


INDICADORES RELEVANTES PARA LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL  
SERVICIO EN LOS PRODUCTOS DE SEGUROS GENERALES EN LA  
ASEGURADORA COLSEGUROS S.A. DE LA CIUDAD DE  
BUCARAMANGA

 **unab**  
SISTEMA DE REGISTROS UNAB  
ASOCIACIÓN

B. Jardín  B. Bosque  B. Caracas  CIUM  Precio \$ \_\_\_\_\_  
Clasificación \_\_\_\_\_ (Cuenta) \_\_\_\_\_  
Proveedor \_\_\_\_\_  
Compra  Donación  Cobro  UNAB   
Fecha de ingreso. DD \_\_\_\_\_ MM \_\_\_\_\_ Añ \_\_\_\_\_

ELIDIA SILVA CABALLERO  
MARIA TERESA CASTAÑEDA JEREZ  
MARY LUZ DELGADO ZEHR



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA  
ESCUELA DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍAS  
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADOS  
BUCARAMANGA

2006

**INDICADORES RELEVANTES PARA LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL  
SERVICIO EN LOS PRODUCTOS DE SEGUROS GENERALES EN LA  
ASEGURADORA COLSEGUROS S.A. DE LA CIUDAD DE  
BUCARAMANGA**

**ELIDIA SILVA CABALLERO  
CODIGO : 12101073  
MARIA TERESA CASTAÑEDA JEREZ  
CODIGO: 12299013  
MARY LUZ DELGADO ZEHR  
CODIGO : 12101018**

**Tutor:**

**JOSE ANTONIO GIRALDO SAGRA  
Ingeniero Industrial**



**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA  
ESCUELA DE CIENCIAS NATURALES E INGENIERÍAS  
FACULTAD DE INGENIERÍA DE MERCADOS  
BUCARAMANGA**

**2006**

## Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

Bucaramanga, 07 de Noviembre de 2006

## DEDICATORIA

DEDICAMOS ESTE PROYECTO A DIOS  
POR DARNOS LAS FUERZAS  
NECESARIAS PARA TRABAJAR Y A  
NUESTRAS FAMILIAS QUE CON SU  
DEDICACION NOS APOYARON SIEMPRE  
MORALMENTE Y CON SU AYUDA  
INCONDICIONAL, CONFIANZA Y  
COMPRENSION FUERON EL GRAN  
SOPORTE PARA ALCANZAR EL  
OBJETIVO EN ESTA ETAPA.

**ELIDIA, MARIA TERESA, MARY LUZ**

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÒN	10
1. TITULO	11
2. FORMULACIÒN DEL PROBLEMA	12
3. OBJETIVOS	13
3.1. OBJETIVO GENERAL	13
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
4. JUSTIFICACIÒN	14
5. MARCO REFERENCIAL	15
5.1 MARCO LEGAL	15
5.2 MARCO HISTORICO	16
5.2.1 Antecedente històrico de la empresa	19
5.3. ESTADO ACTUAL	26
5.4 MARCO TEORICO	30
5.5 CONCEPTOS DISEÑO METODOLOGICO	46
5.5.1. Tipos de investigaciòn	49
6. DISEÑO METODOLOGICO	50
6.1. MARCO MUESTRAL	50
6.2. CAPACITACIÒN POR PARTE DE LA ASEGURADORA COLSEGUROS S.A.	52
6.2.1. Póliza del hogar	52
6.2.2. Seguro de PYME	59
6.2.3. Seguro de áreas comunes	61
6.2.4. Seguros estatales ( Seguros de Gastos de Defensa y Pèrdida Fiscal)	62
6.2.5. Seguros para constructores	64
6.2.6. Seguro de transporte	66
6.2.7. Seguro de manejo	68
6.2.8. Seguro de cumplimiento	69

6.2.9. Seguro de infidelidad y responsabilidad civil	70
6.2.10. Seguro de responsabilidad civil extracontractual	72
6.2.11. Seguro de lucro cesante	74
6.2.12. Seguro de rotura de maquinaria	76
6.2.13. Seguro de hurto	78
6.2.14. Seguro de incendio	80
6.3 QUIÈN ES NUESTRO CLIENTE?	82
6.4. INDICADORES ACTUALES DE SEGUROS GENERALES	83
6.4.1. Entrevista a expertos (Investigación Cualitativa, Exploratoria).	87
7. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	92
7.1 ENCUESTA A INTERMEDIARIOS	92
7.2 ENCUESTA A CLIENTES	97
8. COHERENCIA DE LOS INDICADORES CON LA MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LA COMPAÑÍA	101
8.1 INDICADORES DE SUSCRIPCIÓN	101
8.2 INDICADORES DE INDEMNIZACIONES	101
8.3 INDICADORES DE CARTERA	101
8.4 INDICADORES DEL ÁREA COMERCIAL	101
9. CONCLUSIONES	102
10. RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFIA	109
ANEXOS	111
GLOSARIO	115

## LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Estado actual de la competencia	29
Tabla 2. Tipos de Investigación	49
Tabla 3. Guía de reclamación	106
Tabla 4. Tarjeta de proceso	107
Tabla 5. Cronograma de Actividades Proyecto de Grado	108

## LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfico 1. ¿Cómo es la oportunidad de la entrega de los negocios nuevos, renovaciones, cobranzas, ajustes y modificaciones solicitadas al área de seguros generales?	92
Gráfico 2. ¿En cuánto tiempo le ha pagado la Aseguradora a sus clientes cuando han realizado reclamaciones de los productos de seguros generales, después de entregado todos los documentos requeridos por la compañía?	93
Gráfico 3. ¿Su cliente conoce el procedimiento y los documentos necesarios para presentar una reclamación en la Aseguradora?	94
Gráfico 4. ¿Ha recibido por parte de la compañía Aseguradora Colseguros S.A., capacitación en los nuevos productos y políticas de la compañía?	95
Gráfico 5. ¿Cómo califica el sistema de incentivos y/o motivación por parte de la Aseguradora Colseguros S.A., para ustedes como intermediario de seguros?	96
Gráfico 6. ¿Su intermediario de seguros está en contacto con usted para darle a conocer las ventajas, beneficios y explicación del producto, le visita frecuentemente para recordarle el pago de sus primas, el vencimiento de su póliza y atender sus requerimientos?	97
Gráfico 7. ¿Ha presentado alguna reclamación de seguros generales en la compañía en los últimos seis (6) meses?	98
Gráfico 8. ¿En cuánto tiempo le ha pagado la Aseguradora cuando han realizado reclamaciones de los productos de seguros generales, después de entregado todos los documentos requeridos por la compañía?	99
Gráfico 9. ¿Conoce el procedimiento y los documentos necesarios para presentar una reclamación en la Aseguradora Colseguros S.A.?	100



## LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. FORMATO DE ENCUESTA INTERMEDIARIO	112
Anexo B. FORMATO DE ENCUESTA CLIENTE	113
Anexo C. FICHA TÉCNICA	114

## RESUMEN DEL PROYECTO

Nuestro proyecto de grado se desarrolló en la Aseguradora Colseguros S.A., de la ciudad de Bucaramanga, identificando si los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales eran adecuados y coherentes con la Misión, Visión, Principios y Objetivos de la compañía, donde de acuerdo a la investigación exploratoria, descriptiva y causal realizada a 50 clientes y 50 intermediarios, se propusieron mejoras y recomendaciones en las deficiencias encontradas en el desarrollo de los indicadores ya establecidos por la compañía, para de esta forma atender con mejor calidad los clientes e intermediarios que son los clientes principales de la Aseguradora, basándonos en el objetivo general de nuestro proyecto titulado: " Identificar y establecer si los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales son adecuados y coherentes con la Misión, Visión, Principios y Objetivos de la compañía, y en caso de existir deficiencias, proponer y diseñar nuevos indicadores".

Integrantes:

ELIDIA SILVA CABALLERO

MARIA TERESA CASTAÑEDA JEREZ

MARY LUZ DELGADO ZEHR

## INTRODUCCIÒN

Los indicadores son un criterio o parámetro que nos permite medir o evaluar si hemos alcanzado un objetivo, entendiendo que el comportamiento o desempeño de una organización o de una de sus partes; cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso. El adecuado uso y aplicación de los indicadores de gestión, generará una ventaja competitiva.

El propósito principal de la calidad en los servicios está dirigido a hacer énfasis en que el recurso humano que está en contacto directo con el cliente juega un papel trascendental durante la prestación del servicio, y en mayor grado comparado con el de contacto indirecto. No obstante el cliente percibe finalmente es el resultado de la gestión global, es decir de la sumatoria de las dos intervenciones, tanto del Intermediario como de la Compañía de Seguros.

En el proyecto de grado se identificará si los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales son adecuados y coherentes con la Misión, Visión, Principios y objetivos de la compañía, donde de acuerdo a la investigación se pretende en caso de existir deficiencias, proponer y diseñar nuevos procesos para atender con mejor calidad estos indicadores.

## 1. TITULO

Determinar los indicadores relevantes para la medición de la calidad del servicio, en los productos de Seguros Generales en la Aseguradora Colseguros S.A. de la ciudad de Bucaramanga.

## 2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los Indicadores relevantes para la medición de la calidad del servicio en los productos de Seguros Generales en la Aseguradora Colseguros S.A.?

## 3. OBJETIVOS

### 3.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar y establecer si los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales son adecuados y coherentes con la Misión, Visión, Principios y objetivos de la compañía, y en caso de existir deficiencias, proponer y diseñar nuevos indicadores.

### 3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los indicadores de gestión de la calidad del servicio actuales de los productos de seguros generales.
- Establecer si los indicadores de gestión pueden ser aplicados para todos los productos incluidos dentro de seguros generales.
- Determinar la coherencia de los indicadores de gestión con la Misión, Visión, Principios y Objetivos de la compañía.

## 4. JUSTIFICACIÓN

En este proyecto de grado se busca detectar si los indicadores de gestión para la calidad del servicio actuales, están diseñados en coherencia con la Misión, Visión, Principios y los objetivos de la compañía para los productos de seguros generales en la Aseguradora Colseguros S.A. en la ciudad de Bucaramanga.

Para el desarrollo de este proyecto se seleccionaron los indicadores de gestión de la calidad del servicio para el producto de seguros generales ya que para la Aseguradora Colseguros S.A., es una de las líneas o ramos con mayor producción dentro de la sucursal. Así mismo cuando se efectuó la consulta con la Gerente de la Regional Bucaramanga, exponiéndole el objetivo general del proyecto, ella recomendó que se realizara con estos productos por tener gran variedad de servicios, coberturas y características para analizar.

Aunque es bastante complejo el estudio de cada una de las coberturas y servicios que tiene y ofrece cada producto de la compañía, es bastante interesante conocer el proceso en los seguros, las partes que intervienen, el servicio que se tiene al cliente final y lograr con esta investigación dar un aporte final que pueda brindarle a la compañía un mejoramiento continuo en la calidad de los servicios y productos que comercializa en la ciudad de Bucaramanga.

## 5. MARCO REFERENCIAL

### 5.1. MARCO LEGAL

- Ley 68 de 1924, que en su artículo 55, dispuso que las instituciones de seguros deberían quedar sometidas a la vigilancia de la Superintendencia Bancaria.
- Decreto 655 que reglamentó la ley 68 de 1924, constituye junto con la precitada ley, claros antecedentes de la ley 105 de 1927 que fue por muchos años la ley orgánica de las compañías de seguros.
- Ley 105 de 1927 que reglamentó las compañías de seguros, tuvo como base el decreto precitado, al igual que la Ley 60 de 1924 sometió a las compañías de seguros al control de la Superintendencia Bancaria; estableció los requisitos mínimos que se deben acreditar ante este organismo cuando se trate de organizar una compañía de seguros, determinó las cauciones o seguridades que éstas compañías deben prestar para atender a sus obligaciones en debida forma; les prohibió a las compañías actividades comerciales como compra y venta de mercancías, le dió facultades a la Superintendencia Bancaria para, en determinados casos, tomar posesión y liquidar las compañías de seguros.
- Decreto Ley 410 de 1971, libro Cuarto Título V, que regula actualmente el contrato de seguro.



- Decreto 663 de 1993 reformado por la ley 510 de 1999 y por la ley 795 de 2003 que constituye el estatuto orgánico financiero, que regula actualmente las compañías de seguros.
- Ley 45 de 1990, incorporada al estatuto orgánico del sistema financiero por autorización de la ley 35 de 1993, que desregularizó la actividad aseguradora, haciéndola más flexible, con mayor libertad de los particulares en relación con dicha actividad y entregándole al estado una supervisión menos puntual y más de carácter general; es así como permitió que los modelos de pólizas y tarifas no requieran autorización previa de la Superintendencia Bancaria, sino que simplemente se pusiesen a disposición de este organismo antes de su utilización, salvo que se trate de la autorización inicial a una entidad aseguradora o de la correspondiente para la explotación de un nuevo ramo.
- Ley 389 de 1997, que hizo un cambio fundamental en el contrato de aseguramiento colombiano al pasar del régimen solemne al consensual.

## 5.2 MARCO HISTORICO

En su principio el Servicio se encontraba innato en cada uno de los productos y servicios tangibles e intangibles que se podían ofrecer en una compañía. Con el transcurrir del tiempo en los años 70' y gracias a las inquietudes generadas en algunos autores como es el caso del señor Denton, D. Keith, con su libro calidad en el servicio a los clientes: cómo compiten las grandes compañías americanas en la revolución del servicio al cliente, y cómo podemos hacerlo todos; se cuenta y se demuestra algunas de las pautas originales del cómo y por qué del nacimiento del Servicio, no como un factor adicional variable dependiendo de cada situación, si no como un factor primario e innegable para su existencia.

El origen del servicio se fue generando debido a la revolución tecnológica, competitividad, globalización e industrialización, que con el pasar de los tiempos se esta modificando de una u otra forma el pensamiento para la toma de decisión del cliente, envolviéndolo cada vez más rápido en un ámbito más exigente.

"La nueva tendencia en SERVICIOS es fácil de percibir, por esto es que Albrecht (1990) denota los últimos 20 años como "la era de los servicios", y la llama a la nueva situación " La revolución de los servicios".

Pero bien: ¿Qué es un servicio?

Fuch (1968), "El servicio es el acto por el cual se añade valor al producto. Este acto puede ser caracterizado del siguiente modo. El servicio es algo intangible, que tiene una aplicación directa sobre el cliente y relaciona estrechamente al productor con el consumidor"

Kotler (1979) " Un servicio es toda actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, son esencialmente intangibles y no culminan en la propiedad de la cosa. Su producción no está necesariamente ligada a un producto físico".

Lehtinen (1983) "Los servicios son actividades de naturaleza intangible en los que participa un proveedor y un cliente, generando satisfacción por este último".

Norman (1984) "El servicio está formado por actos e interacciones, que son contactos sociales. El servicio es algo más que algo intangible, es una interacción social entre el productor y el cliente"

Kotler (1984) "Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y nos da como resultado la propiedad de nada. Su producción puede estar, o no, vinculada a un producto físico".

Free (1987) "La satisfacción de las expectativas en el transcurso de la venta y la actividad de postventa mediante la prestación de unas series de funciones que igualan o mejora la competitividad de forma que proporciona, un beneficio incremento para el proveedor".

Gumensson, (1987) "Los servicios son algo que se puede comprar o vender pero que no se puede dejar caer sobre tus pies".

Stanton (1988) "Para producir un servicio, puede requerirse o no de un producto tangible, sin embargo, cuando se requieren no hay transferencia de derechos de esos bienes tangibles".

Albrech (1990) "Servicio es poner primero al cliente, servicio es que toda la línea de enlace sea simpática con él público".

Nogueira (1991) "Un producto intangible que no se toca, no se coge, no se palpa, generalmente no se experimenta antes de la compra, pero se permiten satisfacciones que compensa el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes.

Schoroeder (1992), Lo expresa de la siguiente forma: "el servicio es algo que se produce y se consume en forma simultánea. Un servicio, por lo tanto, nunca existe, solamente se puede observar el resultado después del hecho"

Fernández (1992) "El producto o servicio es pues, un fenómeno, no relativamente cercano en el tiempo que crea para satisfacer las necesidades del mercado".

Juran (1993) "Es un trabajo realizado por otros, el servicio puede proporcionarse a un consumidor, a una instalación o a ambos. Los servicios existen porque con ellos se pueden satisfacer determinadas necesidades de los clientes".

Deming (1994) " Es una situación cara a cara en la que el cliente trata directamente con el vendedor".

Gronroos (1994) "Los servicios son una actividad o unas series de actividades de naturaleza mas o menos intangibles, que por regla general, aunque no necesariamente, se genera en la interacción que se produce entre el cliente y los empleados del servicio, y/o los recursos o bienes físicos, y/o los sistemas del proveedor del servicio, que se proporcionan como soluciones a los problemas del cliente".

NC ISO 9004-2 (1995) "El servicio viene dado por los resultados generados por las actividades en interfases sobre el suministrador y el cliente, y por las actividades de suministradores internos para satisfacer las necesidades de los clientes".

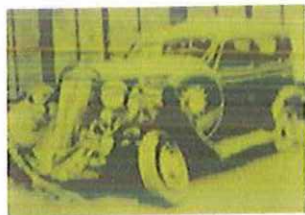
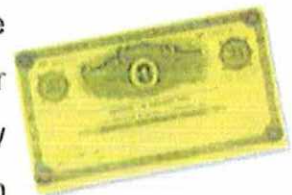
De los conceptos anteriores se han señalado un conjunto de palabras claves que pueden brindar una idea a modo general de lo que es un servicio: Actividad o conjunto de estas que añaden un valor al producto, las cuales son intangibles, o sea, que no se toca, no se ve, o no se palpa, se produce y se consume de forma simultánea, existe una estrecha relación entre el productor y el receptor, donde solo se puede observar el resultado después del hecho, que tiene como único fin la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://www.tablerosdecomandos.com>

**5.2.1 Antecedente histórico de la empresa.** Bajo el gobierno de don Santiago Pérez, y por iniciativa de don Pedro Navas Azuero, el 6 de agosto de 1874 se realizó una asamblea para el establecimiento de una sociedad anónima que debía ocuparse de los seguros de transporte y que sería conocida como "COMPAÑÍA COLOMBIANA DE SEGUROS". Su existencia legal se inició el 28 de octubre de ese año y adoptó, como símbolo de la empresa, la efigie de Cristóbal Colón.

En 1885, el personal subalterno de la oficina de COLSEGUROS constaba de un secretario-contador (que era también secretario de la Junta Administrativa y de la Asamblea General), un tenedor de libros y un escribiente, quienes se desempeñaban con honradez y laboriosidad. La nómina era de 5.790,55 reales, y se adeudaban 2.347,43 reales a empleados y agentes.

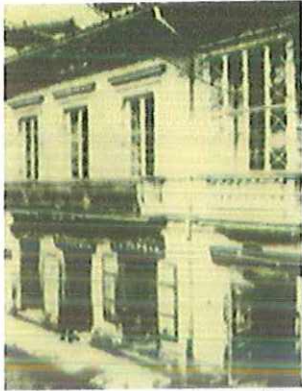


Un año más tarde la guerra civil obligó a reducir los empleados a dos: un secretario con 100 reales mensuales y un portero, que ganaba 10 reales. Don Alejo Posse Martínez era el secretario, tenedor de libros, contador, cajero, liquidador, etc., quien merece un reconocimiento, pues sobre sus hombros recaía todo el trabajo de oficina. Debido a que éste se hacía día a día más delicado, se contrató un oficial mayor y un escribiente. Estos tres funcionarios, junto con el portero, Pedro Nacceid, iniciaron la inmensa labor que en 1964 desarrollaban más de 1.300 empleados en todo el país.

Con la creación de nuevos ramos de seguros y departamentos para la atención de los mismos, en la década del 30 el personal en la casa principal

# COLSEGUROS

aumentó de 77 a 135 empleados, es decir, prácticamente se duplicó. Como se observa, la Empresa ha seguido un desarrollo paralelo al del país. Ha incrementado el número de sucursales y agencias y sus servicios, para responder siempre a las necesidades de cada momento y ha mantenido su posición de avanzada dentro de la actividad aseguradora del país.



Las instalaciones de la Empresa crecieron lentamente desde su fundación, hasta que los edificios ocupados fueron insuficientes para sus necesidades. Las primeras edificaciones que adquirió la empresa estaban ubicadas en el llamado "Pasaje Navas Azuero" y en la calle de Florián (carrera 8a.), pero sólo fueron ocupadas por la compañía en una mínima parte. Años más tarde la Empresa se instaló en un piso del Banco de Bogotá, en donde el personal estaba bastante cómodo, ya que tenía suficiente espacio físico.

En 1935, los empleados ya tenían nuevas instalaciones, especialmente construidas en el edificio de la calle 13 con carrera 8a. En 1943 se levantó la edificación de la calle 17 con carrera 7a. en la cual funcionó la casa principal y la sucursal Bogotá. El 20 de marzo de 1973, la sucursal se trasladó a la plataforma del Centro Colseguros y el 5, 6 y 7 de agosto de 1974 fue trasladada la casa principal a la torre ubicada en la carrera décima con calle 17. A partir de octubre de 1997, la compañía cambia su casa principal al Parque Central Bavaria ubicado en la carrera 13A con calle 29, una Torre Empresarial a la vanguardia de la tecnología y sistematización que le permite a COLSEGUROS afrontar los retos del siglo XXI.



# COLSEGUROS



En 1989, nace MEDISALUD, compañía filial de COLSEGUROS, producto de la fusión con la promotora de medicina familiar Seguros Médicos Voluntarios, cuyo objetivo es brindar satisfacción a la población colombiana en sus necesidades de salud en la modalidad de medicina prepagada. Esto como respuesta a las exigencias planteadas por el mercado nacional.

En 1994, a partir de los criterios de apertura y desregulación dados por la Ley 45 de 1990, que orienta las reglas de competencia para el sector asegurador colombiano, la organización redefine las estrategias, modifica los procedimientos y replantea los objetivos, con el propósito de mantener una presencia dinámica en el mercado. Es así como COLSEGUROS asume uno de sus



retos más importantes: el proceso de fusión con La Nacional de Seguros, la otra compañía aseguradora perteneciente al mismo grupo económico. Ésta se inició con un proceso de integración en su parte operativa manteniendo dos frentes hacia el mercado. Dos años más tarde se formalizó dicha fusión comenzando con las dos compañías de seguros generales y, posteriormente, con las compañías de seguros de personas y capitalización. Esta operación le permitirá a COLSEGUROS mantener una posición de liderazgo frente al mercado asegurador.

El 27 de agosto de 1999 AGF Grupo Allianz adquirió el 60% de acciones de la Compañía.

En febrero del 2000, AGF Grupo Allianz aumentó su participación accionaria de Colseguros a 93,6%, consolidándose dentro de la Compañía.

En Enero de 2002, AGF Grupo Allianz aumentó su participación accionaria de Colseguros a 96,7%.

En el 2003 y Actualmente, el grupo Allianz cuenta con una participación del 99% en Colseguros. Inicia el proyecto "Unidos estamos construyendo un puente al futuro", que hace parte del plan de transformación de la Compañía. En el 2004 Colseguros implementa la estrategia "Unidos estamos construyendo un puente al futuro" con el fin de convertirse en el socio preferido de sus clientes, accionistas, asesores y colaboradores.

En el 2004 incursiona en el tema de la responsabilidad social a través de la creación de un programa de voluntariado y patrocina la Fundación Tia Bambi.

En el 2004 recibe la Orden del Congreso de la Republica.

En 2004, el grupo Allianz cumple cinco años de presencia en Colombia y Colseguros llega triunfante a sus 130 años, consolidando una nueva estrategia comercial y corporativa.

En conclusión, COLSEGUROS ha sido y seguirá siendo abanderada, no sólo en el establecimiento de innovaciones de carácter laboral sino también en la investigación de las necesidades más sentidas del país. Esto ha dado la base a los seguros ofrecidos por toda la industria aseguradora colombiana. En los años subsiguientes a la crisis hubo una franca y permanente recuperación, hasta el punto de que esta es ya una parte de nuestra historia que nunca olvidamos, ya que de ella obtuvimos una gran enseñanza: "Los colosos también pueden caer; por tanto, la excelencia y el mejoramiento continuo de las personas que aquí trabajan, son las bases para que la

# COLSEGUROS

Compañía Colombiana de Seguros conserve su merecido reconocimiento al ser LA PRIMERA COMPAÑÍA COLOMBIANA DE SEGUROS".



El grupo ALLIANZ – AGF, es el accionista mayoritario de COLSEGUROS, y es el más grande asegurador europeo y uno de los más grandes aseguradores y proveedores de servicios financieros en el mundo.

La mayor aseguradora de Europa, la alemana Allianz, es actualmente el mayor accionista de AGF (Assurance Generales de France), con el 51% de la propiedad accionaria.

AGF, es la compañía de seguros más antigua de Francia, fundada en 1818 y con 180 años de experiencia. Tiene más de 171.500 accionistas, de los cuales 168.100 son inversionistas individuales.

Allianz – AGF, está presente en los cinco continentes y opera en 53 países con un total de empleados superior a los 73.000. Es uno de los tres primeros más grandes inversionistas institucionales en el mundo y está ubicada en los 50 primeros lugares del Ranking Fortune 100.

En América Latina el grupo Allianz – AGF está presente desde hace varios años en Argentina, Venezuela y Brasil. La operación que se completa en



# COLSEGUROS

Colombia con la adquisición del 99% de Colseguros, refuerza su posicionamiento en el mercado suramericano.

La sinergia con el grupo Allianz – AGF le permite a Colseguros aumentar considerablemente su nivel de retención de primas y contar con un gran respaldo de reaseguramiento. Así mismo, el proceso de transformación tecnológica que inició Colseguros hace dos años, se consolidará con el desarrollo de esta operación, gracias a los valores agregados que trae consigo la nueva sociedad.

Calificación “ AA+” de Standard & Poor’s global otorgada al grupo Allianz en el año 2003 con base en:

- Fortaleza Financiera
- Posición Comercial
- Sólida Capitalización
- Alta Rentabilidad

Actualmente el grupo ALLIANZ es el dueño del 99% de COLSEGUROS, así:

- 132 años
- 7 Regionales
- 6 Sucursales
- 33 Centros de Negocios
- 907 Empleados
- 1.600 Intermediarios
- 1era. Aseguradora en Ramos de Generales
- 1era. Aseguradora en Ramos de Inversión
- 3era. Aseguradora en Ramos de Vida/Salud

**Misión.** “Las personas tienen sueños y preocupaciones acerca de sus bienes y su futuro. Desarrollamos los mejores productos financieros y de seguros para respaldar a nuestros clientes, con soluciones de ahorro y protección a la medida de sus necesidades. ”

**Visión.** “Ser el socio preferido por nuestros clientes, intermediarios colaboradores y accionistas, líder en la oferta de servicios caracterizados por la excelencia, la innovación y la generación sostenible de valor.”

## Principios

- **COMPROMISO**

Estamos comprometidos con nuestros clientes para ofrecerles servicios y soluciones a la medida de sus necesidades.

- **RESPONSABILIDAD**

Somos responsables de nuestras acciones, para generar confianza y tranquilidad a nuestros clientes, intermediarios y accionistas.

- **RESPECTO**

Reconocemos y respetamos los derechos de nuestros colaboradores, intermediarios y clientes.

- **EXCELENCIA**

Buscamos el mejoramiento continuo de nuestro desempeño, para superar las expectativas y generar valor a nuestros clientes, intermediarios y accionistas.

## 5.3. ESTADO DEL ARTE Y/O ESTADO ACTUAL

En COLSEGUROS, Hoy somos y estamos así:

El plan Estratégico de COLSEGUROS, se encuentra basado en el proyecto de transformación interna, el cual lanzamos en Octubre de 2003 con el nombre de "PUENTE AL FUTURO", para convertir a COLSEGUROS Conforme a lo que reza nuestra Visión.

El plan estratégico cuenta con cuatro frentes de transformación donde cada uno es el arquitecto de nuestro PUENTE AL FUTURO:

- REDEFINICIÓN ESTRATEGICA DE LINEAS DE NEGOCIO
- REDISEÑO DE LA RED DE DISTRIBUCIÓN
- REINGENIERIA DE PROCESOS
- REDEFINICIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO DE INFORMATICA

En este plan LA COMUNICACIÓN ES NUESTRO PUNTO DE PARTIDA, ya que permite moldear las percepciones, motivar el comportamiento y convertirse así en una opción vital para el desarrollo de cualquier actividad.

**UN PUENTE** : Es un paso elevado que nos ayuda a cruzar obstáculos y una caminos; por eso en Colseguros estamos construyendo un puente al futuro, para vencer desafíos y alcanzar nuestros objetivos.

El puente está soportado por Columnas que sirven de apoyo. En nuestra Organización, las columnas representan los cuatro puntos objetivos del proceso de transformación.

# COLSEGUROS

COLSEGUROS es la única Compañía de Seguros que puede presentarse en el mercado con una oferta integral de servicios financieros, activa en tres campos: Ahorro, Inversión y Protección.

Somos los únicos Aseguradores integrales en Colombia, Proveedores de Servicios Financieros.

## Divisiones de los Seguros Generales

Las divisiones corresponden a cada uno de los productos que contiene esta Línea de Negocio:

### SEGUROS DE DAÑOS

- Multiriesgo
- Pyme
- Áreas Comunes
- Hogar
- Incendio y Terremoto
- Lucro Cesante
- Sustracción

### SEGUROS DE INGENIERIA

- Equipo Electrónico
- Rotura Maquinaria
- Constructores
- Todo Riesgo Construcción y Montaje
- Transportes Generadores

- Transporte de Valores
- Transportadores
- Navegación
- Equipo y Maquinaria
- Obras Civiles

## SEGUROS PATRIMONIALES

- Responsabilidad Civil Extracontractual
- Responsabilidad Civil Extracontractual exceso de vehículos
- Manejo y Otros.

En la compañía actualmente existen los siguientes indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales, así:

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES
SUSCRIPCION	Oportunidad en la entrega de las cotizaciones
	Oportunidad en la visita a las inspecciones con los ajustadores o inspectores
	Entrega a tiempo de Pre-Renovaciones
	Oportunidad en la generación y entrega de negocios nuevos, renovaciones, cobros y modificaciones

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES
INDEMNIZACIONES	Recibir y tramitar el Aviso de Siniestro
	Inspeccionar en los casos que sea necesario
	Orientar e informar al cliente y/o asegurado los documentos necesarios para la reclamación
	Realizar el pago de la indemnización en los términos establecidos por la ley

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES
CARTERA	Enviar a tiempo los listados con la información de cartera pendiente, a los intermediarios de seguros.
	Atender con oportunidad las inquietudes de los clientes internos y externos
	Realizar las financiaciones de seguros generales en el menor tiempo posible
	Hacer recordatorio del pago de las primas a los clientes frecuentemente

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES
AREA COMERCIAL	Realizar y presentar cotizaciones de negocios nuevos y renovaciones de seguros generales
	Hacer acompañamientos comerciales a los negocios de los intermediarios de seguros
	Realizar la prospección de negocios por periodos, el cual deben llevar un control mensual.
	Entrenar, capacitar y dirigir el grupo de intermediarios a cargo de cada director.

En cuanto al Área de Seguros Generales, la competencia de la compañía actualmente es la siguiente:

Tabla 1. Estado actual de la competencia

PREVISORA	AGRÍCOLA	ROYAL	MAPFRE
1. La oportunidad en las expediciones del Área de Suscripción se hace en el término de 1 día.	1. En las políticas establecidas de cartera existe más tiempo para el pago de las primas y no existe recargo por financiación..	1. Las inspecciones se hacen con oportunidad y existen buenos convenios para esta labor.	1. El tiempo de respuesta para el pago de las reclamaciones se realiza en el término de 1 mes.

## 5.4 MARCO TEORICO

En el contexto de la Investigación encontramos que los siguientes conceptos son la base para el desarrollo del proyecto.

### CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Mucho se habla y se discute sobre si es más difícil obtener calidad en las empresas de servicios o en las empresas de producción de bienes físicos. Unos manifiestan que los servicios se prestan en tiempo real, lo que dificulta el trabajo; otros que la producción de bienes físicos es más compleja.

En cualquier tipo de empresas hay que distinguir entre el producto, que puede ser un bien físico o un servicio, y la prestación de un servicio. Son dos cosas totalmente distintas. Ejemplo: Una Compañía de Seguros de un vehículo prestó un excelente servicio, pero el producto como tal fue defectuoso.

Existen dos clases de servicios, sea la empresa de servicios o de bienes: los internos, en los que el cliente que los recibe pertenece a la propia empresa, y los externos, que son aquellos que se prestan a los clientes ajenos a la organización. Los primeros pueden presentar más o menos, características similares en ambos casos, sea cual sea el tipo de empresa (de producción de bienes físicos o de producción de servicios). Los segundos se suelen diferenciar sensiblemente, no solamente entre las empresas industriales y las de servicios, sino entre los mismos servicios<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> IVANCEICH, John M. Meter Lorenzi – Steveb J. Skinner. Gestión Calidad y Competitividad. Editorial: McGraw-Hill 1997 España, primera edición. pp. 609 - 615.

La calidad es, siempre, el resultado de una actitud positiva ante el trabajo, el cliente no aprecia la calidad media de nuestros productos, sino la que él recibe con el suyo.

## GESTION DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS

El propósito principal de la calidad en los servicios está dirigido a hacer énfasis en que el recurso humano que está en contacto directo con el cliente juega un papel trascendental durante la prestación del servicio, y en mayor grado comparado con el de contacto indirecto. No obstante el cliente percibe finalmente es el resultado de la gestión global, es decir de la sumatoria de las dos intervenciones.

En este sentido, todo el personal de la organización debe ser conciente de su compromiso ante el cliente. Las Normas ISO 9000, constituyen una herramienta para la gestión. Con la correcta interpretación y aplicación de los requisitos establecidos en la norma ISO 9001 versión 2000, al interior de una organización, y teniendo en cuenta que el propósito central de la gestión es la satisfacción del cliente; todos los esfuerzos estarán orientados hacia la mejora continua del desempeño lo cual hace, que la organización que aplique esta filosofía, esté siempre marcando la diferencia, es decir, generando ventaja competitiva.

Por esta razón, la calidad de la gestión está íntimamente ligada con el capital humano de una organización. No puede haber calidad, si no hay calidad en las personas. Una organización con un recurso humano competente, y conciente de su compromiso con la calidad, puede destacarse como poseedora de una muy significativa e importante ventaja competitiva.



Tradicionalmente se habla del "sector servicios", con referencia a un sector o industria, cuyo resultado en la prestación del servicio, no es fácilmente medible, y como tal se convierte en un "intangible" (no palpable).

En muchos países, los servicios representan una porción bastante significativa en la actividad económica; abarcando los siguientes sectores:

- Transporte, comunicaciones y servicios básicos.
- Comercio al mayor y al detal
- Servicios tradicionales (tales como contabilidad, ingeniería y leyes)
- Servicios personales ( servicio doméstico, de peluquería)

Todas estas actividades representan "soluciones" a las necesidades (problemas) de las personas. Desde esta perspectiva los servicios pueden ser vistos como "sistemas de solución de problemas". En la cotidianeidad de la vida se está continuamente involucrado en los servicios, ya sea como proveedores o como clientes<sup>3</sup>.

Las actividades de fabricación en el fondo involucran actividades de servicios, tales como mercadeo y distribución. El producto en si puede ser visto como un " servicio congelado", puesto que su valor real se percibe o se deriva de su uso cuando está en poder del cliente.

Theodore Levitt de la escuela de negocios de Harvard, plantea: "No existen tales cosas como industrias de servicios. Existen solo industrias cuyos componentes de servicios son mayores o menores en comparación con otras industrias. Todo el mundo está en un servicio". El tener un enfoque bien definido hacia el cliente y una orientación hacia el servicio, constituye un reto para toda organización, independientemente del sector (público, privado), al

---

<sup>3</sup> Ibid. pp. 390.

que pertenece, si es proveedor o fabricante; e independientemente de su naturaleza.

Adicionalmente, todas aquellas actividades internas que conducen a la producción de bienes de consumo son en esencia "servicios internos" que involucran la transferencia de datos e información de una persona a otra, de un área a otra.

## **CALIDAD**

Es la totalidad de los rasgos y las características de un producto o servicio que se refieren a su capacidad para satisfacer necesidades expresadas o implícitas. Esta definición sugiere que la calidad debe ajustarse a los requisitos establecidos si es que ha de satisfacer las necesidades de los usuarios o de cualquiera que entre en contacto con el producto o servicio<sup>4</sup>.

### **CALIDAD ORIENTADA AL CLIENTE:**

La calidad orientada al cliente, es un concepto estratégico. Esta dirigida a ganar cuota de mercado y a retener al cliente. La calidad demanda una sensibilidad constante respecto a los requisitos del cliente y del mercado emergente, así como la medición de los factores que redundan en la satisfacción del cliente. Demanda también consciencia de los desarrollos en tecnología y una respuesta rápida y flexible al cliente y a los requerimientos del mercado. Estos requerimientos van mucho más allá de una mera disminución del defecto y del error, de un simple cumplimiento de las especificaciones o de una reducción de las quejas. Sin embargo, la disminución de defectos y errores y la eliminación de las causas de insatisfacción contribuyen significativamente a la percepción de la calidad

---

<sup>4</sup> Ibid. pp. 390.

que tienen los clientes y, por tanto, son también elementos importantes de la calidad orientada al cliente.

## **CIRCULO DE CALIDAD:**

Es un grupo reducido de personas, generalmente menos de diez, que realizan trabajos similares y se reúnen al menos una vez por semana para hablar de su trabajo, identificar problemas y proponen posibles soluciones. La participación en los círculos es voluntaria y en ellos los trabajadores designan a un moderador o líder de equipo para dirigir las discusiones. Los hallazgos y propuestas del grupo se remiten a los niveles de gestión<sup>5</sup>.

## **CONTROL DE LA CALIDAD TOTAL**

Sistema eficaz para integrar los esfuerzos de calidad desarrollo, calidad – mantenimiento y calidad – mejora de los diversos grupos humanos en una organización, de manera que la comercialización, ingeniería, producción y servicio se sitúen en los niveles más económicos que sea posible para la satisfacción del cliente.<sup>3</sup>

## **GESTIÓN DE CALIDAD TOTAL:**

Enfoque de gestión para el éxito a largo plazo a través de la satisfacción del cliente, que se basa en la participación de todos los miembros de la organización para la mejora de los procesos, productos, servicios y culturas en las cuales trabajan.

---

<sup>5</sup> Ibid. pp. 390.

## EL CONCEPTO DEL SERVICIO:

Según se define en la norma ISO 9000 versión 2000 "Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y Vocabulario". Un servicio es también el resultado de un proceso<sup>6</sup>

## CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El servicio es intangible: El cliente que recibe un servicio no puede manejar nada tangible.

La producción y consumo del servicio se realizan en el mismo momento: No es posible crear un almacén de servicios.

El servicio no puede verse antes de su despacho: El cliente debe confiar en el proveedor del servicio.

La etapa inicial juega un papel crítico.

El comprador (cliente) también participa en el desempeño del servicio, ya que el servicio es el resultado de una interacción entre vendedor y comprador, todo error siendo altamente visible, es siempre "oficial", como consecuencia, es muy importante estar listo para aplicar acciones correctivas.

No todas estas características están presentes en todo servicio, sin embargo un proveedor de servicios debe estar conciente de aquellas que son pertinentes en su caso particular.

---

<sup>6</sup> Ibid. pp. 752.

## EL PAQUETE DEL SERVICIO

Incluye todas las actividades que representan tanto la respuesta a la necesidad principal del cliente (componente técnico) como a sus deseos (basados principalmente en aspectos de conducta).

Richard Norman ha definido la respuesta a la necesidad principal como "Servicios principales" y la respuesta a los deseos del cliente como "Servicios periféricos"<sup>7</sup>.

Los servicios principales representan el componente central de la prestación del servicio. Los servicios periféricos proporcionan soporte y valor agregado a los servicios principales.

Por ejemplo: para un vuelo, los servicios principales consisten en trasladar una persona de una ciudad a otra. Los servicios periféricos incluyen las bebidas, los periódicos, las películas que ofrecen a bordo y el transporte hacia el aeropuerto.

La diferencia entre lo que dos compañías distintas ofrecen radica en los servicios periféricos, mientras que el servicio básico es el mismo. En la práctica el cliente, usualmente posee poco conocimiento del componente técnico y su evaluación no tiene validez real, pero probablemente podrá evaluar el componente de conducta, puesto que éste, se relaciona con sus sensaciones.

---

<sup>7</sup> Heskett, J.L.: La gestión en las empresas de servicios. Plaza&LLanes editores. Barcelona 1998. pp 212- 230

## LOS BENEFICIOS

El comprador (cliente) del servicio, percibe dos tipos de beneficios: Los beneficios explícitos: Aquellos que se le solicitan (exigen) claramente al proveedor.

Los beneficios implícitos: No se mencionan durante las negociaciones, pero si se requieren en la evaluación final. Generalmente implícito significa que es habitual o una práctica común para la organización prestadora del servicio, sus clientes y otras partes interesadas<sup>8</sup>.

La norma ISO 9000:2000 define requisito como "Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

Por lo anterior, en la planificación del servicio es muy importante definir aquellas actividades que no están directamente relacionadas con la esencia del servicio, pero que sin embargo lo hacen mucho más preciado, es decir que le aportan valor agregado.

El servicio puede compararse con una flor: El componente técnico es el Cáliz o centro, y los componentes suaves son los pétalos. Aunque la belleza de la flor se deriva de sus pétalos, la función principal es desarrollada por el cáliz. Sin embargo, si sólo un pétalo es imperfecto, puede hacer que la flor entera sea desechada.

A menudo, el futuro comprador (cliente) del servicio, no comunica sus expectativas completamente, dejando algunas implícitas. Solo al finalizar el servicio, mencionará estos o aquellos componentes no declarados, más aún

---

<sup>8</sup> Heskett, J.L.: La gestión en las empresas de servicios. Plaza&Llanes editores. Barcelona 1998. pp 212- 230

si éstos no han sido descuidados. Por ende, es muy importante que todas las necesidades, tanto las indicadas (explícitas) como las implícitas estén claramente definidas desde el comienzo.

La Norma ISO 9001:2000 en relación con la realización del servicio y más concretamente en lo referente a la determinación de los requisitos relacionados con el producto (servicio), numeral 7.2.1, apartados (a) y (b) establece:

“La organización debe determinar”<sup>9</sup>

a) Los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma.

b) Los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocido. ”

Por ende, estos requisitos deben ser revisados entre la organización y el cliente, antes de que ésta se comprometa a proporcionar o prestar el servicio al cliente. Esto lo establece la misma norma en el numeral 7.2.2.

Generó. Esto significa que la calidad se construye a través de todos los pasos que intervienen en la prestación del servicio. Cuando entre las metas de una organización esta el garantizar la calidad de sus productos o servicios, se debe asegurar el trabajo y el compromiso del personal para lograr la calidad interna, la cual se traduce en la máxima eficiencia y efectividad en todas las actividades internas. Cada persona al hacer su trabajo funciona o se desempeña a la vez como cliente y proveedor.

<sup>9</sup> HESKETT, J.L.: La gestión en las empresas de servicios. Plaza&LLanes editores. Barcelona 1998. pp 212- 230

En este sentido, la "toma de conciencia" en relación con la forma en como afecta y contribuye lo que hace, en el logro de los objetivos y metas de la organización. La concientización del papel que se desempeña dentro de la organización hace más fácil la definición de los requerimientos de los servicios.

## EVALUACIÓN DEL SERVICIO

El único juez del servicio es el cliente. El ve "la gran pantalla", mientras que el proveedor ve sólo fotografías. La evaluación del cliente se basa en una comparación de sus expectativas con lo que ha recibido. Esta expectativa se basa en<sup>10</sup>:

- La naturaleza del servicio.
- Las necesidades personales
- Las experiencias previas
- La imagen del proveedor

## INDICADOR

Un Indicador es un criterio o parámetro que nos permite medir o evaluar si hemos alcanzado un objetivo, entendiendo que el comportamiento o desempeño de una organización o de una de sus partes; cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se tomaran acciones correctivas o preventivas según el caso. El adecuado uso y aplicación de los indicadores de gestión, generará una ventaja competitiva sostenible.

<sup>10</sup> HESKETT, J.L.: La gestión en las empresas de servicios. Plaza&Llanes editores. Barcelona 1998. pp 212- 230.



Los objetivos de los indicadores de gestión son:

- Identificar y tomar decisiones sobre los problemas operativos.
- Medir el grado de competitividad de la empresa frente a sus competidores<sup>11</sup>.
- Mejorar el uso de recursos asignados, para aumentar la productividad y efectividad de las actividades hacia el cliente.
- Satisfacer las expectativas del cliente mediante la reducción del tiempo de entrega y la optimización del servicio prestado.

En cuanto a los tipos de indicadores se presentan los siguientes<sup>12</sup>:

- **Indicador de satisfacción del cliente:**

Es el parámetro mediante el cual identificamos si se están cumpliendo los requerimientos del cliente en cuanto a sus necesidades, expectativas y deseos.

- **Indicador de resultados:**

Definen el número mínimo de resultados finales que deben alcanzarse para desempeñarse con éxito en el puesto de trabajo.

- **Indicador de insumo y proveedor:**

Son aquellos parámetros de calidad de los productos, bienes y servicios, necesarios para dar inicio a la gestión y calificación de quienes entregan los insumos.

---

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> BELTRÁN JARAMILLO, Jesús Mauricio. Indicadores de gestión / Herramientas para lograr la competitividad. Santafé de Bogotá: 3R Editores, 1998. Segunda Edición. pp 48 - 57.

- **Indicador de expectativa:**

Criterio o parámetro que asigna el cliente a nuestro producto, bien o servicio antes de utilizarlo.

Es aquello que el cliente espera recibir como beneficio una vez cubra su necesidad.

- **Indicador de necesidad:**

Criterio o parámetro que define nuestro cliente en términos de lo que el necesita de acuerdo al producto, bien o servicio que ofrecemos.

Implica algo que nosotros como gestores del producto debemos mejorar o implementar hacia el futuro para conservar nuestro cliente.

- **Indicador de gestión:**

Definen responsabilidades claves que deben desarrollarse para desempeñar con éxito el puesto de trabajo; así como las características de conocimiento, actitudes y habilidades; son declaraciones de deberes y acciones más que de resultados.

Una vez definidos los diferentes tipos de indicadores, se recomienda no sobrepasar de cinco por cada proceso, teniendo en cuenta por lo menos un indicador de gestión, donde la primera labor sea:

- Concretar los objetivos de los indicadores de modo que estos sean coherentes con los objetivos estratégicos.
- Establecer la periodicidad de su medición para garantizar la efectividad y realización del indicador.
- Guardar por lo menos los datos de los cinco últimos años para poder evidenciar las tendencias de los mismos.

- Implantar indicadores estratégicos y establecer prioridades, evidenciando que si nos referimos a procesos, se deben identificar los significativos.
- Establecer comparaciones y relacionarlos con actividades de benchmarking y/o actividades de reingeniería.

## **Un buen indicador debe contener las siguientes características:**

**Disponibilidad:** Los datos básicos para la construcción del indicador deben ser de fácil obtención sin restricciones de ningún tipo.

**Simplicidad:** El indicador debe ser de fácil elaboración.

**Validez:** La validez de los indicadores significa que éstos deben tener la capacidad de medir realmente el fenómeno que se quiere medir y no otros.

**Confiabilidad:** Los datos utilizados para la construcción del indicador deben ser reales (fuentes de información satisfactorias).

## **“Patrones para la especificación de indicadores**

### **1. Composición:**

Un indicador correctamente compuesto tiene las siguientes características:

-Nombre: la identificación y diferenciación de un indicador es vital y su nombre además de concreto, debe definir claramente su objetivo y utilidad.

-Forma de cálculo: generalmente, cuando se trata de indicadores cuantitativos, se debe tener muy claro la fórmula matemática para el cálculo de su valor, lo cual implica la identificación exacta de los factores y la manera como ellos se relacionan.

-Unidades: la manera como se expresa el valor de determinado indicador esta dado por las unidades, las cuales varían de acuerdo con los factores que se relacionan.

-Glosario: es fundamental que el indicador se encuentre documentado en términos de especificar que se relacionan en su cálculo.

## **2. Naturaleza:**

Los indicadores de gestión deben reflejar el comportamiento de los signos vitales o factores clave. Encontrando indicadores de efectividad, de eficacia (resultados, calidad, satisfacción del cliente, de impacto), de eficiencia (actividad, uso de capacidad, cumplimiento de programación).

## **3. Vigencia:**

Según su vigencia, los indicadores se clasifican en temporales y permanentes.

- Temporales: cuando su validez tiene un lapso finito, por lo regular cuando se asocian al logro de un objetivo a la ejecución de un proyecto, al lograrse

el objetivo o cuando este pierde interés para la organización, los indicadores asociados deberán desaparecer.

-Permanentes: son indicadores que se asocian a variables o factores que están presentes siempre en la organización y se asocian por lo regular a procesos.

#### **4. Nivel de generación:**

Se refiere al nivel de la organización, estratégico, táctico u operativo, donde se recoge la información y se consolida el indicador<sup>13</sup>

#### **5. Nivel de utilización:**

Se refiere al nivel de la organización, estratégico, táctico u operativo, donde se utiliza el indicador como insumo para la toma de decisiones.

#### **6. Valor agregado:**

La mejor manera de identificar si un indicador genera o no valor agregado esta en relación directa con la calidad y oportunidad de las decisiones que se puedan tomar a partir de la información que este brinda. Es claro que si un indicador no es útil para tomar decisiones no debe mantenerse.

#### **7. Tipo de indicadores de gestión:**

En las organizaciones existen diversos tipos de indicadores: los hay puntuales, acumulados, de control, de alarma, de planeación, de eficacia, de eficiencia, temporales, permanentes, estratégicos, tácticos y operativos.

#### **8. Ventajas que tiene contar con indicadores de gestión:**

Quizá la ventaja fundamental derivada del uso de indicadores de gestión se resume en la reducción drástica de la incertidumbre, de la angustia y la subjetividad, con el consecuente incremento de la efectividad de la organización y el bienestar de todos los trabajadores.

<sup>13</sup> BELTRÁN JARAMILLO, Jesús Mauricio. Indicadores de gestión / Herramientas para lograr la competitividad. Santafé de Bogotá: 3R Editores, 1998. Segunda Edición. Pp. 39 - 45.

- Motivar a los miembros del equipo para alcanzar metas retadoras y generar un proceso de mantenimiento continuo que haga que su proceso sea líder.
- Estimular y promover el trabajo en equipo.
- Contribuir al desarrollo y crecimiento tanto personal como del equipo dentro de la organización.
- Generar un proceso de innovación y enriquecimiento del trabajo diario
- Impulsar la eficiencia, eficacia y productividad de las actividades de cada uno de los negocios.
- Disponer de una herramienta de información sobre la gestión del negocio, para determinar que tan bien se están logrando los objetivos y metas propuestas.
- Identificar oportunidades de mejoramiento en actividades que por su comportamiento requieren reforzar o reorientar esfuerzos.
- Contar con información que permita priorizar actividades basadas en la necesidad de cumplimiento, de objetivos de corto, mediano y largo plazo.
- Reorientar políticas y estrategias, con respecto a la gestión de la organización"<sup>14</sup>

<sup>14</sup> BELTRÁN JARAMILLO, Jesús Mauricio. Indicadores de gestión / Herramientas para lograr la competitividad. Santafé de Bogotá: 3R Editores, 1998. Segunda Edición. Pp. 39 - 45.

## 5.5 CONCEPTOS DISEÑO METODOLOGICO

“Un diseño de Investigación es una estructura o plano para llevar a cabo un proyecto de investigación de mercados, detallando los procedimientos necesarios para obtener la información que se requiere, a fin de resolver problemas de Investigación y a través de un buen diseño se establecen las bases para llevar a cabo un proyecto, asegurando que se desarrolle de manera eficiente y efectiva.

Los diseños de Investigación que utilizaremos en este Proyecto será LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA, DESCRIPTIVA y CAUSAL.

El Objetivo de la Investigación Exploratoria es examinar o buscar a través del problema o situación para dar una mejor idea o comprensión del mismo. La Investigación exploratoria puede utilizarse para cualquiera de los siguientes propósitos:

- Formular un problema o definirlo de manera más precisa
- Identificar cursos alternativos de acción
- Desarrollar hipótesis
- Aislar variables y relaciones claves para un análisis posterior
- Ganar comprensión para desarrollar un enfoque del problema
- Establecer prioridades para una investigación posterior

En general la investigación exploratoria es significativa en cualquier situación donde no se tenga el suficiente conocimiento acerca de cómo continuar con el proyecto. La investigación Exploratoria se caracteriza por la flexibilidad y

versatilidad de sus métodos porque no se emplean los protocolos y procedimientos de la investigación formal<sup>15</sup>.

“No es frecuente que se incluyan cuestionarios estructurados, grandes muestras ni planes de muestreo de probabilidad. En lugar de esto los investigadores son alertados por las nuevas ideas y conocimientos que surgen conforme avanzan. Una vez que se descubre una idea o conocimiento nuevo, se puede modificar la exploración hacia esa dirección, hasta que sus posibilidades se agoten o bien hasta encontrar otras más adecuadas. Por esta razón el punto central de la investigación puede cambiar constantemente, conforme se descubren nuevas ideas y conceptos. Por tanto la creatividad y apertura del investigador juegan un papel importante. Con todo, las habilidades que tenga no son los únicos aspectos que determinan una buena investigación exploratoria. Esta puede beneficiarse en gran medida con el uso de los métodos siguientes:

- Análisis de datos secundarios
- Investigación Cualitativa ( Análisis con los expertos)
- Investigación Cuantitativa

El método y la forma de recolectar la información correspondiente a la investigación exploratoria en la Aseguradora se realizará a través de análisis de datos secundarios, Entrevista a expertos, Investigación cualitativa e Investigación Cuantitativa como proyección ya que esto depende de los datos e información que se recolecte.

---

<sup>15</sup> Naresh K. Malhotra, Investigación de mercados un enfoque práctico. Prentice Hall. 1997. Segunda Edición. pp. 85 - 114.



El Objetivo de la Investigación Descriptiva es delinear algo, generalmente las características del mercado o su funcionamiento. La Investigación Descriptiva se lleva a cabo por las siguientes razones:

- Describir las características más importantes de los grupos como son los consumidores, vendedores o áreas de mercado.
- Estimar el porcentaje de unidades que presentan cierto comportamiento en una población específica.
- Determinar cómo se perciben las características del producto.
- Encontrar el grado de asociación de las variables del mercado.

Los datos secundarios es la información ya obtenida o publicada. Y en la obtención de datos primarios, el investigador trata de averiguar lo que los consumidores piensan de algún tema o cómo se comportarán en determinadas circunstancias. Existen dos métodos fundamentales para recabar información sobre ellos: Cuestionario y Observación. El cuestionario abarca desde la investigación cualitativa hasta la cuantitativa.

Investigación cualitativa busca respuestas profundas y abiertas en donde el investigador trata de lograr que el sujeto comparta sus ideas sobre un tema sin darle muchas instrucciones ni orientaciones sobre qué decir. La profundidad del método cualitativo llega a los detalles, aunque el investigador deba reflexionar con detenimiento para sintetizarlos.

Investigación cuantitativa, busca respuestas estructuradas, susceptibles de sintetizarse en cifras como porcentajes, promedios u otras estadísticas.

La Investigación Causal, es un tipo de Investigación concluyente donde el objetivo principal es obtener evidencias respecto de las relaciones causa-efecto. La Investigación es apropiada para los siguientes casos:

- Entender que variables son la causa ( Variables Independientes) y qué variables son el efecto ( Variables Dependientes de un fenómeno)
- Determinar la naturaleza de las relaciones entre las variables causales y el efecto que debe pronosticarse<sup>16</sup>.

## 5.5.1. Tipos de investigación

Tabla 2. Tipos de Investigación<sup>17</sup>

TIPOS DE INVESTIGACIÓN	EXPLORATORIA	DESCRIPTIVA	CAUSALES
OBJETIVOS	Descubrimiento de ideas.	Describir las características o funciones del mercado.	Determinar las relaciones de causa y efecto.
CARACTERÍSTICAS	La recopilación de la información es Flexible y Versátil, no se emplean protocolos	Diseño previamente planeado y estructurado	Manipulación de una o más variables independientes.
METODOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios Especializados</li> <li>• Estudios Pilotos</li> <li>• Datos Secundarios ( Internos y Externos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos de Observación</li> <li>• Encuestas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experimentos</li> </ul>

<sup>16</sup> MALHOTRA, Naresh K., Investigación de mercados un enfoque práctico. Prentice Hall. 1997. Segunda Edición. pp. 85 - 114.

<sup>17</sup> Ibid. pp. 85 - 114.

## 6. DISEÑO METODOLÓGICO

Para este proyecto hemos combinado los diferentes tipos de investigación, exploratoria, descriptiva y causal, las cuales nos permitirán cumplir con el objetivo de identificar y establecer si los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales son adecuados y coherentes con la Misión, Visión, Principios y objetivos de la compañía, y en caso de existir deficiencias, proponer y diseñar nuevos indicadores

El análisis de la investigación exploratoria y descriptiva será cuantitativo y de muestra representativa individual, es decir que se extraerá una sola muestra de entrevistados de la población y la información se obtendrá una sola vez de esta muestra, a través del método de encuesta.

La investigación cualitativa se realizó por medio de análisis con expertos, permitiéndonos ampliar los diferentes conceptos, ideas, conocimientos y sentimientos de los clientes, frente al diario vivir en su cargo con los diferentes clientes.

Se ha escogido este tipo de diseño porque es el que mejor se adapta a los objetivos del proyecto de investigación, así como a las necesidades de información del mismo.

### 6.1. MARCO MUESTRAL

La metodología que se emplea para el tamaño de la muestra es la usada para poblaciones finitas. En nuestro caso el tamaño de la población (N) es de 620 clientes, quienes están asegurados con la compañía en el ramo de Seguros Generales.

La expresión matemática para la determinación del tamaño de la muestra es la siguiente:

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

Donde:

N = Tamaño de la población, 620

p = Probabilidad de que las personas que respondan la encuesta manifiesten que están satisfechas con el servicio prestado. En nuestro caso lo hemos calculado en el 0.50

q = Probabilidad de que las personas que nos respondan la encuesta manifiesten que no están satisfechas con el servicio prestado por la empresa. En nuestro caso es de 0.50.

Nivel de Confianza = 90%

Z = 1.64 para ese nivel de confianza especificado

e = Margen de error y es hasta 0.10

En consecuencia el tamaño de "n" es:

$$n = \frac{0.50 \times 0.50 \times (1.64)^2 \times 620}{0.50 \times 0.50 \times (1.64)^2 + (620-1)(0.10)^2} = 61$$

A pesar de este valor, en cuanto al tamaño de la muestra para la aplicación de las encuestas respectivas, dadas las facilidades que teníamos en la empresa en la cual realizamos el trabajo y con el fin de captar la opinión del mayor número de clientes posibles decidimos realizar un total de 100 encuestas igual número de clientes.

## 6.2. CAPACITACIÓN POR PARTE DE LA ASEGURADORA COLSEGUROS S.A.

De acuerdo a la visita realizada a la compañía para el desarrollo de nuestro proyecto fue asignado para suministrarnos información el Ingeniero Javier García Rangel – Director de Cuenta en el área comercial de la sucursal Bucaramanga de la Aseguradora Colseguros S.A.

El direccionamiento dado por el Ingeniero Javier García Rangel para el desarrollo de nuestro proyecto fue la realización de una Capacitación para que tuviéramos una noción de saber en qué consiste cada uno de los productos de Seguros Generales de la Compañía.

### 6.2.1. Póliza del hogar



“ Porque lo mejor es tener la casa asegurada, Póliza del Hogar Colseguros, a la medida de su presupuesto”.

## MÓDULOS A PRIMERA PÉRDIDA ABSOLUTA:

### AMPARO DE SUSTRACCIÓN:

Hurto simple y calificado: Cubre las pérdidas y daños de los bienes asegurados por hurto. De acuerdo con sus necesidades y presupuesto puede escoger un porcentaje del 100% del valor de los contenidos.

### AMPARO DE HURTO CALIFICADO FUERA DEL PREDIO ASEGURADO:

Hurto Calificado Fuera del Predio: Cubre las pérdidas y daños de los bienes asegurados por Hurto Calificado hasta un 20% del valor asegurado en el amparo de Sustracción, donde se pueden asegurar los objetos de valor y Joyas, Computadoras portátiles, cámaras de Video y fotográficas, artículos deportivos como bicicletas, palos de golf, patines. En Colombia y en el exterior.

### AMPARO DE EQUIPO ELÉCTRICO Y ELECTRÓNICO:

Equipo electrónico (daños internos a los equipos electrónicos): Daños a estos equipos por corto circuito, sobrevoltaje, fenómenos electromagnéticos, errores de diseño, montaje reparación defectuosa, negligencia, manejo inadecuado. Valor correspondiente al valor del equipo electrónico o puede escoger del 100% del valor asegurado de los equipos en el amparo básico un porcentaje de acuerdo con sus necesidades y presupuesto.

## **AMPARO DE RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL:**

1. Responsabilidad civil extracontractual: Cubre las sumas que se condenen a pagar el asegurado por daños o lesiones causadas a terceras personas en su carácter de persona natural, jefe de hogar, propietario, tenedor de animales domésticos. Valor asegurado va desde 10.000.000 hasta 50.000.000 para que escoja con un valor mínimo de prima que va de \$6.000 hasta \$16.000 al año.
2. Gastos médicos: se amparan los gastos médicos por las lesiones accidentales causadas a terceros que ocurran en los predios del asegurado.
3. Anexo de R.C.Patronal: Cubre la responsabilidad civil patronal por los daños corporales o materiales en los accidentes de trabajo que ocurran en el hogar.

## **AMPARO DE ACCIDENTES PERSONALES:**

- Accidentes personales: Muerte accidental, desmembramiento o pérdida de la vista, incapacidad total y permanente que sufra el asegurado, su cónyuge, hijos. Límite asegurado va desde 10.000.000 hasta 50.000.000 para que escoja con un valor mínimo de prima que va de \$6.000 hasta \$16.000 al año.
- Gastos médicos: gastos médicos a consecuencia de accidentes personales que sufra el asegurado y su cónyuge.

## MÓDULOS:

### AMPARO BÁSICO SIN DEDUCIBLE:

- Incendio y/o rayo: comprende daños directos y sus efectos inmediatos como el calor y el humo.
- Explosión: interna o externa sea que ella origine o no incendio.
- Vientos fuertes, granizo, humo, caída de aeronaves, o choque de vehículos terrestres: daños que se causen a los bienes asegurados por estos fenómenos, daños por caída de aeronaves u objetos que caigan de ellas y choque de vehículos terrestres.
- Alojamiento temporal o pérdida de arrendamiento: pérdida por desocupación del edificio como consecuencia de una pérdida amparada o gastos ocasionados por renta pagadera por el evento cubierto. 1% del valor asegurado del edificio. · Rotura de vidrios y unidades sanitarias: pérdidas que incluyen costo de colocación de vidrios, espejos, instalaciones sanitarias instaladas. 2% del valor asegurado de los contenidos.
- Rotura De Vidrios Y Unidades Sanitarias: Cubre hasta 5SMMLV las unidades Sanitarias, cristales como mesas de comedor, vitrales etc.
- Cobertura invitados, huéspedes, visitantes: Cubre hasta 2SMMLV las pérdidas de equipaje o de objetos personales de los invitados huéspedes o visitantes.
- Amparo automático de nuevos bienes: Cubre hasta 4SMMLV y 30 días para dar aviso sobre los objetos que compre para el hogar.



- Remoción de escombros: cubre los gastos ocasionados por remoción de escombros de un siniestro amparado. Límite asegurado 5% del valor asegurado del edificio y contenidos.
- Gastos de autoridad: cubre los gastos por destrucción ordenada por las autoridades en caso de siniestro. Límite 5% del valor asegurado del edificio y los contenidos.
- Gastos para limitar el siniestro: cubre los gastos o costos en que necesaria y razonablemente incurra el asegurado con el fin de salvar, preservar o conservar los bienes amparados, dañados o destruidos por cualquiera de los eventos cubiertos bajo la póliza. Límite 5% del valor asegurado del edificio y sus contenidos.
- Gastos para la demostración de la pérdida: cubre los gastos o costos en que necesaria y razonablemente incurra el asegurado con el fin de demostrarle a la compañía, la ocurrencia y cuantía de la pérdida a consecuencia de cualquiera de los eventos cubiertos por la póliza. Límite asegurado 5% del valor de los contenidos.

## **AMPARO DE TERREMOTO:**

Terremoto, temblor y/o erupción volcánica: cubre las pérdidas o daños materiales incluyendo incendio, derrumbamientos, agrietamientos o rotura de contenido, ocasionados por temblor, terremoto y/o erupción volcánica.

## **AMPARO DE AMIT:**

Asonada, motín, conmoción civil o popular, Huelga, actos mal intencionados de terceros incluido Terrorismo: pérdidas originadas por personas

intervinientes en disturbios de carácter violento, huelguistas o por actos mal intencionados de terceros, incluso actos terroristas y movimientos subversivos.

## **MÓDULO DE ASISTENCIA AL HOGAR:**

Como plus adicional, se presentan los servicios de plomería, electricidad, cerrajería, vidrios, orientación jurídica, traslado de bienes, jardinería, celador sustituto, entre otros, con un costo anual de 15.000.

## **VENTAJAS DEL PRODUCTO**

- Tasa competitiva frente al mercado.
- Deducibles bajos.
- Asistencia las 24 horas.
- Coberturas ajustadas a las necesidades del hogar.
- Asesoría especializada de intermediarios de seguros.
- Información por la línea 01-8000 5-13500 sin costo alguno.
- Cotización inmediata.
- Se presenta una sola póliza para todas las coberturas.

## **Nuevos beneficios para nuestros clientes**

Se amplió la cobertura de Responsabilidad Civil Extracontractual a todo el territorio nacional

Se adicionaron las siguientes coberturas en la asistencia para el Hogar:

- Gastos de bodegaje: En caso de inhabilidad del hogar, se ofrecerá traslado y depósito de los muebles o enseres trasladados a un guardamuebles del

mismo municipio y hasta un límite de \$300.000. Máximo dos eventos durante la vigencia.

- Servicios de primeros auxilios y/o desplazamientos por accidentes o urgencias: El cual ofrece asistencia en caso que ocurra un accidente o una urgencia de salud, los primeros auxilios y hasta el desplazamiento a un centro asistencial, máximo 2 eventos durante la vigencia
- Servicios de vigilante por eventos realizados en el hogar: La compañía enviará un vigilante con el fin de cuidar los vehículos de los invitados al Hogar, que tengan que parquear en frente del perímetro de la vivienda. Este servicio se prestará máximo en 5 ocasiones que el asegurado lo solicite durante la vigencia.
- Servicio de Asistencia jurídica al hogar: En caso de que ocurra un evento amparado por la póliza, el asegurado necesitará un abogado para que responda a sus inquietudes, COLSEGUROS pone a su disposición una línea de consulta, en forma ilimitada.
- Servicio de acompañamiento: El asegurado tendrá la posibilidad de solicitar máximo 5 veces en la vigencia un conductor y/o automóvil, para ser trasladado debido a que no cuenta con el medio de transporte o se vea imposibilitado para manejar su propio auto.
- Asistencia nacional e internacional para hurto calificado fuera del predio asegurado: En caso de ocurrir un evento amparado bajo el modulo de Hurto Calificado Fuera del Predio Asegurado de la póliza del Hogar, Colseguros le brindará asistencia a nivel nacional o internacional, para los trámites de denuncia, cotización del bien afectado y hasta primeros auxilios y traslado al centro asistencial por heridas ocasionadas por la tentativa del hurto hasta 10 SMMLV; Máximo dos (2) eventos durante la vigencia.

- Referencia de tareas: En caso que un menor de edad requiera asesoría a través de un profesor particular para sus tareas de biología, matemáticas básicas, ciencias sociales, informática y religión, según el requerimiento. Podrá comunicarse con la línea de atención y solicitar este servicio. Se atenderá máximo 3 solicitudes durante el año escolar. El tiempo de respuesta para este servicio es de dos horas siguientes a la solicitud.

## 6.2.2. Seguro de PYME

### - Coberturas

Este producto busca satisfacer las necesidades de protección de la pequeña y mediana empresa dedicada a la actividad comercial, industrial y de servicios. Ampara las pérdidas o daños materiales que pueden sufrir sus bienes y su patrimonio, como consecuencia de riesgos cubiertos por la póliza.

La póliza PYME es una póliza de tipo modular que ofrece cobertura para todos aquellos eventos a que puede estar expuesta la pequeña y mediana empresa, cualquiera que sea su Pyme ( Industrial, Comercial o de Servicios), tiene la posibilidad de escoger los módulos( amparos) que se ajusten a sus necesidades:

- Módulo Incendio
- Módulo de Terrorismo
- Módulo de Terremoto y Maremoto
- Módulo de Equipo Electrónico
- Módulo Rotura de Maquinaria
- Módulo de Hurto Calificado y Simple
- Módulo Lucro Cesante
- Módulo de Responsabilidad Civil Extracontractual ( RCE)



- Módulo Manejo
- Módulo Transporte de Mercancía
- Módulo de Transporte de Valores
- Módulo de Asistencia Colseguros

COLSEGUROS, le ofrece los siguientes beneficios en la póliza PYME:

- Inspección Especializada
- Cobertura Todo Riesgo para su industria
- Cobertura de terrorismo
- Cobertura de Responsabilidad Civil Extracontractual en todo el territorio nacional.
- Coberturas por módulos que permite acomodar sus necesidades de cobertura a sus presupuestos de seguro.
- Servicio completo de asistencia a su Pyme las 24 horas del día:
  - Plomería
  - Cerrajería
  - Electricidad
  - Vidrios
  - Jardinería
  - Referencias Profesionales
  - Celaduría
  - Orientación Jurídica
  - Servicio de Primeros Auxilios y/o desplazamiento por accidentes
  - Transmisión de mensajes urgentes
  - Información actualizada de noticias sobre PYME.
  - Referencia arriendo de Maquinaria para construcción ( andamios, compresores, pulidoras).
  - Aseadora Sustituta por hospitalización superior a 3 días.

# COLSEGUROS

- Servicio de mensajería. Incluye 1 desplazamiento por evento dentro de la ciudad donde se solicita el servicio.
- Referencia telefónica profesional sobre cuidados especiales de transporte y bodegaje de carga.
- Atendemos telefónicamente todos los requerimientos de asistencia en nuestra línea de Asistencia Colseguros, evitando el desplazamiento a nuestros puntos de atención al cliente.

## - Ventajas

- Flexibilidad del producto
- Amplias y completas coberturas
- Fácil administración (una sola póliza)
- **Primas competitivas**
- Cotización inmediata
- Cobertura a nivel nacional
- Asesoría especializada de intermediarios de seguros.

## 6.2.3. Seguro de áreas comunes



Colseguros cuenta con el Seguro de Áreas Comunes Residencial.

Ahora cuenta con nuevos beneficios para clientes

# COLSEGUROS

Se amplía la cobertura de Hurto Calificado, hasta 100% de los equipos de oficina y equipo electrónico.

Se creó la opción de otorgar cobertura de transporte de valores

Se adicionaron las siguientes coberturas en asistencia a la copropiedad:

- Servicio de primeros auxilios y/o desplazamiento por accidentes: El cual ofrece asistencia en caso de que ocurra un evento amparado por la póliza en forma de primeros auxilios y hasta el desplazamiento a un centro asistencial, máximo 5 eventos durante la vigencia.
- Servicio de asistencia jurídica a la copropiedad: En caso de que ocurra un evento amparado por la póliza, la copropiedad necesitará un abogado para que responda a sus inquietudes, COLSEGUROS pone a su disposición una línea de consulta, en forma ilimitada.
- Cobertura de jardinería: Cuando las plantas y jardines de las áreas comunes, se vean afectadas por incendio, rayo, explosión, caída de aeronaves o partes que se desprendan o caigan de ellas, o impacto de vehículos, se enviará un especialista a rehabilitar la zona afectada.

## 6.2.4 Seguros estatales ( Seguros de Gastos de Defensa y Pérdida Fiscal)



## SEGUROS ESTATALES

Siempre han existido seguros dirigidos a empresas y a trabajadores del sector privado, pero nunca había existido una dirigida al sector estatal.

COLSEGUROS, preocupado por el bienestar y defensa de los servidores públicos crea el Seguro de Perdida Fiscal y Gastos de Defensa, con el fin de cubrir los gastos causados por procesos civiles y administrativos en contra del asegurado, por investigaciones adelantadas por cualquier organismo oficial y proteger el patrimonio del Estado.

### Producto:

El producto es un seguro que se ofrece a las entidades oficiales para amparar los gastos de defensa que se generen en un proceso civil, penal administrativo o investigaciones iniciadas por los órganos de control contra un servidor público ocasionado por "actuaciones incorrectas", cometidos en el desempeño de sus funciones, exclusivamente en su condición de servidores públicos de la entidad "tomadora del seguro".

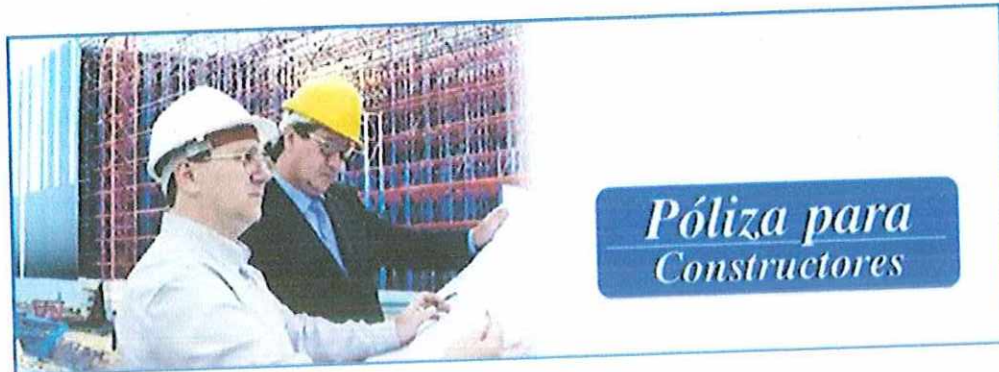
### Grupo Objetivo:

El producto esta dirigido para las siguientes entidades:

- Entidades de orden Nacional (la gran mayoría se encuentran en Bogotá y Medellín)( Por ejemplo: Presidencia de la República, Ministerios y organismos de control entre otros).
- Empresas industriales y comerciales del Estado, de economía mixta, empresas prestadoras de Servicios Públicos.
- Entidades del estado, entidades de orden departamental y municipal
- Entidades Financieras Intervenidas por el Estado regidas también por el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero.



## 6.2.5 Seguros para constructores



Una póliza diseñada acorde con la necesidad de su proyecto. Especializada a la medida de su proyecto

### TIPOS DE RIESGOS

- Casas para vivienda y/o conjuntos cerrados para vivienda.
- Edificios para vivienda y/o conjuntos de edificios para vivienda.
- Edificios para Oficinas y/o conjuntos de edificios para oficinas.
- Centros comerciales.
- Bodegas industriales.
- Colegios.
- Teatros.

### VENTAJAS

- Agilidad en el proceso de cotización y suscripción
- Tasas cómodas
- Disponibilidad del cotizador en las sucursales
- Cobertura Básica y complementaria de acuerdo al proyecto
- Enfocado a suplir las necesidades específicas de los constructores
- Respaldo de una compañía sólida y con gran respaldo económico

## COBERTURAS PÓLIZA PARA CONSTRUCTORES

- Incendio, Inundación, vientos, deslizamiento.
- Terremoto, Erupción Volcánica, Maremoto
- Hurto Calificado
- Remoción de Escombros
- Mantenimiento simple (12 Meses)
- Pruebas (4 semanas)
- Gastos adicionales

## COMPLEMENTARIOS

- HMAACC Y AMIT
- RCE Daños materiales y Lesiones Personales
- Equipo y Maquinaria de construcción
- Otras propiedades del asegurado
- Propiedad adyacente
- Ventas ( hasta 6 meses)

## CONDICIONES DEL PROYECTO

- Edificios hasta 12 Pisos
- Hasta 1 Sótano y un semisótano, o dos sótanos
- Profundidad de Excavación hasta 8 Metros
- Máximo 24 meses de obra
- Período de ventas hasta 6 meses
- Se asegura obras en ejecución hasta un 15% de cronograma o presupuesto
- Valor máximo de obra COP \$22.000 Millones

## 6.2.6. Seguro de transporte



Usted no puede arriesgar el capital representado en sus mercancías, factores como la inseguridad de las carreteras, la misma situación de Orden Público, el estado de las vías y de los vehículos utilizados para tal fin, son factores de riesgo.

Nuestra Compañía Ofrece coberturas para cada forma de carga. Somos expertos en este ramo desde los inicios de la compañía hace ya 125 años, hemos cubierto el desarrollo de Colombia, amparamos el transporte inclusive de grandes proyectos de infraestructura, maquinarias y plantas completas de montajes.

Nuestro servicio en este ramo va más allá de la suscripción, para ello ofrecemos a nuestros clientes valores agregados excepcionales consistentes en prevención, manejo y control de mercancías en operaciones portuarias y aeroportuarias, inspecciones de mercancías y reconocimientos en donde el cliente lo desee.

### - AMPAROS

Transporte de mercancías indemniza pérdidas o daños que sufran las mercancías por razón de los riesgos o peligros a que están expuestas durante su transporte.

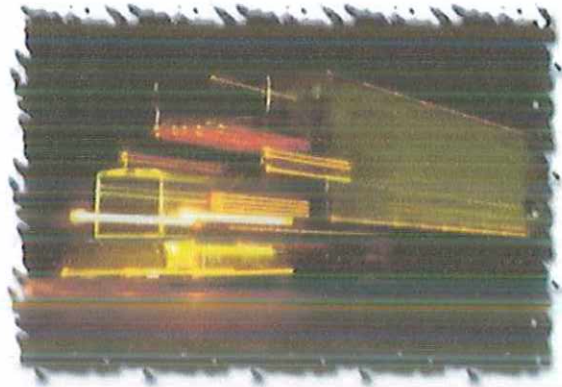
- Cobertura completa sin falta de entrega, sin avería particular y sin saqueo (perdida total): Es la cobertura mínima en toda póliza y ampara pérdidas o

# COLSEGUROS

daños causados directamente por incendio, rayo o explosión o por los hechos tendientes a extinguir el fuego originado por tales causas.

- Nuestra póliza cubre también los accidentes del vehículo transportador (hundimiento de buques, choques, volcamientos, caídas a abismos, caída de aviones, etc.); También, cubre las caídas accidentales al mar o ríos de bultos durante la navegación o durante las operaciones de cargue, descargue o trasbordo.

- Avería particular: son los daños de la naturaleza misma del bien transportado. Como son: la oxidación, rotura, contaminación, acción de ácidos, los daños por humedad, etc.



- Saqueo: sustracción parcial o total del contenido de los bultos o cajas y/o sustracción de alguna parte integrante de los bienes asegurados cuando no tengan empaque.
- Falta de entrega por extravío o hurto calificado, de uno o más bultos o cajas completos, es decir tanto su contenido como su empaque.
- Asegura además en el transporte marítimo, las contribuciones definitivas por avería gruesa y gastos de salvamento en que se incurra para evitar pérdidas por un riesgo cubierto por este seguro.
- Transporte de valores: ampara dinero, joyas, metales preciosos, piedras preciosas, cheques, documentos de valor.

- Amparo básico (pérdida total y hurto calificado): cubre la pérdida o daño material de los valores que se produzca con ocasión a su transporte.

## - AMPAROS ADICIONALES

- Hurto simple o no calificado: cubre la sustracción sin violencia, Guerra y Huelga.

### 6.2.7. Seguro de manejo



Para Usted como jefe o empresario es mayor que el riesgo de que dentro del personal que labora en su empresa existan personas que no sean honestas con el manejo de los dineros y documentos de valor que se manejan en ella.

Este tipo de personas anualmente le causan pérdidas a las empresas por miles de millones de pesos, obviamente que el seguro de manejo no evita estas situaciones pero si le es útil al empresario para resarcir sus perdidas y disminuir el impacto en sus ingresos.

## - COBERTURA

- Hurto Simple
- Hurto Calificado
- Abuso de confianza
- Falsificación
- Estafa
- Peculado (Adicional a las demás coberturas y únicamente para Estatales)

Infracciones a Disposiciones Legales (Adicional a las demás coberturas y únicamente para Estatales)

## 6.2.8. Seguro de cumplimiento



Toda empresa del sector privado o del sector estatal requiere en la celebración de contratos contar con una aseguradora sólida y de primer nivel que brinde a sus afianzados las garantías un gran respaldo como el que colseguros brinda a los contratistas colombianos.

### - COBERTURA

En efecto, nuestro producto le proporciona una cobertura para las garantías exigidas por los propietarios de las grandes obras de infraestructura protegiéndoles así contra los imprevistos en que llegará a incurrir el contratista durante el desarrollo de las obras en cuanto al incumplimiento o al manejo de los anticipos o los riesgos inherentes a la calidad de las obras o suministros y también cubre el pago de prestaciones sociales a los trabajadores que dependan de él.



Así mismo tenemos productos específicamente diseñados para brindar protección a riesgos patrimoniales ante la constante exposición al mal manejo e infidelidad de los empleados de nuestros clientes

## - CLASES DE POLIZAS EN EL SEGURO DE CUMPLIMIENTO.

1. Buen manejo y correcta inversión del anticipo
2. Cumplimiento del contrato
3. Pago de salarios y prestaciones sociales
4. Estabilidad de la obra
5. Calidad del bien suministrado o del servicio prestado
6. Correcto funcionamiento de equipos
7. Seriedad y Oferta
8. Disposiciones Legales.
9. Caucciones Judiciales.

### 6.2.9. Seguro de infidelidad y responsabilidad civil



## - COBERTURA

1. Actos fraudulentos o deshonestos de los empleados
2. perdidas dentro de los predios
3. perdidas por fuera de los predios
4. perdidas por dinero falsificado
5. perdidas por falsificacion de documentos

6. extensión del amparo
7. pérdida de derechos de suscripción

## - CLASES DE POLIZAS DISPONIBLES

### \* **Pólizas para entidades financieras y no financieras:**

Especiales para bancos, entidades financieras y, en general, cualquier empresa que en determinado momento se vea expuesta a riesgos de naturaleza financiera.

#### Amparos:

- Infidelidad de empleados
- Predios: Cubre las pérdidas o daños a los bienes (dinero, títulos valores)
- Transito: cubre las pérdidas y daños cuando estén en transito bajo custodia de un empleado del asegurado, fuera de predios
- Moneda Falsa
- Falsificación  
(pérdidas por falsificación de documentos)
- Extensión de Falsificación
- General y Estado de Pérdidas y Ganancias de los dos últimos años.

### \* **Póliza global bancaria:**

#### Coberturas

- Infidelidad de empleados
- Predios
- Transito (pérdidas fuera de predios)
- Moneda Falsa
- Falsificación (pérdidas por falsificación de documentos)



- o Extensión de Falsificación
- o Cajillas de seguridad
- o Honorarios de Abogados
- o Pérdidas de Derechos de Suscripción

## 6.2.10. Seguro de responsabilidad civil extracontractual



**AMPARO BASICO:** Indemniza los perjuicios patrimoniales que cause el asegurado, con motivo de determinada Responsabilidad Civil Extracontractual en que incurra de acuerdo con la ley que sean consecuencia de un siniestro, imputable al asegurado, ocurrido durante la vigencia de la póliza.

### AMPAROS ADICIONALES CON SUBLIMITE

**R.C PATRONAL:** Indemniza, hasta los sublímites indicados en la carátula o por anexo, los perjuicios patrimoniales que cause el asegurado con motivo de determinada responsabilidad civil extracontractual en que incurra por muerte o lesiones corporales de sus empleados como consecuencia directa de accidentes de trabajo.

**VEHÍCULOS PROPIOS Y NO PROPIOS:** Ampara la responsabilidad civil extracontractual del asegurado por los daños causados a terceros con vehículos propios y no propios que estén al servicio del asegurado, siempre y cuando estos daños ocurran durante el desarrollo de las actividades amparadas en la póliza. Esta cobertura opera en exceso de los límites que para estos vehículos se tengan contratados en un seguro de automóviles con límite de 50/50/100, pero nunca operará por debajo de los límites estipulados en la carátula de la póliza o Slip de Condiciones para este amparo adicional, aunque no exista cobertura de responsabilidad civil bajo una póliza de automóviles.

En caso de lesiones a una o más personas, antes de este anexo se afectará además el S.O.A.T.

**PARQUEADEROS:** Cubre hasta los sublímites indicados en la carátula o por anexo, los perjuicios patrimoniales que cause el asegurado con motivo de determinada responsabilidad civil extracontractual en que incurra por choque de vehículos de terceros parqueados dentro de los predios del asegurado al mover el vehículo con fuerza propia dentro de los mismos predios. Existe amparo cuando el conductor sea empleado del asegurado y posea el respectivo pase o licencia de conductor exigido por las autoridades de tránsito, vigente al momento del daño.

Está amparada bajo este seguro la responsabilidad relativa a aquellos vehículos que estén aparcados únicamente dentro de los linderos que conforman los predios del parqueadero.

**RESPONSABILIDAD CIVIL E. CONTRATISTAS O SUBCONTRATISTAS INDEPENDIENTES:** Indemniza hasta los sublímites indicados en la carátula o slip de condiciones, los perjuicios patrimoniales que cause el asegurado

con motivo de determinada responsabilidad civil extracontractual en que incurra como consecuencia de labores realizadas a su servicio por contratistas o subcontratistas.

Contratistas y/o Subcontratistas tienen el siguiente significado: Es toda persona natural o jurídica, quien en virtud de contratos o convenios de carácter estrictamente comercial, presta al Asegurado un servicio remunerado y bajo su dependencia y subordinación, y mientras se encuentra en el desempeño de las labores a su cargo.

**RESPONSABILIDAD CIVIL CRUZADA:** Cubre un sublímite máximo del 20% del valor asegurado del PLO por evento y vigencia.

**RC GASTOS MÉDICOS:** Cubre un sublímite máximo 5% del valor asegurado del PLO evento y vigencia, sin cobro de prima adicional.

## 6.2.11. Seguro de lucro cesante



Con el transcurso de la paralización o disminución de sus actividades usted va perdiendo utilidad a cada minuto corriendo el riesgo de incumplir con sus pagos y compromisos lo que puede arriesgar la estabilidad de su empresa, Usted no puede arriesgarse a que esto suceda es por ello que debe contar con nosotros.

## - Coberturas

- Forma No. 1 o Sistema Inglés: cubre las utilidades dejadas de percibir durante el periodo de interrupción. Este periodo comienza en el momento del siniestro y termina cuando la empresa haya alcanzado su normalidad o cuando alcance el periodo de indemnización pactado. Sistema comúnmente utilizado por industrias que poseen maquinaria de difícil reparación y altamente tecnificadas.

- Forma No. 2 o Industrial o Forma No. 3 Comercial (Sistema Americano): cubre las pérdidas sufridas durante la interrupción del negocio, hasta cuando la empresa reincide su operación.

La principal diferencia respecto al sistema inglés, consiste en que no se requiere determinar un periodo de indemnización.



## Amparos Adicionales

- Extensión de proveedores, distribuidores y procesadores: cubre las pérdidas de utilidades que acarree el que algún proveedor, distribuidor o procesador sufra un siniestro amparado y que por lo tanto no se pueda proveer, distribuir o procesar sus materias primas o sus productos terminados.

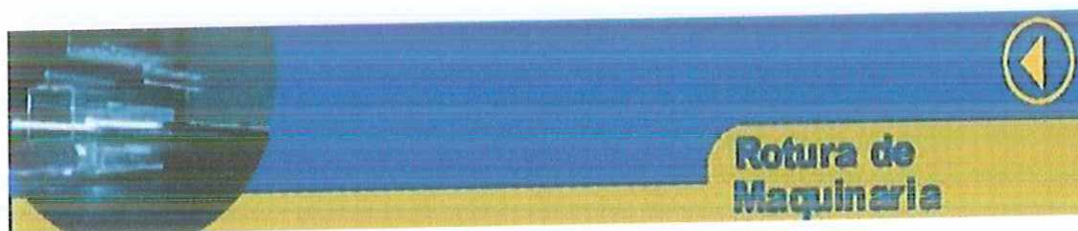
- Extensión de suspensión de energía eléctrica, agua o gas: en caso que las fuentes de aprovisionamiento de energía, agua o gas, sufran un siniestro por cualquiera de los riesgos amparados, la industria o el comercio del asegurado se verá afectado y por lo tanto le acarreará pérdidas en las

utilidades. Este anexo le cubre en exceso de las primeras 72 horas y hasta un máximo de 20% del valor asegurado en lucro cesante.

- Extensión de gastos de viaje y estadía: en caso que la construcción del establecimiento asegurado requiera la presencia de funcionarios y técnicos especializados, este anexo se extiende a cubrir los gastos de viaje y estadía que se generen por este concepto.
- Extensión de auditores, revisores y contadores: indemniza al asegurado los honorarios de los funcionarios externos (auditores, revisores y contadores) que hayan sido contratados con el fin de determinar detalles de los libros de contabilidad o cualquier otro documento requerido por la compañía para establecer el monto de la pérdida.

Extensión del amparo de nómina: tiene como objeto permitir la limitación de la nómina y por lo tanto, disminuir la suma asegurada con la consecuente rebaja de prima.

## 6.2.12. Seguro de rotura de maquinaria



Con ello usted incurre en gastos imprevistos por reparaciones costosas y demoradas, sin la opción de tener un resarcimiento de los tales gastos. Es esta la razón de las coberturas de la póliza de Rotura de maquinaria.

## Coberturas

Este seguro es del tipo todo riesgo, Dentro de las principales coberturas podemos mencionar las siguientes:

- Defectos de construcción, errores de diseño, mano de obra, montaje incorrecto, fundición y sobrecalentamiento.
- Cuerpos extraños que se introduzcan en los bienes asegurados.
- Errores de manejo, impericia, negligencia, falla humana.
- Rotura por fuerza centrífuga.
- Corto circuito, arco voltaico, fenómenos eléctricos, rayo indirecto.
- Falta de agua en calderas de vapor.
- Explosión física.



## Coberturas Adicionales

Incendio inherente, propiedad adyacente OPA, gastos extraordinarios, flete aéreo, pérdida de contenido, lucro cesante

## Lucro Cesante Por Rotura De Maquinaria

La paralización o disminución de sus actividades por interrupción de las operaciones de su negocio causadas por un daño material en su maquinaria causa grandes pérdidas de utilidad y esas pérdidas se acrecientan a medida que se prolonga el periodo de paralización, ello implica desventajas en

cuanto a oportunidad, imagen y competencia frente al mercado y estos son resultados muy difíciles de superar si usted no cuenta con la cobertura específica para estos eventos.

## Cobertura

Cubre el perjuicio sufrido a causa de una interrupción comprobada de las operaciones del negocio, debida a un daño material indemnizable dentro del marco del seguro de Rotura de Maquinaria.

### 6.2.13. Seguro de hurto



El poseer un patrimonio propio representado en sus bienes ya sean personales o industriales es un gran satisfacción para usted como propietario, en ello se reflejan el trabajo duro y los años invertidos en construir un capital para usted y su familia.

Esa satisfacción implica responsabilidades y preocupaciones por la permanente exposición a pérdidas o daños de sus pertenencias con la posibilidad de perderlo todo en unos pocos minutos cuando por ejemplo una banda de ladrones asalta su casa o su empresa llevándose sus pertenencias.



Así como este ejemplo existen cientos de posibles situaciones difíciles de imaginar para nosotros mas no para

los ladrones, por ello requiere usted de una cobertura que le brinde seguridad de minimizar al máximo sus pérdidas en la ocurrencia de una de estas eventualidades.

## Coberturas

- Hurto calificado: cubre las pérdidas o daño causados por apoderarse ilegalmente por medios violentos o de fuerza, de tal forma que queden huellas visibles de violencia en el lugar de entrada o salida o que el asegurado, sus parientes o sus empleados sean amenazados con peligro inminente o les sean suministradas drogas o tóxicos dejándolos en estado de indefensión o privándolos del conocimiento.

## Amparos

Hurto simple: cubre las pérdidas o daños a los bienes asegurados que sean consecuencia directa de hurto cometido sin violencia inclusive si tiene lugar con la participación del cónyuge de cualquier pariente del asegurado dentro del cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o único civil o de cualquier empleado del asegurado. En establecimientos comerciales o industriales cubre las pérdidas o daños de los bienes asegurados contenidos dentro del establecimiento que sean consecuencia directa de hurto calificado cometida sin violencia a excepción de aquellos que tengan origen en o sean consecuencia de infidelidad de empleados, errores contables o faltantes de inventarios.

## Todo riesgo:

Se cubren las pérdidas y daños de pieles, joyas y artículos valiosos, expresamente relacionados, ocasionados en cualquier lugar y por cualquier causa o accidente.



## 6.2.14. Seguro de incendio



Tener una casa propia o una empresa es una realización personal, así es, la satisfacción de poseer un lugar para resguardar a su familia.

Sus bienes, su maquinaria en el caso de ser empresario son grandes motivos de orgullo y de ver realizadas sus metas, obviamente que una inversión de tal magnitud no se puede dejar por ningún motivo a merced a los avatares de la naturaleza y menos de los actos derivados de la mala intención de los terceros.

Usted necesita preservar su adquisición, la póliza de incendio es un producto creado para indemnizar por las pérdidas o daños materiales que pueda sufrir su propiedad como consecuencia directa de los riesgos que se describen en el ítem de coberturas.



### Coberturas

- Amparo básico: daños físicos ocasionados por incendio (accidental) y/o rayo.
- Explosión:, dentro o fuera del establecimiento asegurado, haya o no incendio.
- Terremoto, temblor y/o erupción volcánica: cubre las pérdidas o daños materiales incluyendo incendio, derrumbamientos, agrietamientos o rotura de contenido, ocasionados por temblor, terremoto y/o erupción volcánica.

- Daños a calderas u otros aparatos generadores de vapor por su propia explosión.
- Asonada, motín conmoción civil o popular y huelga . Para otorgar este amparo, es obligatorio tomar los amparos de Explosión y Actos Mal Intencionados de Terceros.
- Actos mal intencionados de terceros:
- Extended coverage: vientos fuertes, granizo, artefactos aéreos u objetos que caigan de ellos, choque de vehículos terrestres y humo industrial.
- Anegación: entrada de agua en las edificaciones por aguaceros.
- Daños por agua: rotura de tuberías, desbordamiento de tanques y apertura accidental de llaves dentro del edificio.
- Renta: pérdidas de arrendamiento causadas por destrucción o avería del edificio.
- Incendio y rayo en aparatos eléctricos: por impacto directo de rayo o por incendio accidental, aunque provenga de desgaste natural, falla mecánica o eléctrica, defecto de fabricación, uso inadecuado, corto circuito o descarga.
- Combustión espontánea: incendio de mercancías a granel susceptibles de inflamarse por si mismas, como algodón, carbón mineral, etc.

- Remoción de escombros: costos en que incurre el asegurado, para la remoción de escombros o desmantelamiento de las partes de la propiedad asegurada que hayan sido dañadas por el siniestro amparado en la póliza de incendio y sus anexos.
- Frigoríficos: pérdidas a bienes refrigerados como consecuencia de incendio o rayo en el equipo de refrigeración.
- Maremoto: Marejada o tsunami.
- Materiales en fusión: descargue de material en fusión que escape accidentalmente de la maquinaria, produzca o no incendio

## 6.3 QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?

Para ASEGURADORA COLSEGUROS S.A., el cliente es:

**Asegurado(a):** Es la persona que mediante el pago de la prima tiene derecho al pago de las indemnizaciones a consecuencia de una pérdida por la realización de una eventualidad amparada por el contrato de seguro.

**Intermediario de Seguros:** Es el agente de seguros que normalmente realiza las labores de promoción de los productos de las aseguradoras entre sus clientes. Asume también la responsabilidad de asesorarlos en la contratación de las coberturas, ponerlo al tanto de las alternativas del mercado, aclararle las limitaciones, exclusiones y costos del seguro, realizar los trámites para la contratación de la póliza y en muchos de los casos asesorarlo para la obtención de las indemnizaciones en caso de siniestro. En otras palabras, es la persona natural o jurídica que promueve la celebración de contratos de seguro. Existen cuatro clases de intermediarios:

# COLSEGUROS

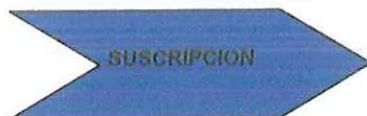
1. Dependiente (Persona natural con contrato laboral que representa una sola aseguradora)
2. Independiente (Persona natural que representa una o varias aseguradoras)
3. Agencia de Seguros (Persona jurídica que representa una o varias aseguradoras)
4. Corredores de Seguros (Persona Jurídica especializada independiente de las aseguradoras).

## 6.4. INDICADORES ACTUALES DE SEGUROS GENERALES

En la Aseguradora Colseguros S.A., existen 4 Áreas que involucran diferentes indicadores de gestión de la calidad del servicio, y estos son:



El Objetivo de cada una de las Áreas anteriores es el siguiente:



Es el departamento técnico donde llegan todas las solicitudes de Licitaciones, cotizaciones, negocios nuevos, renovaciones, modificaciones, inquietudes de clientes internos y externos y donde se maneja y genera la producción en el sistema, se generan informes vs. presupuestos y donde se encuentran

# COLSEGUROS

personas especializadas en conocimientos técnicos de seguros generales.



Es el departamento o área dirigida por un Abogado con especialidad en seguros, dispuestos a orientar al cliente en el momento de una reclamación, informándole los documentos y tramites necesarios para el pago de su indemnización. Al igual ejecuta recobros y salvamentos.

Así mismo cuando las pólizas tienen coberturas de Asistencia Domiciliaria, éstas son atendidas y avisadas en la línea del call center 01- 8000-5-13500.



Es el departamento o área que la integran personas encargadas de la revisión de pagos en cuanto a cumplimiento de fechas, formas de pago, plazos de pago y estudios de clientes especiales y atención de casos particulares en cuanto a pagos de primas con sumas relativamente altas.



Es el Área que está integrada por 4 directores comerciales de cuenta, quienes en sus funciones básicas deben hacer acompañamientos comerciales a los intermediarios de seguros de cada uno de sus grupos, incentivarlos para el cumplimiento del presupuesto, brindar capacitaciones a la fuerza de ventas y cumplir con las metas de producción establecidas por la compañía para cada año.

# COLSEGUROS

En estas Áreas o departamentos, existen actualmente indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales, así:

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES	DATOS DE ORIGEN PRIMER SEMESTRE DE 2006	EXPRESIÓN MATEMATICA
SUSCRIPCION	Oportunidad en la entrega de las cotizaciones	(Entregas oportunas de cotización/ total cotizaciones entregadas)*100	$130/300*100 = 43.33\%$
	Coordinar la oportunidad en la visita a las inspecciones con los ajustadores o inspectores	(Visitas o inspecciones oportunas/ total inspecciones efectuadas)*100	$200/300*100 = 66.66\%$
	Entregar a tiempo las Pre-Renovaciones	(Entrega de prerenovaciones oportunas/ total prerenovaciones entregadas)*100	$160/310*100= 51.61\%$
	Oportunidad en la generación y entrega de negocios nuevos, renovaciones, cobros y modificaciones	(Entregas oportunas de negocios nuevos, renovaciones, cobros y modificaciones/ total de entregas)*100	$170/400*100= 42.50\%$

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES	DATOS DE ORIGEN PRIMER SEMESTRE DE 2006	EXPRESIÓN MATEMATICA
INDEMNIZACIONES	Recibir y tramitar el Aviso de Siniestro	(Avisos de siniestros recibidos/Total de Avisos)*100	$50/120*100= 41.66\%$
	Inspeccionar en los casos que sea necesario	(Inspecciones realizadas /Total de Inspecciones)*100	$40/60*100= 66.66\%$

# COLSEGUROS

Orientar e informar al cliente y/o asegurado los documentos necesarios para la reclamación	(Clientes informados/Total de clientes con reclamación)*100	$20/100*100=20\%$
Realizar el pago de la indemnización en los términos establecidos por la ley	(Clientes con pagos oportuno/ total de clientes indemnizados)*100	$110/120*100=91.66\%$

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES	DATOS DE ORIGEN PRIMER SEMESTRE DE 2006	EXPRESIÓN MATEMATICA
CARTERA	Enviar a tiempo los listados con la información de cartera pendiente, a los intermediarios de seguros.	(Listado enviados a tiempo/total de intermediarios)*100	$40/75*100=53.33\%$
	Atender con oportunidad las inquietudes de los clientes internos y externos	( Respuestas oportunas/total de solicitudes)*100	$400/500*100=80.00\%$
	Realizar las financiaciones de seguros generales en el menor tiempo posible	(Financiaciones atendidas/ total de financiaciones)*100	$250/310*100=80.64\%$
	Hacer recordatorio del pago de las primas a los clientes frecuentemente	(Llamadas realizadas a clientes/ cantidad de clientes en mora)*100	$200/310*100=64.51\%$

AREA O DEPARTAMENTO	INDICADORES	DATOS DE ORIGEN PRIMER SEMESTRE DE 2006	EXPRESIÓN MATEMATICA
AREA COMERCIAL	Realizar y presentar oportunamente cotizaciones de negocios nuevos y renovaciones de seguros generales	(Oportunidad en la cotización/ total de cotizaciones presentadas)*100	$230/400*100=57.50\%$

Hacer acompañamientos comerciales a los negocios de los intermediarios de seguros	(Visitas realizadas con acompañamiento/ total de visitas de acompañamiento)*100	280/400*100=70.00%
Realizar una prospectación de negocios por periodos, el cual deben llevar un control mensual.	(clientes prospectados/ total de posibles clientes)*100	50/90*100=55.55%
Entrenar, capacitar y dirigir el grupo de intermediarios a cargo de cada director.	(intermediarios capacitados/ total de intermediarios)*100	35/75*100=46.66%

**6.4.1. Entrevista a expertos (Investigación Cualitativa, Exploratoria).** De acuerdo a nuestras consultas con el Ingeniero Javier García y a lo explicado por él en cada uno de los procesos, le realizamos las siguientes preguntas de investigación para poder determinar si los indicadores de gestión de cada una de las áreas son adecuados y coherentes con la misión, visión, principios y objetivos de la compañía, tal como es nuestro objetivo general del proyecto:

- Actualmente tienen establecidos indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de seguros generales?

RTA: Los indicadores son los establecidos por cada una de las áreas mencionadas anteriormente, donde existe una herramienta tecnológica en la compañía denominada " Ordenes de Trabajo" , que funciona de la siguiente manera:

FRONT OFFICE: Reciben los documentos destinados al Área de Seguros Generales, y por medio de la herramienta de ordenes de trabajo le asignan la labor a realizar con lo solicitado en el documento al analista del Área, así mismo está herramienta asigna un tiempo específico por cada transacción de 1 a 10 días, estando mal distribuidos los tiempos de atención de la



herramienta ya que la mayoría de las transacciones tienen un tiempo de ejecución de 99 minutos a 1440 minutos.

**BACK OFFICE:** Es donde se encuentran los evaluadores técnicos y quienes realizan las labores administrativas y operativas del Área de Seguros Generales, es decir son ellos quienes se denominan Área de Suscripción.

En cuanto a la medición de los indicadores, en si no existe actualmente un control de cada uno ya que perfectamente en la expedición de un negocio nuevo nos podemos demorar de 2 a 4 días, en algunos casos cuando tenemos inconvenientes en el aplicativo podemos demorarnos hasta 8 días, y así mismo ocurre con los otros indicadores de suscripción, Indemnizaciones, cartera y Área Comercial. Lo que ocurre es que siempre trabajamos con oportunidad en los tiempos, entonces tratamos de generar en el menor tiempo posible la documentación y las diferentes solicitudes de los clientes internos y externos de la compañía.

- Cuál sería el tiempo adecuado si funcionará bien la herramienta?

**RTA:** El tiempo adecuado es no superar 4 días para atender cualquier requerimiento. Sin embargo la herramienta tecnológica es una buena opción de medir y asignar tiempos de respuesta en cada una de las transacciones, donde el tiempo adecuado depende de cada solicitud, es decir si es la generación de un negocio nuevo, de una renovación, de un cobro o de una modificación.

- Cuál sería el tiempo ideal para una calificación (Excelente, Bueno, Malo), en la oportunidad, solución y entrega de los documentos y requerimientos del Área de Seguros Generales?

RTA: La calificación de Excelente, sería en un tiempo de 1 a 2 días, Buena sería de 3 a 4 días y Mala sería en un tiempo mayor a 5 días.

- Cuál es la clasificación de los productos de seguros generales que tiene la compañía actualmente?

RTA: Los Seguros Generales tienen 6 clasificaciones, así:

1. PYME – MULTIRRIESGO
2. TRANSPORTES
3. MANEJO
4. RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL
5. LUCRO CESANTE
6. HOGAR

- De acuerdo a la clasificación de los diferentes productos en el Área de Seguros Generales, cuáles son los de mayor especialidad o con mayor nivel de ventas para identificar y analizar la calidad del servicio que le brinda la compañía?

RTA: Considero que deben trabajar los ramos que más se comercializan en la compañía de Seguros Generales, para que de esta forma nos puedan sugerir cambios para mejorar. Estos ramos son:

1. PYME – MULTIRRIESGO
2. TRANSPORTES

- Los indicadores mencionados por cada una de las Áreas, se pueden aplicar para todos los productos incluidos dentro de seguros generales?

RTA: Si, estos indicadores aplican para todos los ramos de seguros generales.

- Cuando ocurre un siniestro existe alguna línea nacional donde los clientes pueden reportar la ocurrencia del accidente o suceso o a dónde lo deben informar?

RTA: Si existe una línea nacional que es la 01-8000-5-13500, donde son atendidos los avisos de siniestro de los clientes, lo que ocurre es que cuando son servicios de asistencia domiciliaria como plomería, cerrajería, electricidad, celaduría, y otros de este tipo la Compañía le envía directamente el técnico especializado a la residencia, mientras que si es un siniestro que no es de asistencia domiciliaria sino por ejemplo de transportes, Multirriesgo, manejo, cumplimiento y otros que por llamarlos son más complejos, en la línea del call center le indican a dónde debe comunicarse y los documentos que debe de presentar para tramitar la reclamación del seguro.

- El direccionamiento para hacer una reclamación se les informa a los clientes por medio de algún folleto o por algún mecanismo publicitario?

RTA: En los documentos de la póliza que se les entrega a los clientes cuando se expide el negocio nuevo no se les entrega ningún instructivo, pero este servicio es atendido por el intermediario de seguros, quien está en la facultad de orientar al cliente en esta clase de necesidades.

- Podemos realizar algunas encuestas a los clientes que ustedes nos puedan indicar para medir el grado de satisfacción del cliente frente a los servicios prestados por la compañía?

RTA: Si pueden realizarlo, y también sería bueno hacer un sondeo a los intermediarios de seguros ya que ellos también son nuestros clientes.

# COLSEGUROS

De acuerdo a la recopilación de la información suministrada por la compañía y a lo que se observó, decidimos diseñar los formatos de encuesta para conocer las opiniones de los clientes e intermediarios de seguros para tener una muestra y medir el grado de satisfacción de cada uno de ellos en los diferentes servicios que le presta la compañía y así obtener ciertas hipótesis para concluir y sugerir lo que se ha podido observar durante nuestra investigación.

## 7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación se analizarán los resultados de las encuestas realizadas a los clientes e intermediarios, analizando los objetivos específicos de la investigación.

### 7.1 ENCUESTA A INTERMEDIARIOS

Gráfico 1. ¿Cómo es la oportunidad de la entrega de los negocios nuevos, renovaciones, cobranzas, ajustes y modificaciones solicitadas al área de seguros generales?



Fuente: Autores

El objetivo de esta pregunta fue conocer el punto de vista que tienen los intermediarios en la oportunidad de la entrega de las diferentes solicitudes en el área de seguros generales. La encuesta generó un 66% que es calificada como Buena, lo cual nos indica que está en un rango de oportunidad de 3 a 4 días; 26% de la encuesta calificada como excelente,

indicándonos que se encuentra en un rango de 1 a 2 días y un 8% de la encuesta que es calificada como mala, lo cual significa que la oportunidad está en un rango mayor a 5 días.

Gráfico 2. ¿En cuánto tiempo le ha pagado la Aseguradora a sus clientes cuando han realizado reclamaciones de los productos de seguros generales, después de entregado todos los documentos requeridos por la compañía?



Fuente: Autores

Como se puede observar la Compañía Aseguradora Colseguros S.A., presenta un buen índice en el pago oportuno de las reclamaciones con un porcentaje del 40% en un tiempo de 16 a 20 días, siendo por ley el tiempo establecido de 30 días. Igualmente se observa que de 11 a 15 días y de 21 a 25 días presentan el mismo promedio en tiempo de respuesta, siendo el 22% un índice positivo para los clientes al recibir el pago de sus solicitudes.

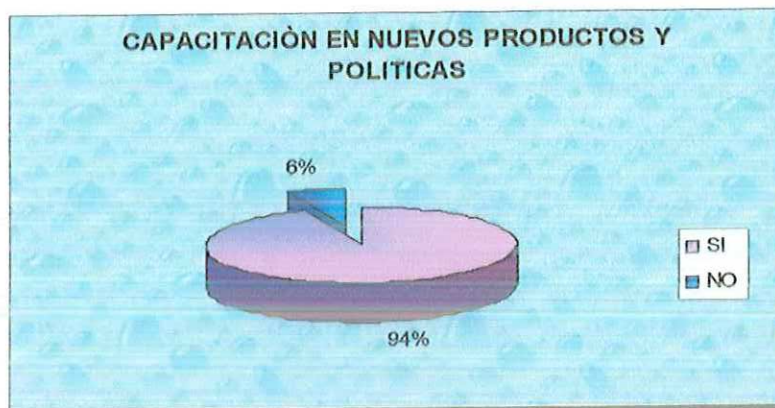
Gráfico 3. ¿Su cliente conoce el procedimiento y los documentos necesarios para presentar una reclamación en la Aseguradora?



Fuente: Autores

Como podemos observar de acuerdo al resultado de la encuesta se presenta un 72% de desconocimiento por parte del cliente sobre los procedimientos necesarios para presentar una reclamación en la compañía, ya que en la mayoría de los casos son asesorados por el intermediario de seguros y tan sólo un 28% de los clientes conocen el procedimiento y los documentos necesarios.

Gráfico 4. ¿Ha recibido por parte de la compañía Aseguradora Colseguros S.A., capacitación en los nuevos productos y políticas de la compañía?



Fuente: Autores

Los intermediarios de la compañía en un 94% se encuentran satisfechos con el programa de capacitación recibido por la compañía y tan sólo un 6% se encuentran insatisfechos por este concepto.



Gráfico 5. ¿Cómo califica el sistema de incentivos y/o motivación por parte de la Aseguradora Colseguros S.A., para ustedes como intermediario de seguros?

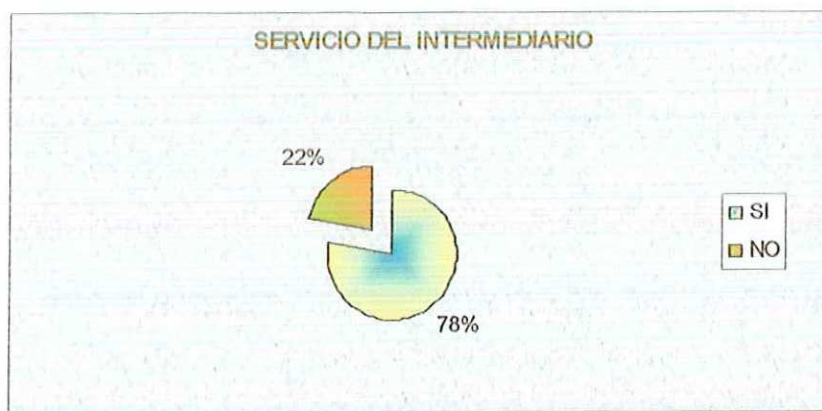


Fuente: Autores

Según la calificación generada en la encuesta, los intermediarios califican la compañía en el sistema de incentivos como excelente en un 34%, Buena con un 62% y Mala en un 4%, respecto a incentivos y/o motivación recibidos por otras compañías de seguros.

## 7.2 ENCUESTA A CLIENTES

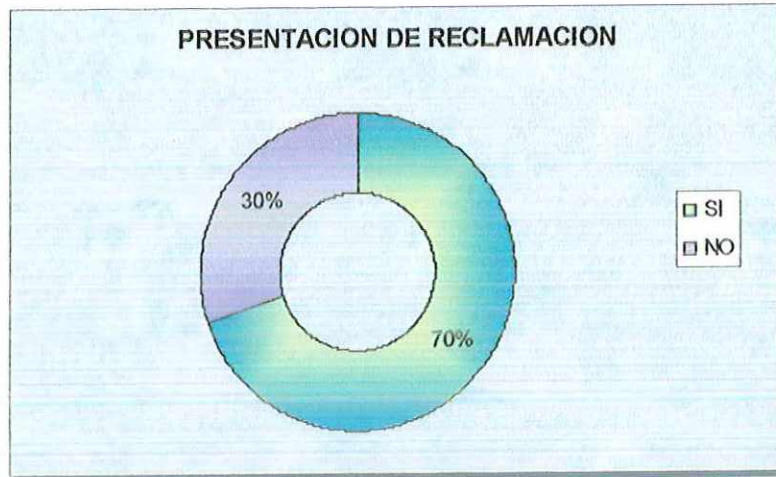
Gráfico 6. ¿Su intermediario de seguros está en contacto con usted para darle a conocer las ventajas, beneficios y explicación del producto, le visita frecuentemente para recordarle el pago de sus primas, el vencimiento de su póliza y atender sus requerimientos?



Fuente: Autores

De acuerdo a la encuesta, los clientes califican la gestión de los intermediarios en un 78% con resultado favorable en cuanto al servicio de asesoría, y un 22% los califican con un servicio desfavorable de acuerdo al perfil que ellos deben de cumplir.

Gráfico 7. ¿Ha presentado alguna reclamación de seguros generales en la compañía en los últimos seis (6) meses?



Fuente: Autores

Debido a las indicaciones realizadas por los directivos de la compañía, la encuesta se dirigió en un 90% a las entidades que durante el primer semestre del año 2006 realizaron reclamaciones en los diferentes productos de seguros generales, dando el mayor porcentaje de reclamación en un 70%, ya que el objetivo de la compañía es conocer en primera instancia el concepto de los clientes que actualmente han reclamado, para en caso de que existan falencias, debilidades e insatisfacciones, poderlas mejorar oportunamente.

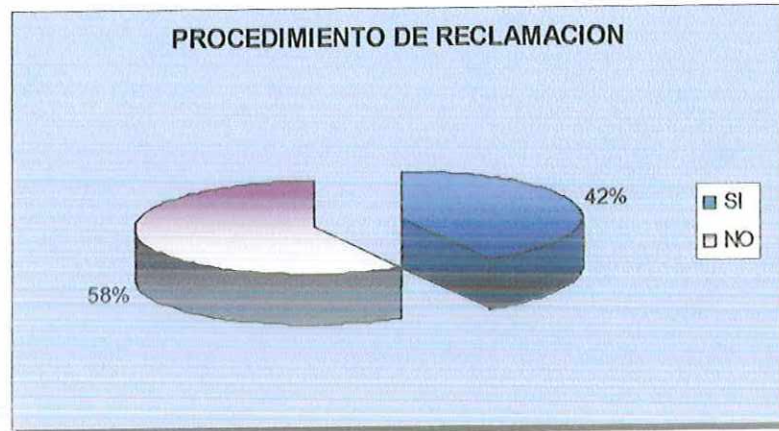
Gráfico 8. ¿En cuánto tiempo le ha pagado la Aseguradora cuando han realizado reclamaciones de los productos de seguros generales, después de entregado todos los documentos requeridos por la compañía?



Fuente: Autores

Como se puede observar el cliente califica a la Compañía Aseguradora Colseguros S.A., con un buen índice en el pago oportuno de las reclamaciones con un porcentaje del 30% en un tiempo de 21 a 25 días, siendo por ley el tiempo establecido de 30 días. Igualmente se observa que de 6 a 10 días, la compañía realiza los pagos en un 16%, y de 11 a 15 días, la compañía realiza los pagos en un 18%, y de 16 a 20 días realiza en un 26%, y de 26 a 30 días es un porcentaje inferior del 10%, lo cual el mayor porcentaje se encuentra dentro del tiempo límite.

Gráfico 9. ¿Conoce el procedimiento y los documentos necesarios para presentar una reclamación en la Aseguradora Colseguros S.A.?



Fuente: Autores

Como podemos observar de acuerdo al resultado de la encuesta los clientes en un 58% desconocen los procedimientos necesarios para presentar una reclamación en la compañía, ya que en la mayoría de los casos son asesorados por el intermediario de seguros quien les tramita toda la documentación y por lo tanto tan sólo conocen el proceso un 42% de los clientes.

## 8. COHERENCIA DE LOS INDICADORES CON LA MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LA COMPAÑÍA

### 8.1 INDICADORES DE SUSCRIPCIÓN

Según la información recolectada con base a la investigación realizada, se observó que estos indicadores en general presentan un 51.03% de coherencia con la Misión, Visión, Principios y Objetivos de la compañía.

### 8.2 INDICADORES DE INDEMNIZACIONES

El promedio generado por los indicadores de Indemnizaciones, es del 55% de coherencia frente al objetivo general de esta investigación.

### 8.3 INDICADORES DE CARTERA

El 69.62% de estos indicadores nos informan que existe un alto nivel de unión en pro de la Misión, Visión, Principios y Objetivos de la compañía.

### 8.4 INDICADORES DEL ÁREA COMERCIAL

Este nivel del 57.43%, nos demuestra que existen falencias comerciales en la sucursal, frente al perfil que desea mostrar la compañía según su estructura de Misión, Visión Principios y Objetivos de la compañía.

## 9. CONCLUSIONES

- Se identifica con un porcentaje del 72% la falencia en el suministro de orientación al asegurado en el momento en que se le presenta un siniestro, por lo tanto concluimos que es necesario incorporar esfuerzos entre todas las áreas comprometidas en el proceso ya que el nivel de desconocimiento es muy alto.
- Se presenta un 66% de insatisfacción de los intermediarios respecto a los incentivos y/o motivaciones, frente a la competencia.
- Deficiencia en la herramienta tecnológica denominada "Ordenes de Trabajo", ya que no permite medir los tiempos de respuesta en forma adecuada, originando inestabilidad en los tiempos de respuesta.
- Existe una fortaleza en la compañía en el pago de las reclamaciones ya que en más del 40% de los pagos se realizan en la mitad del tiempo establecido por la ley.
- Los intermediarios se encuentran satisfechos en un 94% por las continuas capacitaciones y preparación profesional que se les brinda en temas de productos y políticas de la compañía.
- Los clientes perciben a los intermediarios como el profesional con el perfil adecuado para prestar los servicios, ventajas y beneficios de los productos que comercializa la compañía.

- De acuerdo al objetivo general de nuestro proyecto de grado de identificar y establecer si los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de seguros generales son adecuados y coherentes con la misión, visión, principios y objetivos de la compañía, concluimos que de acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estudio de campo, existen deficiencias en los indicadores actuales de cada una de las Áreas( Suscripción, Indemnizaciones, Cartera, Área Comercial), para los cuales presentamos a continuación recomendaciones en ciertas partes del proceso que le permitirán a la compañía cumplir a cabalidad el objetivo y creación de estos indicadores. Es por esto que no se diseñaron nuevos indicadores ya que los actuales son los indicados para el proceso operativo de la compañía. Estos indicadores en este momento se encuentran en una funcionalidad mediana a la calidad del servicio esperado por los clientes, los cuales son manifestados en la recolección de la información.

- Los indicadores de gestión pueden ser aplicados para todos los productos incluidos de seguros generales, ya que su fin es buscar la optimización del tiempo, recurso y talento humano en beneficio y satisfacción del cliente final.

- En las Áreas que se involucran en los procesos de seguros generales, actualmente se están generando un promedio del 50% al 69% de incoherencia con la Misión, Visión, Principios y Objetivos de la compañía.



## 10. RECOMENDACIONES

- Sugerimos la implementación de la guía de reclamación en caso de siniestro y/o la tarjeta tipo calendario según los estándares y diseño de Aseguradora Colseguros, lo cual permitirá una mayor orientación y agilización del proceso de atención de reclamos. ( Ver tabla 4 y 5 – Guía de reclamación y tarjeta de proceso)
- Según investigaciones con los expertos sugerimos capacitar de manera permanente al Call Center en los lineamientos de orientación al asegurado y **atención de las reclamaciones tanto de atención domiciliaria como para los demás coberturas**, de igual forma recibir retroalimentación para tomar los correctivos necesarios.
- Modificar el plan de incentivos para los intermediarios, de manera que sea reconocido proporcionalmente a su labor y a las cifras de producción que realice por los periodos establecidos por la compañía. (Ejemplos: Se les reconozca por la labor bonos, obsequios, viajes, cursos, dinero, etc).
- Se sugiere modificar el tiempo de respuesta de las transacciones en la herramienta tecnológica ya existente, para lograr una óptima atención, servicio y fidelización del cliente mejorando continuamente la imagen de la compañía.
- Sugerimos aplicar los correctivos necesarios en las deficiencias y debilidades para que la calidad del servicio esté acorde a la visión y principios de la compañía, es especial la Excelencia.

- Implementar un comité de retroalimentación mensual en el que participen las áreas involucradas en el proceso de seguros generales, con la finalidad de conocer en conjunto los problemas o quejas de los clientes e intermediarios, con la finalidad de tomar los correctivos necesarios en las situaciones álgidas que se puedan presentar.
- Se recomienda para el Área de Suscripción mejorar los tiempos de respuesta en la entrega de las cotizaciones y la generación de negocios nuevos, cobranzas, modificaciones y ajustes solicitados por los clientes e intermediarios, para que de esta forma se mejore el servicio al cliente y exista coherencia con la Misión, Visión, Principios y objetivos de la compañía.
- Sugerimos implementar en el área de indemnizaciones un control o establecer un tiempo límite para tramitar los avisos de siniestros, para que de esta forma se pueda mejorar los indicadores de servicio de esta Área.
- Se sugiere para el indicador de cartera denominado "Enviar a tiempo los listados con la información de cartera pendiente, a los intermediarios de seguros", establecer un tiempo límite en los primeros días del mes para que los listados sean enviados a los intermediarios y así tengan ellos el tiempo necesario para realizar la gestión de cobro dentro de un tiempo flexible para el cliente.
- En el indicador del Área Comercial denominado "Entrenar, capacitar y dirigir el grupo de intermediarios a cargo de cada director", se sugiere establecer una programación con mayor frecuencia para capacitar a los intermediarios en cada uno de los productos de seguros generales por periodos de tiempo, es decir por semanas, quincenas, meses, etc.

Tabla 3. Guía de reclamación

Detalle	HOGAR Y PYME					
	CON LA COBERTURA AFECTADA					
	Ince ndio	Hur to	Rotura de Maqui naria	Equipo Electróni co	Rotur a vidrio s	Terrem oto
Concepto técnico de una firma especializada sobre la reparabilidad de el (los) bien (es) afectado (s), especificando características técnicas completas (marcas, modelos, No. de serie, capacidad, etc.)	X		X	X		X
Dos (2) cotizaciones de reparación y/o facturas definitivas discriminando los valores por repuestos, materiales y mano de obra por cada bien.	X		X	X	X	X
Cotización del valor a nuevo para cada bien afectado. Excepto para Hogar	X	X	X	X	X	
Factura Histórica de compra (si la hay) o en su defecto su fecha de adquisición / instalación o construcción de (los) bien (es) afectado (s)	X	X	X	X		
Copia de la bitácora de mantenimiento. Excepto para Hogar			X	X		
Copia al carbón ó autenticada de la denuncia penal		X		X		
Dirección, teléfono y nombre de la persona que esta encargada del salvamento. (Si lo hay)	X		X	X		
Informe del Cuerpo de Bomberos local. (Si lo hay)	X					
Record de fotografías (Si las hay)	X		X	X	X	

Tabla 4. Tarjeta de proceso

<b>COMO ACTUAR EN CASO DE SINIESTRO</b>
1.-Usted debe evitar la extensión y propagación del Siniestro, es decir, actuar con diligencia y cuidado para procurar minimizar la pérdida.
2.- En caso de ser necesario, informar a las autoridades competentes (Policía, Bomberos)
3.-Avisar a la Aseguradora la ocurrencia del Evento, comunicándose a la línea 01-8000-5-13-500 para fuera de Bogotá y para Bogotá al teléfono 5 94 11 33
4.-Aportar a la aseguradora Colseguros los documentos necesarios para demostrar la ocurrencia y cuantía de la pérdida.
5.-Siga las instrucciones que le brinde el Call Center.
6.- Dependiendo del evento, usted podrá recibir la visita de un agente nombrado por la Aseguradora Colseguros.

# COLSEGUROS

Tabla 5. Cronograma de Actividades Proyecto de Grado

NOMBRE ACTIVIDAD	AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
Capacitación compañía																				
Investigación con los expertos																				
Desarrollo del trabajo de campo (Ej.: Encuestas)																				
Tabulación de los Resultados																				
Análisis de los Resultados																				
Conclusiones y recomendaciones																				
Corrección con el Asesor																				
Elaboración del Reporte Final																				
Presentación Final (sustentación)																				
Informe de Resultados a la Compañía																				

## BIBLIOGRAFIA

**ABURTO JIMENEZ, Manuel.** Administración por calidad. México, Primera edición, Compañía Editorial Continental S.A. Pág. 10-26.

**BELISARIO, G.** Cabrejos D. Investigación de Mercadeo. Medellín, Primera edición, Editorial EAFIT. Pág. 34-50.

**BELTRAN JARAMILLO, Jesús Mauricio.** Indicadores de gestión / Herramientas para lograr la competitividad. Santafé de Bogotá: 3R Editores, 1998. Segunda Edición. Páginas 39 a 45.

**CELA TRULOCK, José Luís.** "Calidad Qué es, Cómo hacerla" segunda edición. Editorial gestión 2000.

**HIEBELER, Robert – B. KELLY, Thomas – KETTEMAN, Charles.** Las Mejores Prácticas. Bogotá, Editorial Norma. Pág. 100-133.

**HOROVITZ, Jacques.** La Calidad del Servicio. España, Primera edición, Editorial McGraw-Hill. Pág. 1-13.

**JOAN, Elías.** Clientes Contentos de Verdad. Barcelona, Primera edición, Editorial Gestión 2000. Pág. 25-63.

**MALHOTRA, Naresh K.** Investigación de Mercados un enfoque practico. México, Segunda edición, Editorial Prentice Hall. Pág. 86-111.

**M. IVANCEICH**, John, **METER**, Lorenzi, **STEVEB J**, Skinner. Gestión Calidad y Competitividad. Editorial: McGraw-Hill 1997 España, primera edición. Pàg. 390, 752, 755.

## Direcciones Electrónicas

<http://www.edenor.com.ar/edenorweb/contenido/asiesedenor/calidad.html>

<http://certification.bureauveritas.es/webapp/servlet/RequestHandler?mode=PT&pageID=31679&nextpage=siteFrameset.jsp>

[http://web.jet.es/amozarrain/gestion\\_indicadores.htm](http://web.jet.es/amozarrain/gestion_indicadores.htm)

<http://escuela.med.puc.cl/Recursos/recepidem/insIntrod9d.htm>

<http://www.tablerosdecomandos.com>

COLSEGUROS

ANEXOS



## Anexo A. FORMATO DE ENCUESTA INTERMEDIARIO



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA

Nosotras somos estudiantes de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, de la Facultad de Ingeniería de Mercados, y actualmente estamos haciendo nuestro proyecto de grado sobre los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales en la Aseguradora Colseguros S.A., y queremos conocer sus opiniones acerca de los diferentes servicios solicitados que recibe de la compañía:

1. Cómo es la oportunidad de la entrega de los negocios nuevos, renovaciones, cobranzas, ajustes y modificaciones solicitadas al Área de Seguros Generales:

1. Excelente \_\_\_\_\_ 2. Buena \_\_\_\_\_ 3. Mala \_\_\_\_\_

2. En cuánto tiempo le ha pagado la Aseguradora a sus clientes cuando han realizado reclamaciones de los productos de seguros generales, después de entregado todos los documentos requeridos por la compañía?

1 a 5 días \_\_\_\_\_ 11 a 15 días \_\_\_\_\_ 21 a 25 días \_\_\_\_\_  
6 a 10 días \_\_\_\_\_ 16 a 20 días \_\_\_\_\_ 26 a 30 días \_\_\_\_\_

Más tiempo y por qué? \_\_\_\_\_

3. Su cliente conoce el procedimiento y los documentos necesarios para presentar una reclamación en la Aseguradora?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

4. Ha recibido por parte de la compañía Aseguradora Colseguros S.A., capacitación en los nuevos productos y políticas de la compañía?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

5. Cómo califica el sistema de incentivos y/o motivación por parte de la Aseguradora Colseguros S.A. para ustedes como intermediarios de seguros?

1. Excelente \_\_\_\_\_ 2. Buena \_\_\_\_\_ 3. Mala \_\_\_\_\_

Nombre del Intermediario de Seguros: \_\_\_\_\_

Gracias por su atención y colaboración a las respuestas de esta encuesta de satisfacción del intermediario.

## Anexo B. FORMATO DE ENCUESTA CLIENTE



### UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA

Nosotras somos estudiantes de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, de la Facultad de Ingeniería de Mercados, y actualmente estamos haciendo nuestro proyecto de grado sobre los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales en la Aseguradora Colseguros S.A., y queremos conocer sus opiniones acerca de los diferentes servicios que recibe de la compañía:

1. Su intermediario de seguros está en contacto con usted para darle a conocer las ventajas, beneficios y explicación del producto, le visita frecuentemente para recordarle el pago de sus primas, el vencimiento de su póliza y atender sus requerimientos.

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

2. Ha presentado alguna reclamación de Seguros Generales en la compañía en los últimos seis (6) meses?

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

Si la respuesta es SI, agradecemos contestar la pregunta No. 3.

3. En cuánto tiempo le ha pagado la Aseguradora cuando han realizado reclamaciones de los productos de seguros generales, después de entregado todos los documentos requeridos por la compañía?

1 a 5 días \_\_\_\_\_      11 a 15 días \_\_\_\_\_      21 a 25 días \_\_\_\_\_  
6 a 10 días \_\_\_\_\_      16 a 20 días \_\_\_\_\_      26 a 30 días \_\_\_\_\_

4. Conoce el procedimiento y los documentos necesarios para presentar una reclamación en la Aseguradora Colseguros S.A.?

SI \_\_\_\_\_      NO \_\_\_\_\_

Nombre de la entidad o nombre del representante legal:

Gracias por su atención y colaboración a las respuestas de esta encuesta de satisfacción del cliente.

## Anexo C. FICHA TÉCNICA

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA  
FACULTAD DE INGENIERIA DE MERCADOS

CENTRO DE ESTUDIOS ESTRATÉGICOS  
PROYECTO DE PRE-GRADO

**OBJETIVO:** Identificar y establecer si los indicadores de gestión de la calidad del servicio de los productos de Seguros Generales son adecuados y coherentes con la Misión, Visión, Principios y objetivos de la compañía, y en caso de existir deficiencias, proponer y diseñar nuevos indicadores.

**POBLACIÓN DE INTERÉS:** Intermediarios y clientes de la Aseguradora Colseguros S.A. de la ciudad de Bucaramanga.

**MUESTRA:** El tamaño de la muestra para la aplicación de las encuestas respectivas, dadas las facilidades que teníamos en la empresa en la cual realizamos el trabajo y con el fin de captar la opinión del mayor número de clientes posibles decidimos realizar un total de 100 encuestas.

**TIPO DE INSTRUMENTO:** Entrevista escrita.

**TIPO DE MUESTREO:** No probabilística. A juicio de los investigadores.

**METODOLOGÍA:** Se diseña el instrumento de la encuesta y posteriormente se realiza la entrevista vía telefónica y personal. La encuesta se realiza por la funcionaria de la compañía, durante horas laborales.

**DIRECCIÓN:** Centro de Estudios Estratégicos

**ENTREVISTAS REALIZADAS POR:** Personal orientado y capacitado para tal fin.

**FECHA DE REALIZACIÓN:** Septiembre 11 al 29 de 2006.

**LA MUESTRA:**

Se seleccionaron en especial los clientes e intermediarios que según la base de datos suministrada por la compañía habían presentado reclamaciones por siniestros, siendo un total de 100 encuestas.

COLSEGUROS

# GLOSARIO

**ACCIDENTE:** Es el acontecimiento inesperado, repentino e involuntario que pueda ser causa de daños a las personas o a las cosas independientemente de su voluntad.

**ACTUARIO:** Es el profesional que se base en las matemáticas, la estadística, el cálculo de probabilidades y el calculo actuarial para determinar el costo de las primas, cuotas y reservas de un seguro, con el objeto de que el monto de estas cantidades sea suficiente para el pago de las indemnizaciones y sea justa para el cliente.

**ACUERDO DE LAS PARTES:** Decisión que adoptan las partes respecto al conflicto planteado, ya sea extrajudicialmente o durante la tramitación del pleito indicado, para su resolución poniéndole fin.

**AFILIACIÓN:** Es la relación jurídica de un trabajador y el sistema de pensiones que origina los derechos y obligaciones que la ley establece, en especial, el derecho a las prestaciones asistenciales y económicas y la obligación de cotizar.

**AGENTE DE SEGUROS:** Persona física o moral independiente que desempeña una labor de intermediación entre las compañías aseguradoras y los consumidores que demandan los servicios de protección mediante una póliza de seguros.

**AGRAVACIÓN DEL RIESGO:** Es la modificación o alteración posterior a la celebración del contrato que, aumentando la posibilidad de ocurrencia o peligrosidad de un evento, afecta a un determinado riesgo. El tomador del

seguro o el asegurado deberán, durante la vigencia del contrato, comunicar al Asegurador todas las circunstancias que agraven el riesgo.

**AJUSTADOR:** Profesional independiente que estima y evalúa el monto de los daños en un siniestro asegurado. Investiga adicionalmente las posibles causas de la pérdida con el objeto de informar a la aseguradora para que indemnice a los beneficiarios de la póliza.

**AMPARO:** Cobertura, eventos por los cuales la aseguradora será responsable en caso de realizarse.

**ANEXOS A LA PÓLIZA BÁSICA:** En dos palabras, es una enmienda a una póliza que aumenta o disminuye la cobertura de seguro. (Por ejemplo: una solicitud que usted haga a su agente o corredor de seguros para agregar conductores o eliminar cobertura ocasiona un anexo a su póliza básica).

**ASEGURADO(A):** Es la persona que mediante el pago de la prima tiene derecho al pago de las indemnizaciones a consecuencia de una pérdida por la realización de una eventualidad amparada por el contrato de seguro.

**ASEGURADOR:** Es la empresa que asume la cobertura del riesgo, previamente autorizada a operar como tal por la Superintendencia Bancaria.

**ASESOR DE SEGUROS:** Es la persona, habilitada por la Superintendencia de Seguros, que realiza la intermediación entre quien quiere contratar el seguro y la entidad aseguradora. Es quien ejerce la actividad de intermediación promoviendo la concertación de contratos de seguros, asesorando a Asegurables.

**AVALÚO DEL DAÑO:** Cuantificación de las pérdidas sufridas en un siniestro amparado por un seguro.

**AVALÚO DEL OBJETO ASEGURADO:** Fijación del valor real o de reposición, según el caso, de los bienes asegurados.

**BENEFICIARIO:** Es la persona física o moral designada por el asegurado para recibir los beneficios derivados de la póliza de seguros en caso de que se presente la pérdida o daño. Puede ser en determinado momento el mismo contratante de la póliza, como es el caso de los seguros de daños.

**CANCELACIÓN:** La terminación de la cobertura de seguro durante el período de vigencia de la póliza.

**CAPACIDAD DEL CONTRATO:** Este término es muy común en el negocio de reaseguro y significa la cantidad máxima de responsabilidad que tiene una aseguradora o reaseguradora con respecto a las indemnizaciones que deben cubrir y que a partir de dicha cantidad empieza a operar un contrato de reaseguro.

**CEDENTE:** Es el término que se utiliza para definir a la compañía que asume un riesgo pero que transfiere parte del mismo a una reaseguradora, pero siempre es la primera compañía la responsable frente a una indemnización.

**CERTIFICADO DE COBERTURA:** Es el documento que entrega la entidad aseguradora cuando aún no está emitida la póliza. (No aplica en Colombia actualmente)

**COBERTURA:** Es el alcance del riesgo que se desea asegurar.

**COMPAÑÍA DE SEGUROS (ASEGURADORA):** Entidad debidamente autorizada por la Superintendencia Bancaria, que asume riesgos particulares a cambio de un pago que hace el asegurado.

**CONTRATO DE REASEGURO:** Es el acuerdo entre el Asegurador y el Reasegurador en dónde se estipulan los términos y las condiciones en virtud de los cuales una de las partes acepta en reaseguro las cantidades cedidas por la aseguradora para que en caso de siniestro se paguen los beneficios a la aseguradora.

**CONTRATO DE SEGUROS:** Es el contrato mediante el cual una parte se obliga al pago de una prima para poder tener derecho a recibir las indemnizaciones a consecuencia de una pérdida o daño amparada en el mismo. La otra parte se obliga a cubrir dichas indemnizaciones de acuerdo con el clausulado de dicho contrato en dónde generalmente se establecen las condiciones en que deben ocurrir los siniestros, se definen las exclusiones, las limitaciones y las condiciones de pago, temporalidad del compromiso y definiciones de los aspectos relacionados con el seguro.

**CORREDOR DE REASEGURO:** Es la persona intermediaria entre los aseguradores y los reaseguradores y obtienen su ingreso por las comisiones pagadas por el reasegurador.

**CORREDOR DE SEGUROS:** Es la persona que está vinculada con las aseguradoras para la promoción de los servicios que ofrecen a los asegurados o personas que demandan estos servicios. Normalmente operan con varias compañías para ofrecer la mejor alternativa a sus clientes.



# COLSEGUROS

**COTIZACIÓN:** Son los aportes que los trabajadores y patronos deben efectuar en forma obligatoria para financiar el cumplimiento de los beneficios que otorgue el Sistema de Pensiones.

**DAÑOS:** El costo de indemnizar a quienes sufran lesiones corporales o daños materiales a causa de un accidente automovilístico. Es posible que estos daños puedan pagarse hasta los límites de responsabilidad civil como se indica en la página de declaraciones. Esto no incluye las cantidades que deban pagarse por decisión judicial como castigo o disuasión.

**DAÑOS MATERIALES:** Este seguro cubre los daños materiales causados por accidentes automovilísticos. Los daños materiales significan los daños o la destrucción de propiedades materiales, incluyendo la pérdida de uso de esa propiedad. La cantidad máxima que pagará la compañía de seguros para cualquier accidente dado aparece indicada en la página de declaraciones.

**ENDOSO:** Documento que emite la aseguradora y que pasa a formar parte integrante del contrato del seguro como un suplemento del mismo, y que se utiliza para efectuar aclaraciones y modificaciones de las condiciones de póliza. Por ejemplo se puede hacer por vía de endoso la transferencia o cambio del titular del seguro o el cambio de vehículo en el caso del seguro de automotores.

**EXCLUSIÓN:** Declaración expresa de la entidad aseguradora en la que indica los hechos o circunstancias que la exoneran de responsabilidad en caso de pérdida.

**GARANTÍA:** Compromiso aceptado por un asegurador en virtud del cual se hace cargo, hasta el límite estipulado, de las consecuencias económicas

derivadas de un siniestro. Es también sinónimo de un seguro (estar garantizado es igual que estar asegurado) o de estar asegurado ( la garantía de la póliza es igual que el capital asegurado por ella).

**GASTOS GENERALES:** Son aquellos desembolsos que las compañías efectúan para su normal operación por concepto de administración y de personal, principalmente.

**GERENCIA DE RIESGOS:** Conjunto de medidas destinadas a proteger los elementos y recursos de una empresa contra los daños y pérdidas derivados de u posible siniestro.

**HONORARIOS:** Retribución económica que corresponde a una persona como pago por ejercicio de su actividad profesional.

**HURTO:** Apropiación de una cosa ajena, con ánimo de lucro, sin emplear fuerza en las cosas, ni violencia o intimidación en las personas, características éstas que le distinguen del robo.

**INDEMNIZACIONES:** Son los pagos que realizan las aseguradoras a los asegurados a consecuencia de pérdidas o daños a sus bienes o a sus personas. Las leyes de muchos países establecen que las indemnizaciones pueden ser en dinero o mediante la reposición de los bienes dañados por otros de las mismas características o condiciones. Esto es muy claro en el seguro de automóviles en donde la práctica es normalmente la reparación de los daños en los talleres con los que operan las aseguradoras y el asegurado no recibe ninguna cantidad de dinero por estos daños.

**INDICE DE SINIESTRALIDAD:** Coeficiente o porcentaje que refleja la proporción existente entre el costo de los siniestros producidos en un

conjunto o cartera determinada de pólizas y el volumen global correspondiente de las primas emitidas en el mismo periodo de operación.

**INTERÉS ASEGURABLE:** Se refiere a la relación económica que tenga el asegurado con los bienes o personas que se están amparando en la póliza. No se trata del interés que tenga el valor de los bienes. Así, en el seguro de vida la mayoría de las compañías piden que la persona cubierta tenga un parentesco, relación comercial o de negocios con el beneficiario o el que paga las primas. En el caso del seguro de daños se refiere a la pérdida económica que le representaría al asegurado el daño o pérdida del bien amparado.

**INTERMEDIARIO DE SEGUROS:** Es el agente de seguros que normalmente realiza las labores de promoción de los productos de las aseguradoras entre sus clientes. Asume también la responsabilidad de asesorarlos en la contratación de las coberturas, ponerlo al tanto de las alternativas del mercado, aclararle las limitaciones, exclusiones y costos del seguro, realizar los trámites para la contratación de la póliza y en muchos de los casos asesorarlo para la obtención de las indemnizaciones en caso de siniestro.

**JURISDICCIÓN:** En seguros, se utiliza esta expresión para designar a los órganos judiciales que habrán de entender las cuestiones litigiosas o discrepancias surgidas entre asegurador y asegurado respecto a la aplicación de las condiciones previstas en la póliza.

**JURISPRUDENCIA:** Conjunto de principios constitutivos de fuente de derecho basados en resoluciones o sentencias judiciales.

**LÍMITE DE RESPONSABILIDAD DE LA ASEGURADORA:** Es la cantidad máxima que pagará en caso de presentarse un siniestro.

**MARGEN DE SOLVENCIA:** Conjunto de recursos constituidos por patrimonio propio no comprometido, coincidente en cierta medida con el patrimonio neto contable que, como mínimo deben tener las entidades aseguradoras para garantizar los compromisos adquiridos con sus asegurados. Se trata de patrimonio libre, no sujeto a obligación alguna, cuya cuantía mínima viene legalmente establecida.

**MODALIDAD DE SEGURO:** Cobertura específica dentro de un ramo de seguro. Por ejemplo la responsabilidad civil es un modalidad del ramo de automóviles.

**MORA:** Expresión que, en general, significa retraso en el cumplimiento de una obligación. En seguros, puede afectar al asegurado –retraso en el pago de las primas- o al asegurador .retraso en el pago de la indemnización-.

**NOTIFICACIÓN DEL SINIESTRO:** Comunicación al asegurador que efectúa el asegurado para darle a conocer la ocurrencia de un siniestro. Es una de las obligaciones principales del asegurado, en caso de siniestro, cuyo incumplimiento puede dar lugar a la pérdida de la indemnización debida por el asegurador.

**NULIDAD:** Ineficacia de un acto jurídico al carecer de las condiciones necesarias para su validez, por falta de algún elemento esencial en su formación o por violación al celebrarlo de normas prohibitivas o imperativas de orden público.

# COLSEGUROS

**OBLIGACIONES DEL ASEGURADO:** Entre las más importantes se encuentran: 1. La definición del bien asegurable, su identificación y los riesgos que desea que se cubran. 2. El pago de la prima establecida en la póliza. 3. Evitar y prevenir que el daño se presente. 4. Tomar las medidas necesarias para disminuir los riesgos y preservarlos. 5. Informar lo más pronto posible a la aseguradora sobre la ocurrencia de un siniestro y disminuir dentro de lo que esté a su alcance la agravación del daño. 6. Declarar e informar de los hechos a la aseguradora el monto de lo reclamado con la presentación de las pruebas que lo amerite el caso. 7. Probar la existencia de las circunstancias necesarias para establecer la responsabilidad de la aseguradora.

**OBLIGACIONES DE LA ASEGURADORA:** Se refiere principalmente a la obligación de indemnizar al asegurado después de la ocurrencia de un siniestro: Cabe mencionar que en ocasiones en la práctica las aseguradoras asumen el papel de informar a los clientes la mejor forma de prevenir y evitar accidentes con el fin de disminuir con esto la siniestralidad.

**PÓLIZA:** Es el instrumento probatorio por excelencia del contrato. Es aconsejable, leer todas las cláusulas contenidas en el mismo para tener una información completa de sus términos y condiciones. En él se reflejan las normas que de forma general, particular o especial regulan la relación contractual convenida entre el Asegurador y el Asegurado.

**PRIMA:** Es el precio pactado por el seguro contratado. Es la remuneración que recibe la aseguradora para hacerle frente a los riesgos que está amparando en la póliza y es la contraprestación que está obligando a ambas partes a cumplir con lo establecido en el contrato. Es el pago que se hace por adelantado para iniciar el contrato de seguro y en ocasiones puede ser

demandada legalmente cuando la aseguradora ha iniciado la cobertura en ciertos riesgos.

**RAMO:** Se entiende por ramo a la modalidad o conjunto de modalidades de seguros relativas a riesgos de características o naturaleza semejantes (ramo vida, ramo automóviles, etc.). Debe tenerse en cuenta que para operar en un determinado ramo la entidad aseguradora debe estar previamente autorizada por la Superintendencia Bancaria.

**REASEGURO:** Es el método mediante el cual las compañías de seguros distribuyen sus riesgos entre otras compañías de seguros o de reaseguro para disminuir su responsabilidad frente a un asegurado y disminuir al máximo su pérdida probable. Es también la cantidad que asume la reaseguradora frente a un riesgo.

**RECLAMACIÓN:** La solicitud de pagos de una persona a una compañía aseguradora por una pérdida cubierta por una póliza. Sus reclamaciones a su compañía aseguradora son reclamaciones directas de asegurado. A las reclamaciones efectuadas por una persona contra la compañía aseguradora de otra persona se les denomina reclamaciones de terceros.

**RENOVACIÓN AUTOMÁTICA:** Es el acuerdo entre las partes por el cual el seguro se prorroga tácitamente por un nuevo período de vigencia

**RENOVACIÓN DEL SEGURO:** Acto por el que el seguro se extiende por un nuevo período de cobertura, generalmente de un año.

# COLSEGUROS

**RETENCIÓN:** Es la parte del riesgo que no se transfiere a una reaseguradora, y que es la parte que asume la aseguradora dependiendo de sus capacidades de pago, sus reservas y su solvencia económica.

**RETICENCIA:** Toda declaración falsa de circunstancias conocidas por el Asegurado, aun hechas de buena fe, que a juicio de peritos hubiese impedido el contrato o modificado sus condiciones si el Asegurador se hubiese cerciorado del verdadero estado del riesgo, puede hacer nulo el contrato, es decir, lo deja sin efecto desde su inicio.

**RIESGO:** Es la probabilidad de ocurrencia de un siniestro. Es la posibilidad de que la persona o bien asegurado sufra el siniestro previsto en las condiciones de póliza. Es el suceso incierto, futuro y susceptible de ser valorado.

**RIESGOS NO ASEGURABLES:** Son aquellos que quedan fuera de la cobertura general por parte de las Aseguradoras, por ser contrarios a la Ley.

**SEGURO:** Jurídicamente hablando, es un instituto por el cual el Asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima a abonar, dentro de los límites pactados, un capital u otras prestaciones convenidas, en caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura. El seguro brinda protección frente a un daño inevitable e imprevisto, tratando de reparar materialmente, en parte o en su totalidad las consecuencias. El seguro no evita el riesgo, resarce al Asegurado en la medida de lo convenido, de los efectos dañosos que el siniestro provoca

**SEGUROS DE DAÑOS:** Su fin principal es reparar la pérdida sufrida a causa de un siniestro en el patrimonio del asegurado.

**SEGUROS DE PERSONAS:** Su fin es cubrir la vida y la integridad corporal de las personas.

**SINIESTRO:** Es la realización del riesgo. Es cuando sucede lo que se está amparando en la póliza y es motivo de indemnización, por ejemplo un robo, un choque, una enfermedad o accidente, un incendio, etc.

**SUMA ASEGURADA:** Es el valor asignado en la póliza como la responsabilidad máxima que debe pagar la Compañía de seguros en caso de pérdida o daño a los beneficiarios de la misma.

**TOMADOR:** Es la persona que contrata el seguro con el Asegurador. Generalmente en los seguros individuales el tomador contrata el seguro por cuenta propia, uniéndose así en una persona dos figuras (Tomador o Contratante y Asegurado). Por el contrario el seguro es por cuenta ajena cuando el tomador es distinto del Asegurado; esta situación es típica en los seguros colectivos. Es la persona que, obrando por cuenta propia o ajena, traslada los riesgos a una aseguradora.

**USUARIO:** Persona que recibe el beneficio de un producto, ya sea consumiéndolo o creando mediante un proceso posterior, otro producto destinado a la venta.

**VALIDEZ:** Cualidad de un acto o contrato jurídico para que produzca todos los efectos que se deriven de su propia naturaleza y de la voluntad constitutiva.



# COLSEGUROS

**VALOR ASEGURADO:** Se llama así al máximo pagadero en caso de siniestro previamente estipulado en las condiciones de póliza.

**VALORACIÓN DEL RIESGO:** Proceso mediante el cual se establece la prioridad de que ocurran daños personales o pérdidas materiales y la cuantificación de los mismos.