;

Explicativo: Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos o sociales.

Correlacional: Estos tienen como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más variables o conceptos y categorías, miden el grado de relación entre esas dos o más variables; es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. En el caso de las investigaciones cualitativas también es factible tener un alcance Correlacional entre dos o más conceptos, categorías o variables aunque no se miden las relaciones, ni se establece numéricamente su magnitud.

6.1. TIPO DE ESTUDIO

Para esta investigación se utilizará el estudio descriptivo ya que este permite establecer las características demográficas de la población objeto a investigar, de igual manera se identifica las formas de conductas, actitudes y comportamientos de las personas, el impacto, el resultado y la utilidad, aplicando herramientas como entrevistas y encuestas.

6.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Cuantitativo: Lo que pretende la investigación cuantitativa es determinar y explicar, a través de la recolección de grandes cantidades de datos, fundamentar sólidamente una hipótesis. El método cuantitativo responde a los intentos de aproximar y dar validez a las disciplinas sociales que suelen recurrir a la historia o a la filosofía para explicar y justificar lo estudiado.

Se debe considerar, además, que el método cuantitativo responde a la aplicación del objetivo citado, generalmente la recolección de estos datos pasa a través de la aplicación de encuestas y sondeos a un universo o a una muestra de éste, donde por universo se entiende la totalidad de la estructura a estudiar, llámese país, región, ciudad, empresa, partido político, etc. y por muestra se entiende a una parte de este universo, que puede ser elegida al azar o a través del criterio del investigador. Estas encuestas contienen una serie de preguntas cuyas respuestas contienen los datos a estudiar, los cuales pueden ser categorizados como de intervalo, de rango o de categoría.

Comparativo: El único método, universalmente aceptado, para probar el parentesco lingüístico, es buscar una lista suficientemente amplia de términos relacionados mediante el método comparativo, que exhiba correspondencias fonéticas regulares. No existe acuerdo sobre el número mínimo

de relacionados para dar por establecida una relación genética, aunque la mayoría de las familias de lenguas cuentan con alrededor de mil o dos mil familias.

Los métodos cualitativo y comparativo hacen parte de esta investigación ya que se hace necesario recolectar información que permita hacer una hipótesis por medio de encuestas y conocer la totalidad de la población a investigar.

6.3. FUENTES Y TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

6.3.1. Población Una vez consultado en la secretaria de tránsito y transportes de Florencia, se obtuvo información de la población del municipio de Florencia que posee vehículo, constituyéndose en la población para la investigación y se obtuvieron cifras de 31.401 vehículos, donde 28.223 son motos y 3.178 son carros de diferentes gamas y servicio según datos con corte al 03 de noviembre de 2009, fecha en la que entro en vigencia el RUNT. Es de aclarar que la secretaría de transito actualmente no cuenta con el personal idóneo ni un software apropiado para hacer las respectivas actualizaciones de las bases de datos. De otra parte, con la quema total de las instalaciones de la secretaría de tránsito en julio de 2011 fueron incinerados más de 45.000 registros de vehículos según información del periódico la Nación en su edición del 23 de julio de 2011. El aumento exponencial de motocicletas en los últimos dos años provocado por un agente nuevo como es el Mototaxismo del cual no se tiene datos actualizados por lo tanto tomamos el último dato anotado anteriormente. De estos según la formula se realizaron 379 encuestas a las personas que requieren tener asegurados los vehículos y según información suministrada por la Cámara de Comercio de Florencia, se encuentran inscritos 21 sitios de comercialización del SOAT, como son los agentes, agencias, una compañía de seguros y otros sitios como concesionarios y centros de revisión técnico mecánica, en los cuales se practicaron 8 entrevistas.

6.3.2. Muestra La encuesta se elabora dentro del estudio de mercado con el objetivo de medir aspectos como el porcentaje de satisfacción de las personas usuarias del SOAT, sitio de preferencia para su compra, nivel de conocimiento sobre los sitios donde se oferta el producto, la situación actual de oferta y demanda, para utilizar esta información como base para el análisis del mercado de los seguros obligatorios en Florencia.

6.3.1.1. **Tipo de muestreo:** probabilístico aleatorio por conglomerado, ya que todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra. De la población se encuestara a 379 personas.

6.3.1.2. **Tamaño de la muestra:** para determinar el tamaño de la muestra se tuvo en cuenta la siguiente información: la población objeto es de 31.000 vehículos, un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5%

Aplicando la fórmula de la muestra:

$$N = (Z^2 pqN) / (Ne^2 + Z^2 pq)$$

- Nivel de confianza (Z)= 1.96
- Grado de error (e)=0.05
- Universo (N)= 31.000
- Probabilidad de ocurrencia (P)= 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q)= 0.5

$$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (31.000)) / ((31.000) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((3.84) (0.25) (31.000)) / ((31.000) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

$$n = 29.760 / 77.5 + 0.96$$

$$n = 29.760 / 78.46$$

$$n = 379$$

Figura 3. Formula muestra poblacional

MUESTRA POBLACIÓN FINITA			$n = \frac{\sigma^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sigma^2}{N}}$
n	?	TAMAÑO DE LA MUESTRA	
N	31.000	TAMAÑO DE LA POBLACION	
Z	1,96	# DE DESVIACIONES ESTÁNDAR	
σ^2	0,25	VARIANZA MUESTRAL	
E	5,0%	ERROR MUESTRAL	
n = 379			

6.3.2. Técnicas o instrumentos a utilizar

Los instrumentos a utilizar son las entrevistas, encuestas y revisión documental como consulta de bases de datos de instituciones reguladoras, controladoras, estadísticas del SOAT.

6.3.3. Fuentes de información

Fuentes primarias: las personas encuestadas y entrevistadas, bases de datos de las entidades como Cámara de Comercio de Florencia, secretaria de tránsito municipal, La Previsora Compañía de seguros.

6.3.4.1 La encuesta: A partir de la población se estimó una muestra de 379 encuestas, las cuales se realizaron en Parquaderos públicos (parque principal, centro de la ciudad, frente a clínicas y hospitales, frente a galería central) de manera aleatoria.

Al momento de realizar el contacto con la persona a encuestar se le informa el objetivo de la encuesta, posteriormente es necesario determinar si esta persona cumple con un requisito: Tener vehículo propio (incluye motocicletas y autos).

Fuentes secundarias: FASECOLDA, agencias y agentes vendedores del SOAT. Bases de datos de las entidades como Cámara de Comercio de Florencia, secretaria de tránsito municipal, La Previsora Compañía de seguros.

7. RECURSOS DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Recursos humanos: Las tres estudiantes encargadas de realizar la investigación realizarán todas las acciones tendientes a lograr el objetivo propuesto.

7.2. Recursos técnicos: Se hizo uso de computadores para el procesamiento de la información recolectada

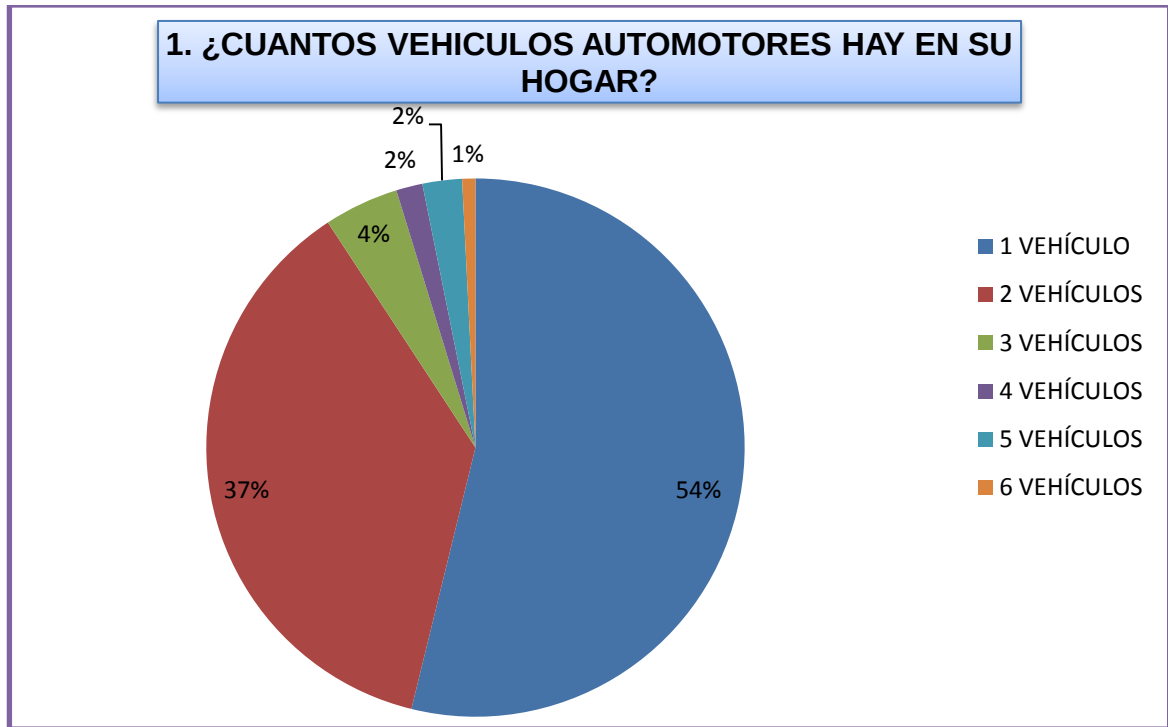
7.3. Recursos financieros: recursos propios de las estudiantes.

8. ANALISIS DE RESULTADOS

8.1 TABULACION DE ENCUESTAS

Análisis de información recolectada

Figura 4. Pregunta 1.



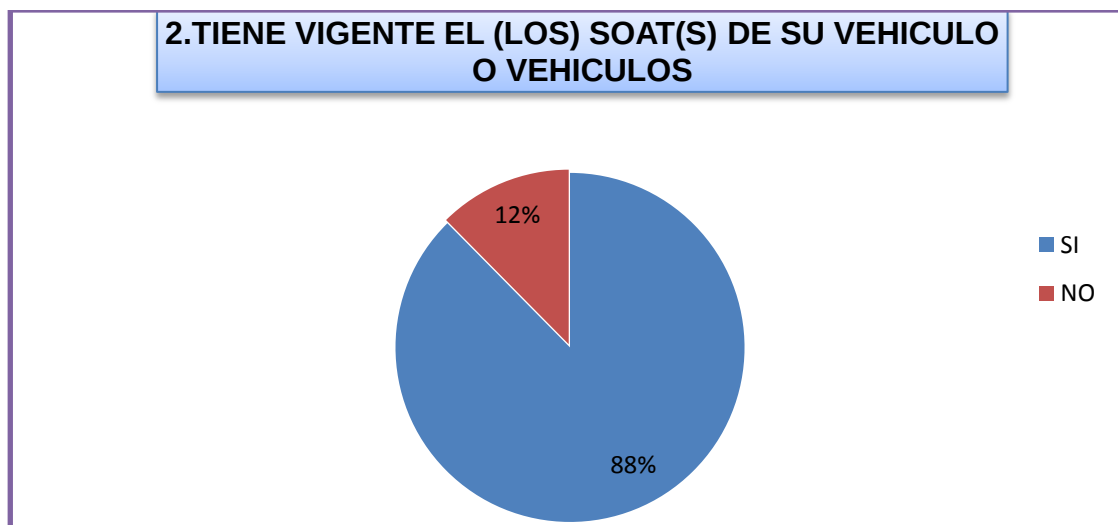
Realizada la tabulación de la información recolectada con la aplicación de la encuesta se encontró que en la pregunta número 1 el predominio de vehículos automotores en la población objeto es 1 y el menor número es de 6 por lo tanto la compra y utilización de seguros obligatorios para accidentes de tránsito SOAT se refleja por número de hogares y no por número de vehículos en cada vivienda.

Este resultado es concordante con el crecimiento acelerado de compra y utilización de vehículos automotores en la ciudad de Florencia especialmente motocicletas, utilizadas como medio de transporte personal. Otro factor importante de este crecimiento es el aumento acelerado del transporte no

constituido legalmente. (Mototaxismo) que por costumbre de los Florencianos es utilizado con gran frecuencia en esta ciudad.

De otra parte las compañías de automotores, de financiamiento, el impacto del tratado de libre comercio, los créditos bancarios, de libre consumo y para compra de automotores, aumentan sus portafolios de servicios con atractivas ofertas y facilidades para la adquisición de automotores.

Figura 5. Pregunta 2.

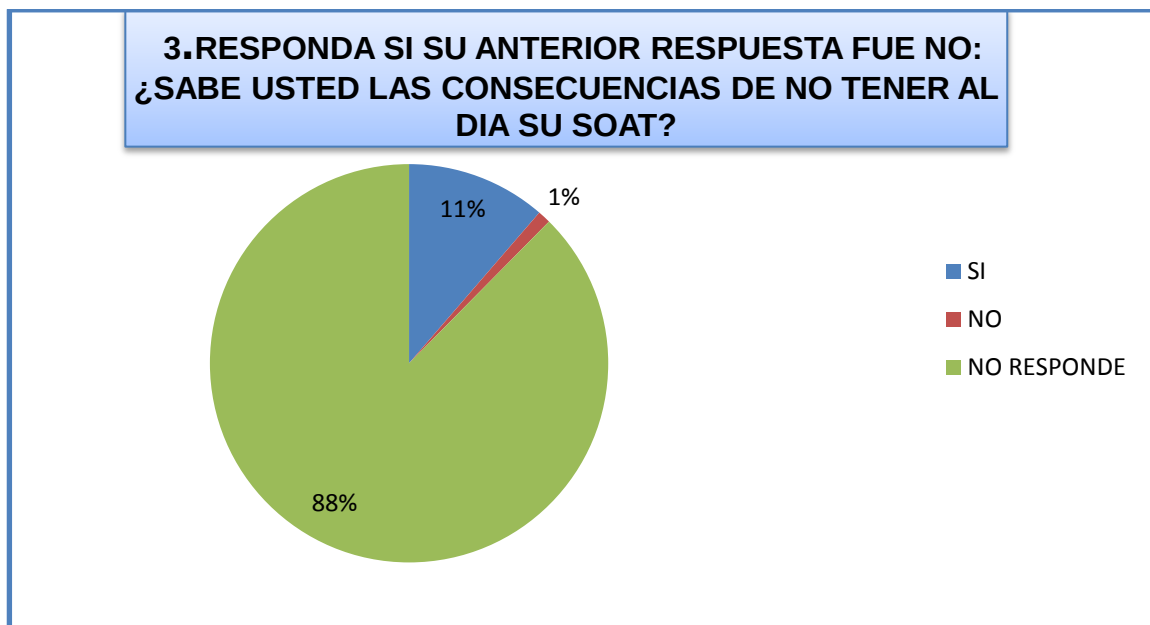


El 88% de la población encuestada afirman tener vigente el SOAT de su automotor, y el 12% no.

Teniendo en cuenta la gravedad y consecuencias que implica no tener el SOAT vigente ya sea por descuido, olvido, irresponsabilidad, cualquiera que sea la causa, es un riesgo muy alto que corre la persona que elija infringir la norma. Esto le puede costar grandes sumas de dinero debido a las multas ocasionadas, detección del vehículo y en caso de un accidente el costo de todos los gastos derivados de este.

Este porcentaje del 12% para nuestro estudio se convierte en un potencial de posibles compradores.

Figura 6. Pregunta 3



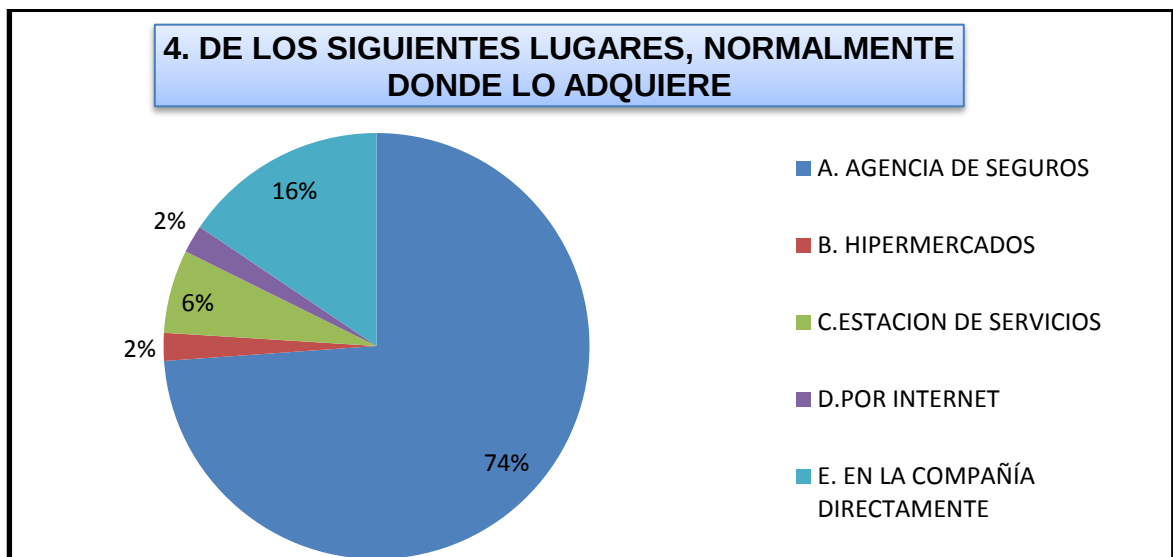
Ante este interrogante se encuentra que la población que contestó no tener vigente su seguro obligatorio pese a que no están al día con este requisito, sí saben las consecuencias y sanciones a que puedan ser sometidos por esta falta. Solo el 1% de la población que contestó no tener vigente su seguro obligatorio contra accidentes de tránsito, no saben las consecuencias de no tener al día este requisito.

Ante los anteriores hallazgos se puede deducir que es necesario una mayor culturización e información por parte de las compañías comercializadoras de seguros como estrategias comerciales y mecanismos de retención de clientes.

Otro factor relevante es la falta de dinero disponible al momento de vencer el SOAT existente, aunque no es una justificación válida por su condición de obligatoriedad cada propietario de cualquier automotor se presume debe tener la respectiva provisión para tal fin; ante una situación de esta magnitud nos

encontramos en una cultura de poca planeación, por lo tanto para nuestro objetivo, será una oportunidad de fortalecer las ventas con planes de financiamiento, campañas de concientización con ese 12% de potencial con ausencia del requisito del este seguro.

Figura 7. Pregunta 4.

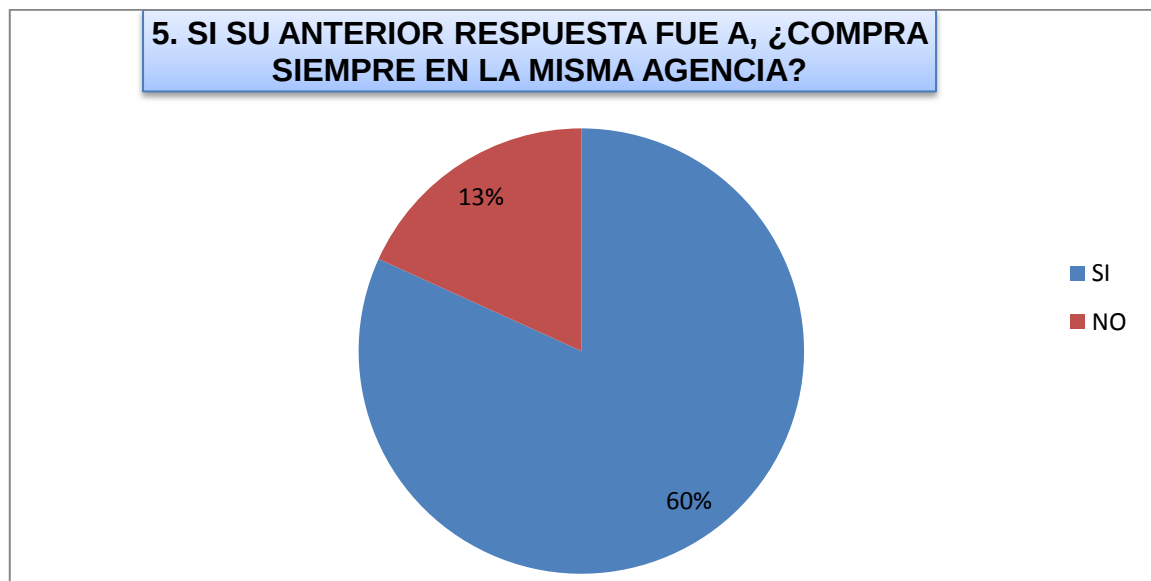


Ante el lugar de adquisición del SOAT, se encuentra que el 74% de los usuarios adquieren sus seguros en las agencias de seguros, seguida de las compañías directamente, es importante destacar la fidelidad de clientes derivada de la confiabilidad que le generan las agencias y compañías comercializadoras de seguros.

Los hipermercados son los lugares con menor resultado de clientes a la hora de comprar el SOAT, esto es debido a la ausencia de este tipo de negocios en Florencia.

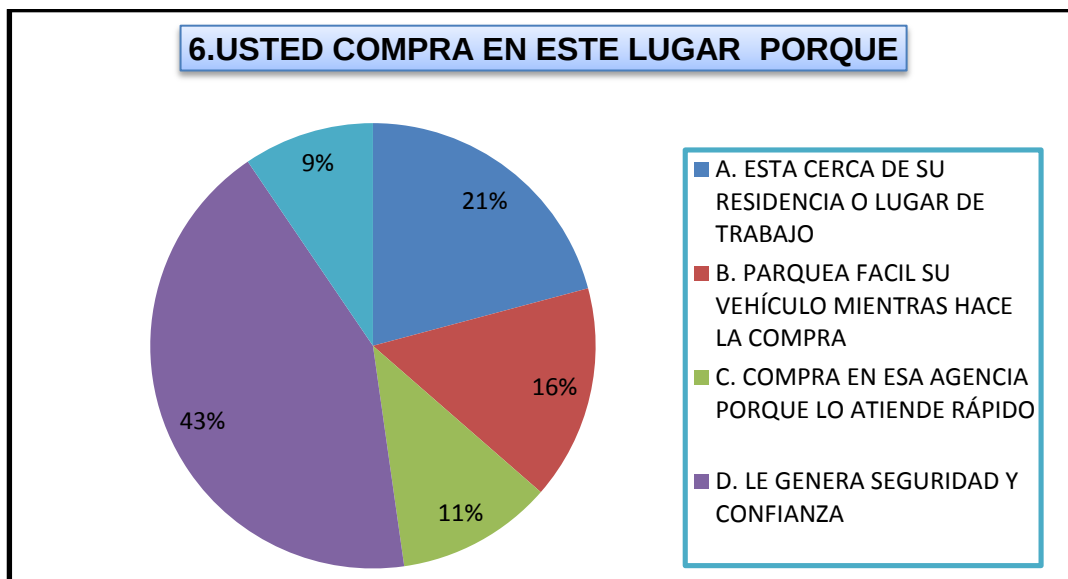
Las estaciones de servicios están con un porcentaje del 6% que podrá llegar a crecer de forma importante por la facilidad y relación con la revisión técnica mecánica, mantenimiento de los automotores entre otros.

Figura 8. Pregunta 5.



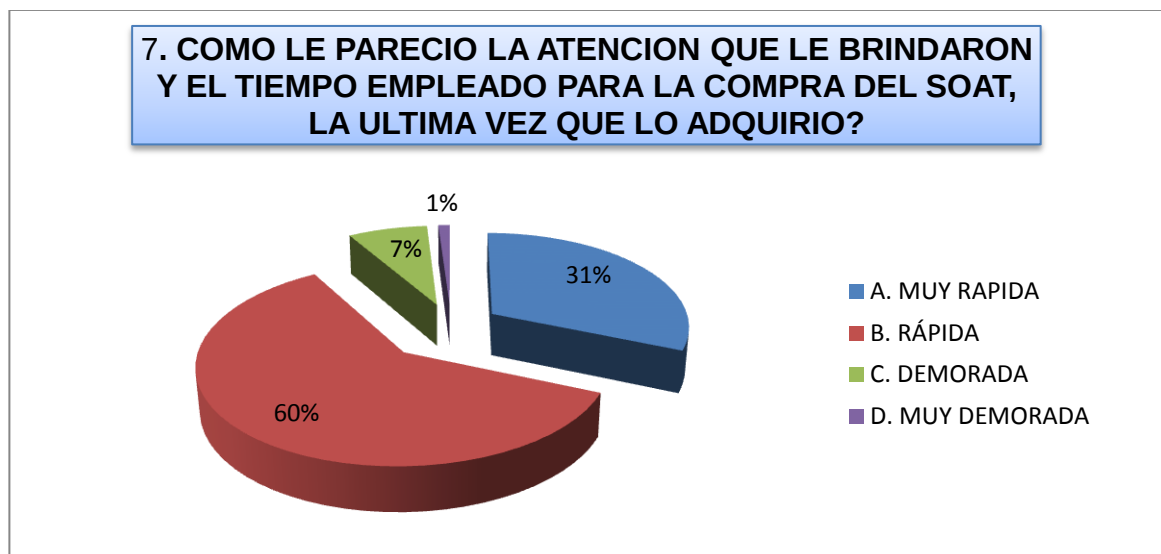
Como mencionamos anteriormente, la fidelidad de clientes seguida de la costumbre, el servicio oportuno juega un papel importante en la decisión de compra.

Figura 9. Pregunta 6.



La seguridad y confianza son la característica de mayor relevancia al momento de decidir la compra del SOAT. Sin embargo hay otros aspectos que se pueden convertir en aspectos importantes para este tipo de negocio: la comodidad de parquear sin complicaciones y sin gastos adicional mientras compra el seguro, la rapidez y puntualidad con que sea atendido, o la comodidad de contar con un agencia cerca del lugar de trabajo o residencia, son factores bien significativos para la prestación del servicio.

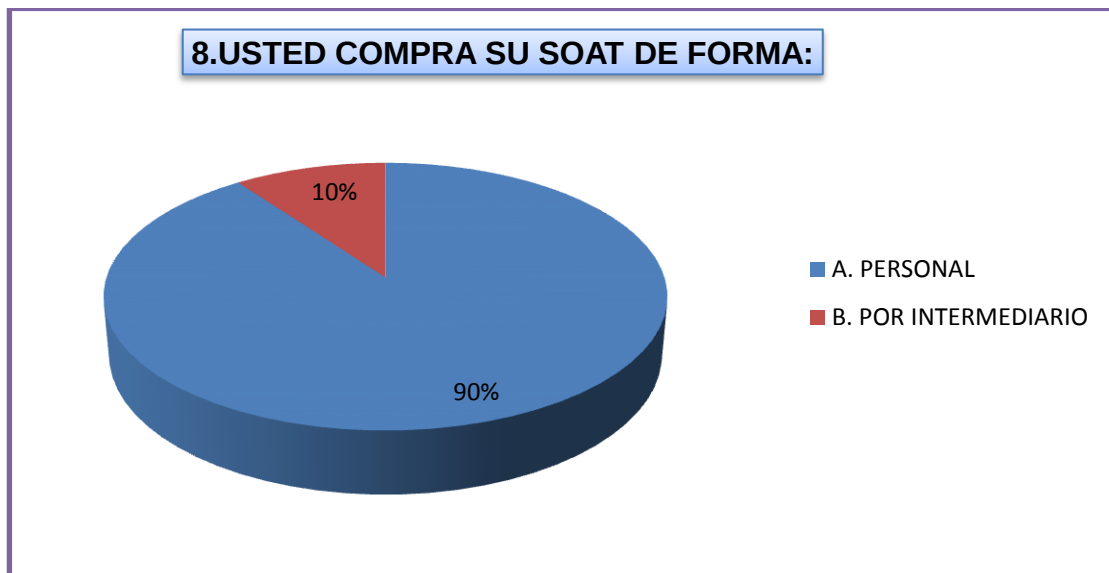
Figura 10. Pregunta 7.



Los clientes prefieren rapidez y efectividad cuando de comprar un servicio se trata, la población objeto de estudio considera ser atendida de forma rápida en un 60%, muy rápida el 31% demorada el 7%, muy demorada el 1%.

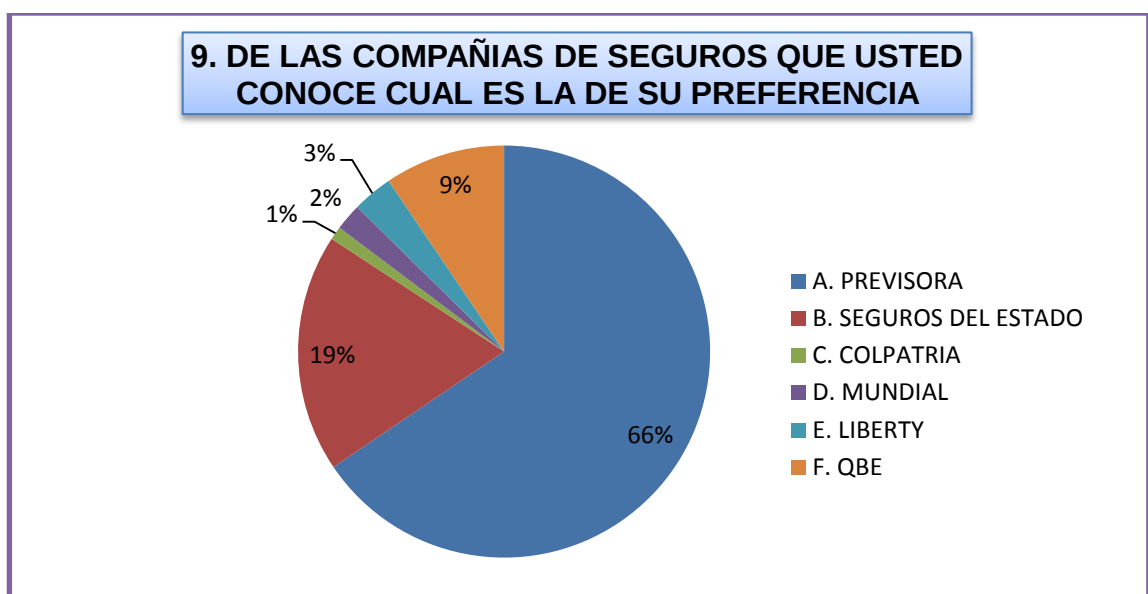
La calidad del servicio, la rapidez y la buena imagen de la entidad aseguradora serán factores determinantes en las motivaciones del cliente para elegir su compañía aseguradora y los productos más idóneos, siendo el factor de Diferenciación, por excelencia, la calidad del servicio, de lo contrario la perecibilidad del servicio será inherente a este.

Figura 11. Pregunta 8.



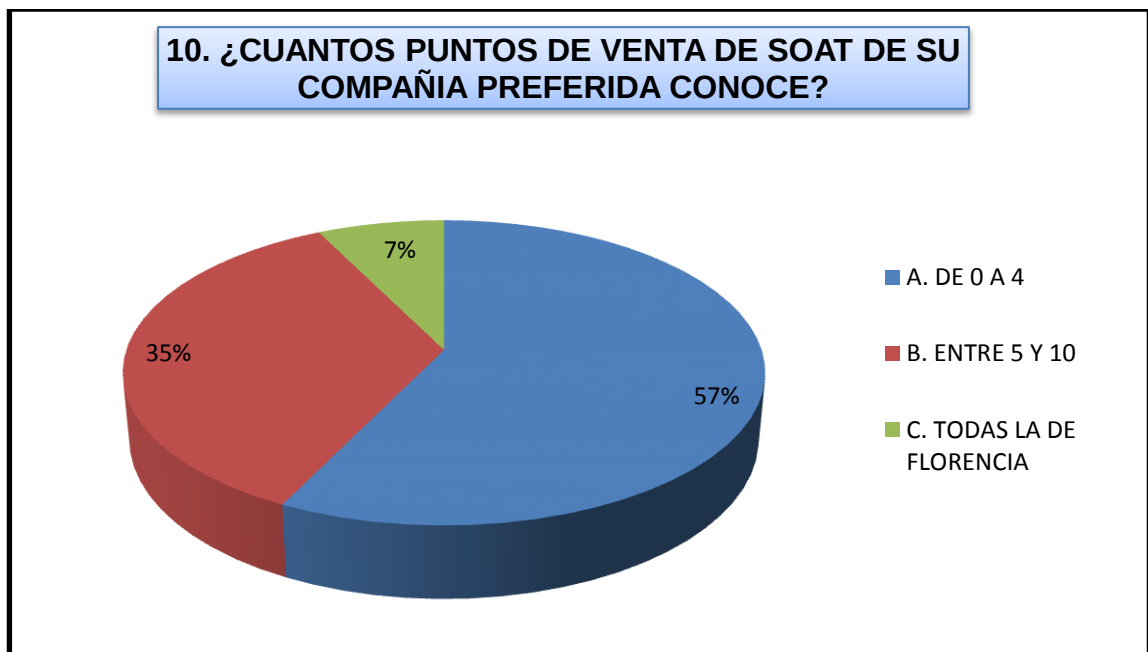
El 90% de los Florencianos prefieren adquirir el SOAT de forma personal y el 10% a través de intermediarios como: un familiar cercano, un amigo o conocido que se dedican a esta actividad de comercializar con seguros.

Figura 12. Pregunta 9.



La preferencia por las compañías de seguros, se enfoca por la Previsora seguros con el 66% frente a las demás competidoras que en términos de marketing y como estrategia de posicionamiento de marca, se encontró que la compañía de seguros más recordada en la ciudad de Florencia es La Previsora, lo que corrobora la información de cifras de FASECOLDA encontrada, que hace alusión a las primas emitidas en el sector, donde Previsora Seguros es la que tiene una colocación en primas del 64% en promedio entre los años 2010, 2011 y lo corrido del 2012.

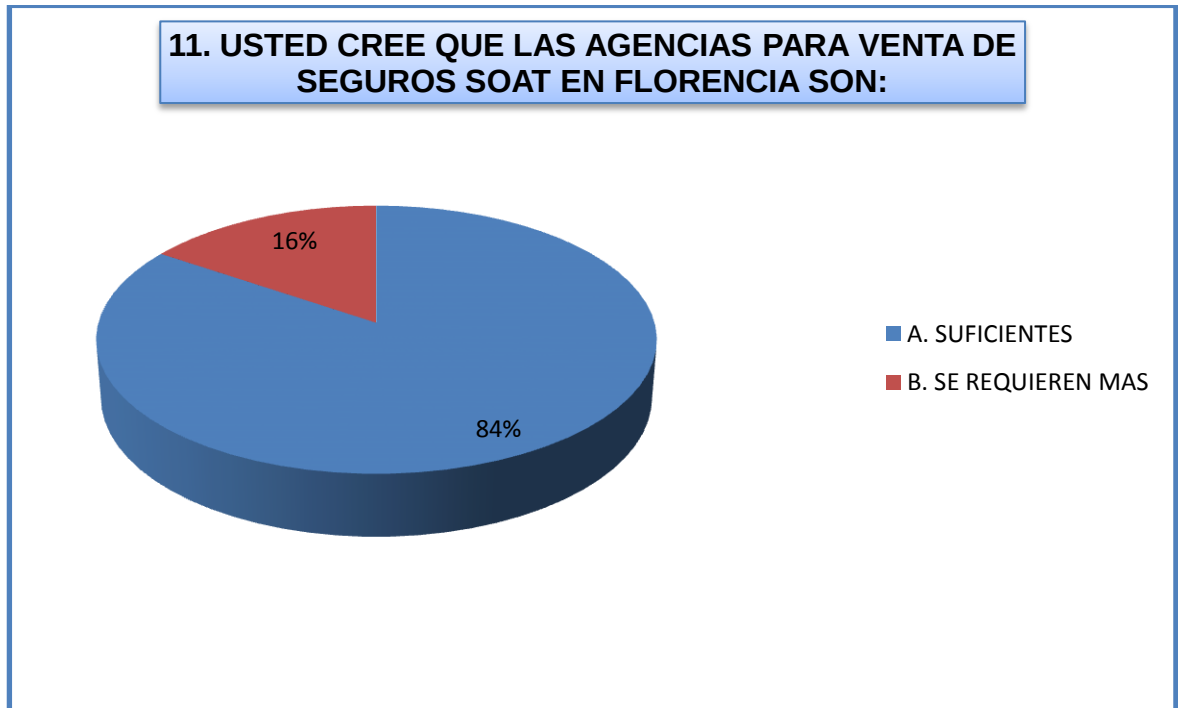
Figura 13. Pregunta 10.



Acerca de la cantidad de puntos o agencias de preferencia personal de cada encuestado, se observa que el 57% de esta población conoce entre 0 a 4 agencias, el 35% entre 5 y 10 y el 7% las conoce todas.

La oferta de SOAT está bien difundida entre el potencial de clientes, los gustos y preferencia individuales están relacionados con la confiabilidad y seguridad del servicio ofrecido en cada negocio.

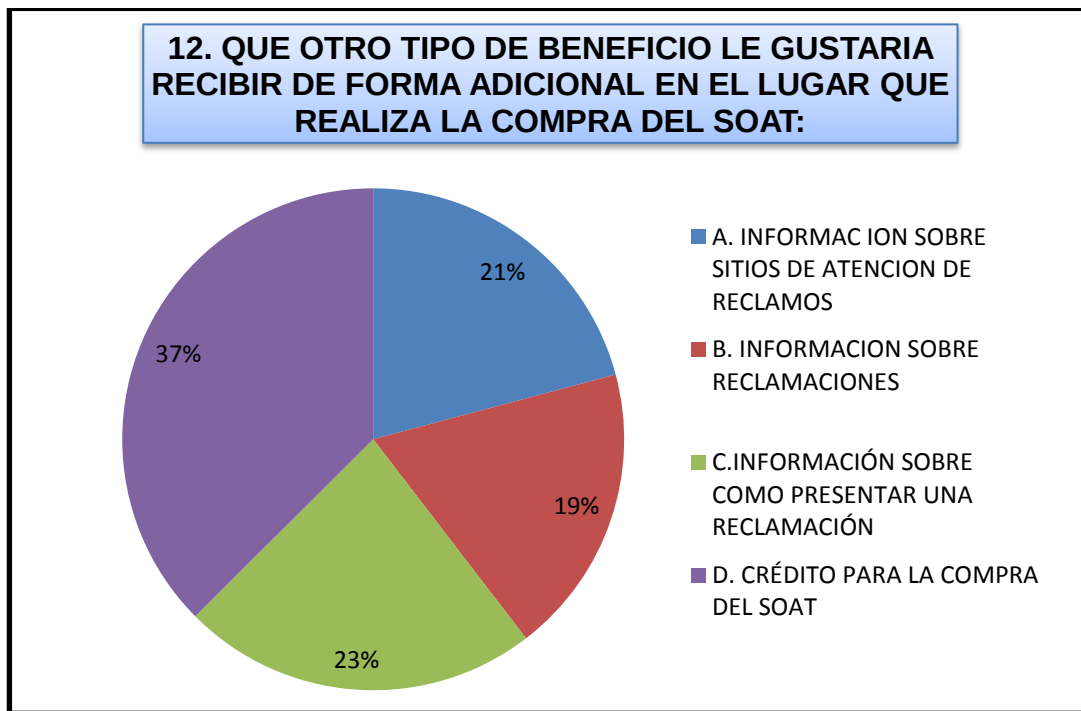
Figura 14. Pregunta 11.



La percepción del 84% en los clientes encuestados es que las agencias y actuales negocios existentes son suficientes para para satisfacer la demanda de seguros mientras el 16% están de acuerdo con ampliar la cobertura de agencias y negocios de venta de seguros.

Este 16% serían futuros clientes potenciales para la apertura de una nueva agencia, previo estudio detallado de otros motivos diferentes a los tratados, por los cuales consideran la insuficiencia de este tipo de negocios.

Figura 15. Pregunta 12.



La opción de crédito para la adquisición del SOAT, es la preferida por la población encuestada, esta información resulta útil para aquellas compañías o agencias comercializadoras de seguros que deseen vincular a sus clientes mediante sistema de financiamiento y que podría resultar una estrategia de retención de clientes y fidelización.

9. CONCLUSIONES

El mercado de seguros SOAT en la ciudad de Florencia ha incrementado su participación en los últimos tres años debido a varios factores sociales tales como la globalización, la incursión del sector servicios de transporte y las nuevas tendencias de consumo de automotores lo cual ha ocasionado un importante aumento de compañías y agencias comercializadoras de este producto como alternativas de negocio que buscan una mayor participación en el sector servicios; Según cifras de la Secretaria de Tránsito municipal de Florencia, (al 03 de noviembre de 2009) se encuentran matriculados 31.401 vehículos entre motocicletas y carros de diferente gama y uso en esta ciudad, no obstante a esta cifra se debe tener en cuenta el número de vehículos matriculados en otros departamentos y que circulan en la ciudad, para este estudio se optó tener en cuenta el registro oficial anteriormente señalado.

Las condiciones del mercado del SOAT en la ciudad de Florencia son: valor de las primas colocadas en el mercado local para el ramo de SOAT en el año 2011 alcanzó la suma de siete mil trescientos cinco millones de pesos (\$7.305.000.000.00) y al 30 de abril de 2012, mil seiscientos cuarenta y cinco millones de pesos (\$1.645.000.000) según cifras de FASECOLDA, donde la gran parte es atendida por La Previsora y por otras compañías como Colpatria, QBE, Mundial Seguros, Seguros del Estado, a través de los intermediarios. La dinámica económica del Departamento prevé un aumento de entre el 6% y 8% en este ramo; Haciendo un estimado de las primas que se pueden generar de acuerdo a la cantidad de vehículos matriculados en la secretaria de tránsito municipal de Florencia, se obtiene un valor de \$11.935.100.500, que comparado con la información dada por FASECOLDA, sobre las primas facturadas para el año 2011, el cual corresponde a \$7.305.000.000, se refleja un excedente no facturado de \$4.630.100.500, lo que se configura como un mercado potencial para los nuevos sitios interesados en ofertar sus servicios.

En la actualidad la oferta del Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito en la ciudad de Florencia está determinada por veintiún (21) agencias y una compañía de seguros para la comercialización de este servicio. Según los resultados del estudio se concluye que aunque hay un mercado por explorar las empresas existentes cuentan con la capacidad instalada y ellas mismas pueden llegar a capturar el potencial de la demanda; la fidelidad de clientes y preferencia de compañías así como el posicionamiento de estas, juegan un papel muy importante en este segmento, sin embargo esto no es impedimento para el surgimiento de nuevos negocios al tener presente la dinámica de los mercados.

Las empresas y compañías de seguros existentes en Florencia deben tener en cuenta este y nuevos estudios de mercado incursionando modelos de servicio a los clientes, novedosos y atractivos con estrategias de marketing de retención de clientes capaces de capturar la totalidad de la demanda.

En el marco del estudio se encontró que unas de las razones por las cuales los clientes no adquieren el SOAT en la ciudad de Florencia son: falta de cultura en este sector, dificultades económicas, prefieren correr el riesgo de transitar sin este requisito.

10.RECOMENDACIONES

Es de gran importancia para las agencias y compañías comercializadoras de seguros SOAT en la ciudad de Florencia, aplicar un análisis de Debilidades, fortalezas oportunidades y amenazas (DOFA) como mecanismo y herramienta que puede ser de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones frente a la prestación de los servicios, captura y retención de clientes.

Las Compañías de Seguros deben implementar campañas educativas donde se informe a la comunidad en general las ventajas de tener el seguro obligatorio vigente, las consecuencias de no tenerlo vigente, normatividad vigente que aplica a este tipo de seguros en cuanto a la reglamentación, vigilancia y control, así como las coberturas y beneficios en caso de siniestro.

Las compañías de seguros deben fortalecer sus capacidades administrativas para idear nuevas estrategias de marketing, dirigidas a la población que aún conserva la tendencia a la adquisición ilegal de este seguro, con el fin de aumentar la rentabilidad en la comercialización de este servicio.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Colombia. Escuela de Formación Técnica en Seguros Previsora S.A. Módulo X: S.O.A.T. Bogotá D.C. 66 p.
- Colombia. Escuela de Formación Técnica en Seguros Previsora S.A. Módulo II: La suscripción en el seguro. Bogotá D.C. 183 p.
- Colombia. Ministerio de Salud y Protección Social. Decreto 0967 de 2012. Mayo 10. Por el cual se define la cobertura por gastos médicos, quirúrgicos, farmacéuticos y hospitalarios por lesiones con cargo al seguro obligatorio de daños corporales causados a las personas en accidentes de tránsito – SOAT.
- Colombia. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Derecho. Jornada de Actualización en indemnizaciones de personas y SOAT. Bogotá D.C. 2005. 46 p.
- ENTREVISTA con María Rocío González, Profesional Universitaria área de Archivo, Secretaria de tránsito Municipal de Florencia, Florencia 18 de septiembre de 2012.
- ENTREVISTA con Moisés Díaz, Profesional Universitario, Cámara de Comercio de Florencia, Florencia 18 de septiembre de 2012.
- FASECOLDA. [en línea]. Federación de Aseguradores Colombianos. Bogotá. [consultado el 06 de octubre de 2012] disponible en <http://www.FASECOLDA.com/FASECOLDA/BancoMedios/Documentos%20PDF/la%20liberalizacion%20comercial%20y%20el%20mercado%20asegurador%20colombiano.pdf>
- HERNANDEZ Roberto, FERNANDEZ Carlos, BAPTISTA Pilar. Metodología de la investigación. 4 ed. Mc Graw-Hill. 2006. 880 p.
- PALENCIA AVENDAÑO. María Luisa. Modulo Curso Académico Metodología de la Investigación. Colombia. UNAD.
- Renovación magisterial. [en línea]. [consultado el 12 de septiembre de 2012] Disponible en internet: <http://www.renovacionmagisterial.org/inicio/docs/mar2008/001.pdf>
- Slides hare. [en línea] slides hare. [consultado el 12 de septiembre de 2012]. Disponible en <http://www.slideshare.net/silviacensi/investigacin-7-tipos-de-estudio>
- Slides hare. [en línea] slides hare. [consultado el 12 de septiembre de 2012]. Disponible en <http://www.slideshare.net/TitoZurita/preparacin-del-proyecto-de-investigacin-presentation-623008>
- Universidad de la Salle. [en línea] Universidad de la Salle. Bogotá D.C. [consultado el 12 de septiembre de 2012] disponible en http://evirtual.lasalle.edu.co/info_basica/nuevos/guia/fuentesDeInformacion.pdf

- Wikipedia: la enciclopedia libre [en línea]. Fundación Wikimedia, Inc. 2012. [consultado el 11 de septiembre de 2012] Disponible en internet: <http://es.wikipedia.org>
- Wikipedia: la enciclopedia libre [en línea]. Fundación Wikimedia, Inc. 2012. [consultado el 11 de septiembre de 2012] Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Investigación_cuantitativa.