

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM  
**RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)**

**ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:**

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE	datos
1	<b>NOMBRE DEL POSTGRADO</b>	Nombre completo del Postgrado cursado.	ESPECIALIZACIÓN GERENCIA COMERCIAL V COHORTE
2	<b>TÍTULO DEL PROYECTO</b>	Se escribe el nombre completo del proyecto de grado o investigación, tal como aparece en el acta de sustentación.	PLAN COMERCIAL AGENCIA DE SEGUROS ASEKURA LTDA
3	<b>AUTOR(es)</b>	Nombre de quien(es) elaboró(ron) el proyecto y, se debe escribir primero los apellidos y seguidamente los nombres.	DÍAZ PLATA ANDREA PAOLA - VILLALBA ALONSO KAREL PATRICIA - PINO DÍAZ JOSE LEONARDO
4	<b>AÑO Y MES</b>	Se registra el año y mes cuando de culminación del proyecto.	2015 FEBRERO
5	<b>NOMBRE DEL ASESOR(a)</b>	Se escriben los apellidos y nombres completos del asesor(a) del proyecto designado por el Comité de Investigación.	GUTIERREZ NEWMAN
6	<b>DESCRIPCIÓN O ABSTRACT</b>	Es una o varias ideas generales que sintetizan el proyecto. Su redacción no debe exceder de 120 palabras. Seguidamente las 120 palabras se traduce al inglés.	Identificar y minimizar los principales Gaps que impiden cumplir el objetivo, a través del diseño de un plan de ventas Identify and minimize major Gaps that hinder the goal, through the design of a sales plan.
7	<b>PALABRAS CLAVES</b>	Se extraen del marco teórico o conceptual del proyecto (máximo 5 palabras).	seguros - affinity - mercado - siniestralidad - plan comercial
8	<b>SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO</b>	Sector financiero, comercio, educación, exportaciones, manufactura, servicios transporte, etc. Se recomienda consultar al DANE o Cámara de Comercio.	seguros
9	<b>TIPO DE ESTUDIO</b>	Se refiere a la opción de grado elegida por usted: plan de negocios, trabajo aplicado, proyecto especial, proyecto institucional, ensayo, trabajo descriptivo, artículo, estudio de caso, etc.	plan de negocios
10	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	Se copia exactamente como aparece en el documento general.	Incrementar las ventas del 2014 en el área metropolitana de Bucaramanga para lograr una participación de la unidad de Líneas personales en el 20% de las ventas totales del negocio y generando Asekura un margen bruto del 30% sobre la colocación en Primas.
11	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Se copian exactamente como aparecen en el documento general.	1. Determinar la aceptación de los productos affinity por el mercado objetivo . 2. Diseñar el plan de incentivos y remuneración para la fuerza de ventas . 3. Formular el plan de incentivos comerciales para clientes de productos affinity . 4. Diseñar el plan publicitario que facilite las ventas del producto objetivo.
12	<b>RESUMEN GENERAL</b>	La redacción del resumen no debe superar una hoja de tamaño carta. En lo posible se elabora retomando la introducción o describiendo el orden cronológico desarrollado en el proyecto. (objetivos, marco teórico, metodología, etc.)	El presente documento busca identificar y minimizar los principales Gaps, que ASEKURA, agencia de seguros, le impiden el crecimiento en ventas, participación de mercado, y reconocimiento de marca. De igual forma, consientes del análisis situacional, como elementos políticos, socioeconómicos, legales de la competencia, se diseña el plan de ventas de la agencia de seguros ASEKURA, procurando maximizar las herramientas claves de la compañía y bajando el impacto de los elementos críticos. Sin embargo, es claro que el desempeño de la fuerza de venta puede calificarse actualmente por debajo del promedio del desempeño de la fuerza de la competencia del sector comercial de seguros, es por esto que también se busca brindar una orientación para el diseño de un sistema comercial óptimo.

13	<b>CONCLUSIONES.</b>	Se copian exactamente como aparecen en el documento general.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una evidente oportunidad con la unidad Affinity, el tamaño de mercado y la alineación del producto con los segmentos evidencian gran potencial para la explotación e incremento de la facturación de manera rentable en el área de los seguros.</li> <li>• Aplicando la estrategia de manera impecable, podrán alcanzarse positivos resultados, gracias a todo el respaldo del presente documento, la investigación de mercados, las pruebas y la experiencia del negocio, el presente plan está diseñado para no fallar y minimizar las posibilidades de fracaso, la compañía podrá invertir con total seguridad los recursos relacionados y con mucha seguridad recuperará la inversión con todos los beneficios colaterales de reconocimiento de marca, incremento en la participación de mercado y crecimiento sostenido para la compañía.</li> <li>• Los canales de comercialización mixtos referenciados en los pilares estratégicos, juegan un papel muy importante y son una garantía de cobertura del mercado, evidencia la gran versatilidad que se puede lograr en la operación comercial del negocio, permiten un alcance práctico, sinérgico y a bajos costos en relación a su inversión, siendo de esta manera un gran elemento competitivo para el plan comercial formulado.</li> <li>• Gracias al desarrollo del presente trabajo, pudo determinarse el conjunto de las principales motivaciones de la fuerza de ventas, ahora hay una mayor claridad en la formulación de incentivos que maximicen la facturación gracias al esfuerzo por alcanzar los estímulos diseñados ahora con mayor claridad para el equipo.</li> <li>• Teniendo claridad de los objetivos del plan comercial se hicieron más fáciles la creación de campañas creativas para conquistar el mercado, gracias al conocimiento del público objetivo, el equipo creativo de asegura ha identificado un rumbo adecuado para construir la comunicación, modelo de servicio e incentivos comerciales para la fácil comercialización de los productos dando al mercado meta lo más apropiado.</li> <li>• Definitivamente lo más importante es el haber logrado aterrizar lo números a nivel financiero, brindan un panorama formal de la velocidad en la que serán alcanzados los resultados. Es la confirmación de la importancia de la planeación en cada uno de los planos.</li> </ul>
14	<b>FUENTES BIBLIOGRÁFICAS</b>	Se copian todas las referencias bibliográficas utilizadas en el proyecto.	<p>1. DELIMA MARSH S.A. Nuestra Empresa. URL: <a href="http://www.delimamarsh.com.co/">http://www.delimamarsh.com.co/</a> consultado el 21 de Mayo de 2012.</p> <p>2. EDUARDO RINCON GÓMEZ Y CÍA LTDA. Historia. URL: <a href="http://www.eduardorincon.net/index.html">http://www.eduardorincon.net/index.html</a> consultado el 21 de Mayo de 2012.</p> <p>3. Estrategia URL:  <a href="http://www.incoder.gov.co/documentos/Estrategia%20de%20Desarrollo%20Rural/Pertiles%20Territoriales/ADR_HOYA%20RIO%20SUAREZ/Documentos%20de%20apoyo/Diagnostico_Socio_Economico_Santander%5B1%5D.pdf">http://www.incoder.gov.co/documentos/Estrategia%20de%20Desarrollo%20Rural/Pertiles%20Territoriales/ADR_HOYA%20RIO%20SUAREZ/Documentos%20de%20apoyo/Diagnostico_Socio_Economico_Santander%5B1%5D.pdf</a>. consultado el 20 de Mayo de 2012.</p> <p>LA NACIONAL AGENCIA DE SEGUROS. ¿Quiénes somos? URL: <a href="http://www.lanacionalagenciadeseguros.com">http://www.lanacionalagenciadeseguros.com</a> consultado el 21 de mayo de 2012</p> <p>SU ASESOR. Nuestra Empresa. URL: <a href="http://www.eduardorincon.net/index.html">http://www.eduardorincon.net/index.html</a> consultado el 21 de Mayo de 2012.</p>