

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



***“ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL BRÓKER
CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A. DE LAS PÓLIZAS
DE VEHICULOS Y ACCIDENTES PERSONALES EMITIDAS A TRAVÉS
DE LA ASEGURADORA LA POSITIVA SEGUROS Y REASEGUROS DE
LA CIUDAD DE AREQUIPA 2012”***

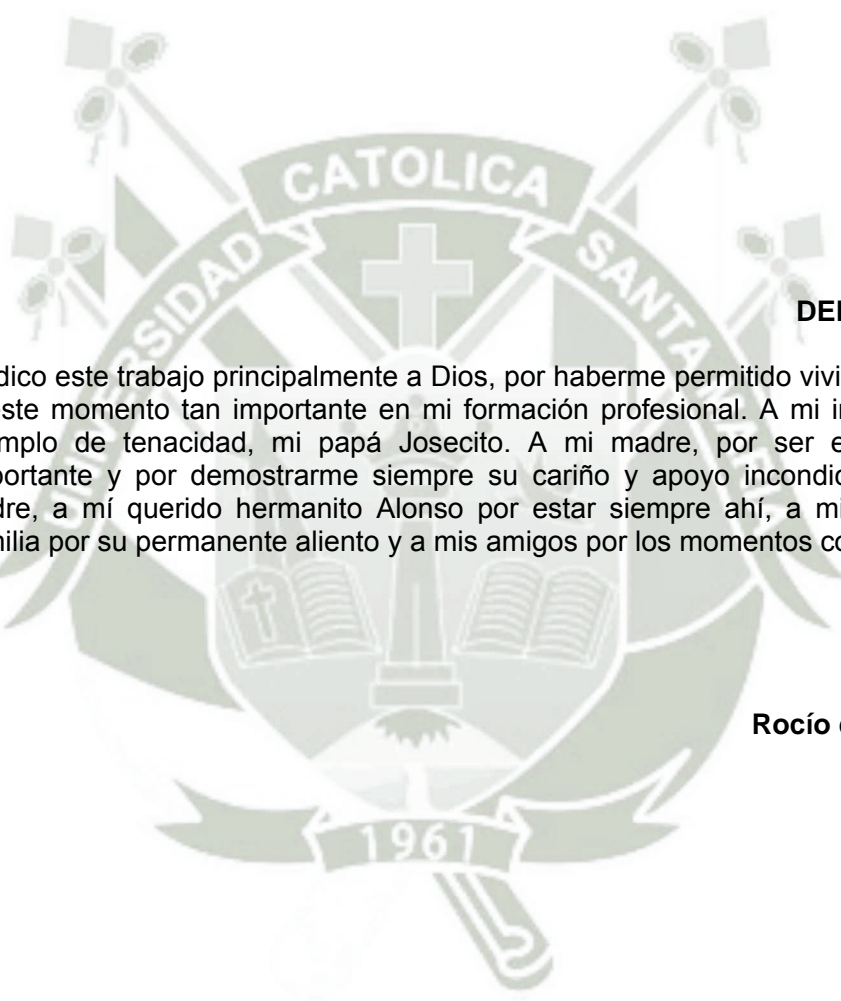
**Tesis para la obtención del Título Profesional de
Licenciada en Administración de Empresas**

Presentada por:

ROCÍO DEL CARMEN VALDIVIA SOSA

AREQUIPA – PERÚ

2013



DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme permitido vivir para llegar a este momento tan importante en mi formación profesional. A mi inspiración y ejemplo de tenacidad, mi papá Josecito. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. A mi padre, a mí querido hermanito Alonso por estar siempre ahí, a mi lado; a mi familia por su permanente aliento y a mis amigos por los momentos compartidos.

Rocío del Carmen

CONTENIDO

INTRODUCCION _____	5
RESUMEN _____	6
SUMMARY _____	7
ESTRUCTURA DE PROYECTO DE INVESTIGACION _____	8
1. PLANTEAMIENTO TEORICO _____	9
1.1 PROBLEMA _____	9
1.2 DESCRIPCIÓN _____	9
1.2.1 CAMPO, ÁREA, LÍNEA _____	10
1.2.2 TIPO DE PROBLEMA _____	11
1.2.3 VARIABLES _____	111
1.2.4 INTERROGANTES BÁSICAS _____	133
1.3 JUSTIFICACIÓN _____	13
1.4 OBJETIVOS _____	14
1.4.1 OBJETIVO GENERAL _____	144
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS _____	14
1.5 MARCO TEÓRICO _____	15
1.5.1 ESQUEMA ESTRUCTURAL _____	15
1.5.1.1.1. MARCO CONCEPTUAL _____	15
1.5.1.1.2. SEGUROS _____	255
1.5.1.1.2.1. CONCEPTO _____	255
1.5.1.1.2.2. COMPETENCIA _____	26
1.5.1.1.2.3. TIPOS DE SEGUROS _____	266
1.5.1.1.4. CONSEJEROS Y CORREDORES SEGUROS _____	30
1.5.1.1.4.1. HISTORIA _____	30
1.5.1.1.4.2. MISIÓN _____	31
1.5.1.1.4.3. VISIÓN _____	31
1.5.1.1.4.4. VALORES _____	32
1.5.1.1.4.5. ORGANIZACIÓN _____	34
1.5.1.1.4.6. ORGANIGRAMA _____	35
1.5.1.1.4.7. OFICINAS EN PERÚ _____	35
1.5.1.1.5. LA POSITIVA SEGUROS Y REASEGUROS _____	37
1.5.1.1.5.1. MISIÓN _____	37

1.5.1.1.5.2. VISIÓN _____	37
1.5.1.1.5.3. VALORES _____	37
1.5.1.1.5.4. HISTORIA _____	38
1.5.1.1.5.5. AGENCIAS _____	40
1.5.1.1.6. CLIENTES _____	42
1.5.1.1.7. MÉTODOS PARA EVALUACIÓN DEL CLIENTE _____	44
1.5.1.1.8. TERMINOLOGIA _____	46
1.6 HIPÓTESIS _____	55
2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL _____	56
2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS _____	57
2.2 ESTRUCTURAS DE LOS INSTRUMENTOS _____	57
2.2.1 ENCUESTAS _____	58
2.2.2 FICHA DE OBSERVACION _____	60
2.3 CAMPO DE VERIFICACIÓN _____	63
2.4 UNIDADES DE ESTUDIO _____	64
2.5 ESTRATEGIA DE RECOLECCION DE DATOS _____	66
2.6 RECURSOS NECESARIOS _____	66
3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION _____	67
3.1 ENCUESTA A CLIENTES _____	68
3.2 ENCUESTA A FUNCIONARIOS DE CONSEJEROS _____	82
3.3 FICHA DE OBSERVACION _____	87
SINTESIS DE LAS ENCUESTAS _____	90
CONCLUSIONES _____	93
RECOMENDACIONES _____	94
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA _____	96
CRONOGRAMA _____	978
ANEXOS _____	99

INTRODUCCION

Con mucha dificultad se encontrará una organización en donde no se opine que la satisfacción del cliente es importante, puesto que es una prioridad, ya que es precisamente la misión de la empresa y su razón de ser.

¿Qué opinaría de una empresa que no lleva su contabilidad de forma consistente y permanente? La contabilidad se mantiene aunque no produzca resultados (ni buenos, ni malos), porque refleja el estado de la empresa. Es una herramienta de medición que orienta las decisiones.

Medir la satisfacción del cliente también es una herramienta que orienta las decisiones a los tomadores de decisión, he ahí la importancia de ello, por lo que nuestra investigación se basa en el análisis de ella para El bróker CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A., porque quienes miden la satisfacción del cliente, es porque están comprometidos con ellos, esa es la única diferencia y quien tiene este compromiso, busca en los mínimos cambios estadísticos de las evaluaciones, la razón, la causa, la explicación a las opiniones de los clientes.

Esta investigación extraerá información, oportunidades valiosas que les permiten dirigir a la empresa hacia la diferenciación y asignan recursos a observar los detalles. Modernizan sus métodos de evaluación, fomentan la sana competencia interna y definen posiciones meta contra el mercado.

RESUMEN

El bróker CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A., es una de las empresas líderes dentro del mercado de corredores de seguros del Perú, caracterizándose por aportar un gran valor añadido a sus clientes, a través de la gestión integral de sus seguros, es por ello que tiene un gran interés de lograr la mayor satisfacción de sus clientes ya que uno de los valores empresariales, es la calidad definiéndola como búsqueda de excelencia en lo que se hace, por encima de lo esperado, comprometiéndonos permanentemente con el desarrollo de nuestro trabajo y permitiendo lograr la propia realización profesional de nuestros colaboradores.

Es por ello que este trabajo ha sido realizado con el objetivo de medir el nivel de satisfacción de los clientes del bróker a través de la aseguradora La Positiva Seguros y Reaseguros de la ciudad de Arequipa en el año 2012, puesto que es la aseguradora que maneja sus cuentas más grandes.

Los datos que se presentan a continuación, tienen como objetivo principal el propiciar el análisis referente a cómo se sienten los clientes del bróker referente a la satisfacción del cliente, en este caso se puede manifestar que la investigación tuvo buenos resultados sobre esta información, fueron basadas en la realización de una encuesta y ficha de observación

A continuación se presentan los hallazgos de la investigación.

SUMMARY

The BROKER DIRECTORS AND INSURANCE BROKERS SA, is one of the leading companies in the insurance BROKERage market in Peru, characterized by bring great value to their customers through the management of their insurance which is why we have a great interest to achieve maximum customer satisfaction as one of the corporate values is the defining quality as search for excellence in what we do, above expectations, permanently committing to the development of our work and achieve self allowing professional fulfillment of our employees.

That is why this work has been carried out in order to measure the level of satisfaction of the broker's clients through the positive insurance and reinsurance in the city of Arequipa in 2012 since it is the insurer manages its accounts larger.

The data presented below has the main objective to promote a discussion regarding how it feels broker customers regarding customer satisfaction in this case we can say that the investigation had good results on this information were based on the realization a survey and observation sheet

Below are the findings of the investigation.



CAPITULO I: **PLANTEAMIENTO TEÓRICO**

ESTRUCTURA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1 PROBLEMA

Análisis de la satisfacción de los clientes del Bróker Consejeros y Corredores de Seguros S.A. de las pólizas de vehículos y accidentes personales emitidas a través de la aseguradora “La Positiva Seguros y Reaseguros” en la ciudad de Arequipa 2012

1.2 DESCRIPCIÓN

CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A., constituida en enero de 1989, es una de las empresas líderes dentro del mercado de corredores de seguros del Perú, aportando un gran valor añadido a sus clientes a través de la gestión integral de sus seguros. Gracias a los más de 20 años de experiencia, a la capacidad de diseñar soluciones a la medida y de negociación en el mercado asegurador, se generan ahorros de dinero al cliente, además se logra una transferencia de riesgos adecuada y oportuna.

Este análisis del mercado de seguros interesa, no sólo a las entidades aseguradoras y a los propios asegurados, sino también, a toda la sociedad en general, sobre todo por su implicación en la evolución de la economía como negocio en potencia. Para las familias comporta un ahorro a largo plazo y un posible gasto futuro.

De esta forma al igual que en otros sectores, el bróker consejeros ha comenzado a responder a las nuevas exigencias de la demanda, ajustando sus productos a los riesgos y necesidades reales que se van planteando a sus asegurados actuales y potenciales. El cambio incluye

una transformación de las estructuras internas tendente hacia un acercamiento al cliente a través de una mejora del servicio y calidad.

La calidad del servicio y la buena imagen de la entidad aseguradora, serán factores determinantes en las motivaciones del cliente para elegir su compañía aseguradora y los productos más idóneos; siendo el factor de diferenciación por excelencia, la calidad del servicio, pues la novedad de un producto puede ser, en ocasiones, un factor con un impacto reducido.

Una de las preferencias de los clientes se manifiesta en la exigencia de más calidad de servicio, productos innovadores de acuerdo con sus necesidades, coberturas bien definidas, una mayor simplificación en las cláusulas contractuales y rapidez en la respuesta.

El análisis del comportamiento de las personas es siempre una tarea importante, pero, a la vez, extremadamente difícil. La importancia de este análisis viene dada por la necesidad que tienen los agentes decisores de conocer el marco en el que van a desarrollar su actividad.

La información sobre dicho comportamiento, es por tanto, un factor importante para la toma de decisiones de estos agentes. La dificultad viene dada por el hecho de que cualquier tipo de conducta no está explicada exclusivamente por factores económicos, sino que depende en gran medida, de infinidad de aspectos difíciles de conocer y determinar.

1.2.1 CAMPO, ÁREA, LÍNEA

CAMPO: Ciencias Sociales

ÁREA : Administración de Empresas

LÍNEA: Investigación

1.2.2 TIPO DE PROBLEMA

La presente investigación es de tipo explicativo / descriptivo ya que establece una hipótesis que se pretende verificar mediante los datos recolectados en encuestas y guías de observación, así mismo, se procederá a analizar la información recolectada para llegar a conclusiones que puedan generar conocimiento válido y confiable para el establecimiento de este negocio.

Los estudios explicativos, pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿en qué condiciones ocurre?.

La investigación descriptiva, según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, de Desarrollo, Predictivos, de Conjuntos, de Correlación.

1.2.3 VARIABLES

ANÁLISIS DE VARIABLES: -VARIABLE DEPENDIENTE, -
VARIABLE INDEPENDIENTE

- Variable Independiente: Análisis del Mercado de los clientes del bróker *CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A. emitidas en La Positiva, Seguros y Reaseguros.*
- Variable Dependiente: Análisis de satisfacción del cliente del bróker *CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A. emitidas en La Positiva, Seguros y Reaseguros.*

**OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES: - INDICADORES, -
MEDIOS**

VARIABLES	SUBVARIABLES	INDICADORES	
<p>Variable Independiente: Análisis del Mercado de los clientes del bróker <i>CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A. emitidas en La Positiva, Seguros y Reaseguros</i></p>	Tarifas	Estructura de precios	
		Comisión	
		Rentabilidad	
	Diferenciación	Calidad del servicio	
		Cubrir la necesidad del cliente	
		Atención	
		Confiabilidad	
		Buen desenvolvimiento	
		Seguridad	
		Derivar al área indicada	
	Personal	Tiempo	
		Marketing	
		Personal capacitado	
		Manejar información actualizada	
	Posicionamiento	Claridad de comunicación	
		Analizar la información	
Cuota de Mercado			
Productos	Imagen		
	Beneficios		
<p>Variable Dependiente: Análisis de satisfacción del cliente del bróker <i>CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A. emitidas en La Positiva Seguros y Reaseguros</i></p>	Productos	Seguros Generales	
		Seguros de Vida	
	Atención del cliente	Mala	
		Buena	
		Muy buena	
	Necesidad	Servicio	
		Asesoramiento	
			Beneficio

1.2.4 INTERROGANTES BÁSICAS

- 1) ¿Cuál es el grado de idealización de sus clientes actualmente del bróker consejeros?
- 2) ¿Qué prioridad da el bróker a sus clientes al momento de solucionar sus inconvenientes?
- 3) ¿Cuáles son las pólizas que más se emiten en el bróker consejeros?
- 4) ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes frente a las pólizas emitidas a través de La Positiva Seguros y Reaseguros?
- 5) ¿Cuáles son los errores que se cometen frente a los requerimientos de los clientes?
- 6) ¿Qué beneficios adicionales puede otorgar el bróker para la fidelización del cliente y qué le gustaría recibir al adquirir un seguro?
- 7) ¿Cuáles son los inconvenientes que tiene el bróker con la aseguradora positiva seguros y reaseguros?

1.3 JUSTIFICACIÓN

El siguiente trabajo pretende determinar el nivel de satisfacción de los clientes del Bróker CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A frente a las pólizas de vehículos y accidentes personales emitidas a través de la aseguradora y reasegurada La Positiva Seguros y Reaseguros, el tema escogido es de gran interés ya que es un problema de actualidad por la gran importancia que se le debe dar al cliente.

El objetivo es poder analizar la satisfacción del cliente, ello nos permitirá saber si el cliente se encuentra totalmente identificado con la entidad, con el servicio que les brinda este bróker y si es lo contrario, determinar cuáles son las necesidades y aplicar medidas correctivas para que estas se cumplan y el cliente se encuentre satisfecho con el servicio brindado.

OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el análisis de la satisfacción de los clientes del bróker Consejeros y Corredores de Seguros S.A. de las pólizas emitidas a través de la Aseguradora y Reaseguradora La Positiva en la ciudad de Arequipa 2012

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el grado de idealización de los clientes actuales del bróker consejeros
- Determinar qué grado de importancia le da el bróker al solucionar sus problemas
- Determinar cuáles son las pólizas mas emitidas actualmente con el bróker consejeros
- Determinar el grado de satisfacción de los clientes frente a la Positiva Seguros y Reaseguros
- Identificar los errores que se puedan cometer en la emisión que hacen que los clientes no se encuentren totalmente satisfechos
- Determinar que beneficios adicionales hacen que el cliente se fidelice con el bróker
- Determinar cuáles son los inconvenientes con la aseguradora seguros y reaseguros en la emisión

1.4 MARCO TEÓRICO

1.4.1 ESQUEMA ESTRUCTURAL

1.5.1.1. MARCO CONCEPTUAL

- SEGURO O COBERTURA

Protección de una contingencia o suceso desfavorable: amparo de un daño o pérdida (Institución).

También el término "seguro" puede identificarse con el **contrato** por el cual la Compañía de Seguros (Asegurador) asume el riesgo que debe recaer sobre otra persona (Asegurado), a cambio del pago de una cantidad de dinero (Prima).¹

- RIESGO

Incertidumbre del acontecimiento de una contingencia desfavorable. El Riesgo está presente cuando existe la posibilidad de una pérdida.

- ASEGURADOR

Es la entidad o persona jurídica llamada Compañía de Seguros que emite la póliza y se compromete a cubrir el riesgo o asume el peso del riesgo en su capacidad de

¹ Manual de Seguros - Autot: Meilij, Gustavo Raúl

suscriptor con el objeto de indemnizar o reparar el daño o la pérdida cuando éstos ocurran.²

- ASEGURADO

Es la persona o bien económico materia del Seguro. En los seguros de Vida, el Asegurado es la persona cuya muerte producirá la responsabilidad de indemnizar un capital determinado a sus deudos o beneficiarios. Puede considerarse "Asegurado" a un automóvil contra los riesgos de choque, incendio o robo.

- CONTRATANTE

Es la persona que solicita el seguro a favor de otra persona asegurada. Tal es el caso del empleador que toma una póliza de Vida para sus servidores.

Asegurado y Contratante, muchas veces tienen igual significado, cuando se trata de una misma persona.

- CLIENTES

Cualquier proceso de ayuda o de cambio tiene un objetivo o cliente. En la discusión, hasta ahora me he referido a los clientes como si siempre fueran claramente identificables, pero en realidad, la pregunta de quién es realmente el cliente, puede ser difícil. A veces me encuentro sin saber para quién estoy trabajando, o estoy trabajando para varios clientes cuyas metas están en conflicto entre ellas. A menudo puedo identificar "blancos" de cambio, otros cuyos problemas puedo ver claramente y a quienes deseo ayudar,

² Manual de suscripción de la Positiva Seguros y Reaseguros

pero que no ven sus propios problemas y se resistirían a ser vistos como “clientes”. Puedo estar trabajando con un individuo, con un grupo grande o pequeño, o con parte de una organización total en una gran reunión. Puedo darme cuenta de que el trabajo que estoy realizando con una persona o grupo tendrá impactos en otras personas o grupos que no se han percatado de que algo está sucediendo. Finalmente, todo lo que hacemos cuando intervenimos tendrá algún impacto en la comunidad más amplia y la sociedad en la que vivimos

- PRIMA

PRIMA: Es la contraprestación pecuniaria que el Asegurado o Contratante paga al Asegurador en retribución de la cobertura a cargo del último. Es la retribución de la póliza que por lo general se paga por una cobertura anual.

PRIMA DEVENGADA: Porción de prima correspondiente al período estricto de seguro transcurrido durante el ejercicio en que se ha consumido la cobertura del riesgo.

- TARIFAS

Son los precios autorizados o fijados por el Asegurador a cobrarse por concepto de primas de seguros.

Las tarifas de seguros son elaboradas sobre bases técnicas sustentadas en estadísticas, costos y estudios actuariales convenientes, así como sobre la naturaleza de los riesgos.

Estas tarifas se llaman también primas comerciales y contienen recargos por gastos de adquisición (agenciamiento) y gastos administrativos.

- PÓLIZA

Contrato del seguro, mediante el cual una de las partes (Compañía de Seguros o Asegurador) conviene en proteger un bien, una propiedad, la vida etc. A pesar de ser un contrato bilateral la Póliza es suscrita, salvo pocos casos especiales, sólo por una parte, de ahí que al Asegurador se le llama "suscriptor" (underwriter). La otra parte que se adhiere al contrato y a todas sus condiciones, salvo que tales condiciones puedan variarse de común acuerdo.

Tipos de Póliza:

- a) A Riesgo Nombrado
- b) A Todo Riesgo
- c) Otras:
 - Individual (Ej.: Automóviles, Hogar)
 - De Grupo ó Colectiva (Ej.: Vida)
 - Flota: (Ej.: Automóviles)
 - Flotante (Ej.: Transportes)

- CONDICIONES GENERALES

Conjunto de disposiciones, convenios y requisitos impresos en la póliza de seguros. Materias de carácter general que aparecen en la póliza señalando obligaciones y derechos tanto del Asegurador como del Asegurado.³

- BENEFICIARIO

Es la persona en cuyo provecho inmediato se estipula el contrato del seguro y lo que ha de percibir el monto de la indemnización en caso de siniestro.

- VIGENCIA DE LOS SEGUROS

Duración o plazo del Seguro. Generalmente los seguros son contratados por un año, con indicación del día y hora de inicio y término, aunque algunos seguros pueden ser contratados por períodos mayores o menores.

- RENOVACIÓN

Es la puesta en vigencia de un seguro vencido por un período igual a la vigencia anterior.

En seguros cuyas condiciones no varían sustancialmente, no será necesario emitir una póliza nueva sino simplemente un "Certificado de Renovación".

³ Manual de Seguros Autot: Meilij, Gustavo Raúl

• CORREDOR DE SEGUROS

Es la persona con carácter libre que gestiona y coloca los seguros.

Da cuenta al Asegurador para la emisión de la póliza. Recibe como remuneración de sus servicios una "comisión de agenciamiento" que es una cantidad fija o porcentaje sobre las primas.

Los Corredores de Seguros tienen Funciones y deberes que se estipulan en la Ley 26702 y en la Resolución SBS 1058-99 "Sistema de Seguros".

1. Intermediar en la contratación de seguros.
2. Informar a la empresa de seguros, en representación del asegurado, sobre las condiciones del riesgo.
3. Informar al asegurado o contratante del seguro, en forma detallada y exacta, sobre las cláusulas del contrato.
4. Comprobar que la póliza contenga las estipulaciones y condiciones según las cuales se cubre el riesgo.
5. Comunicar a la empresa de seguros cualquier modificación del riesgo que demande a su vez variar el monto de la cobertura.
6. Asistir al Asegurado, con la debida diligencia y prontitud en caso de siniestro, gestionando el reclamo correspondiente ante la empresa de Seguros y haciendo un seguimiento del mismo hasta su conclusión.⁴

⁴ Hablemos de Seguros Autor: Bustamante, Gabriel

- CARTA DE NOMBRAMIENTO

La carta de nombramiento que el asegurado o contratante extiende a un corredor de seguro, faculta a éste para realizar actos administrativos de representación, mas no de disposición.

Las comunicaciones al corredor de seguros surten efecto en relación a su representado.

- ENDOSO

Documento que emite el Asegurador en cualquier momento de la vigencia del contrato de seguro, a propia iniciativa, a solicitud del Asegurado y previo convenio, con el objeto de modificar, ampliar o suprimir cualquiera de las Condiciones Generales, Particulares o Especiales de la póliza.

- PRIMA A CORTO PLAZO

Es la prima pagada por un seguro de menos de un año. Por lo general, no es proporcional a la fracción del año. Es usualmente establecido y convenido en algunos tipos de seguros que la prima anual se considere dividida en 8 partes cada una para cada mes de cobertura. Por ejemplo, un seguro de 4 meses pagará el 50% de la prima anual.

- SINIESTRO

Aparición, acontecimiento, suceso o materialización del riesgo cubierto por el seguro. Los siguientes hechos producidos por ejemplo son siniestros: muerte, incendio que causa daños o pérdidas, robo de bienes, choque de vehículos, hundimiento de una nave, etc.

- INDEMNIZACIÓN

Es la cantidad de dinero que desembolsa el Asegurador a favor del Asegurado, al producirse un siniestro cubierto por la póliza. La fórmula de la Indemnización es:

Indemnización = Pérdida x Valor Asegurado

Valor Sano o Real

- DEDUCIBLE

Es una cantidad fija o porcentaje de la suma asegurada o del monto indemnizable que corre a cargo del Asegurado en cada reclamo de éste.

El deducible evita indemnización de pérdidas, pequeñas, castiga la frecuencia y hace participar al asegurado en cada siniestro.

- COASEGURO

Desde el punto de vista del Asegurador, es la distribución o reparto del riesgo cubierto entre dos o más Aseguradores actuando en este caso la Compañía emisora de la póliza como Administradora o Líder del Coaseguro.

La distribución puede derivarse de la iniciativa del asegurado, que quiere hacer partícipes del mismo seguro a dos o más compañías, o tener su origen en una de éstas que, incapaz de asumir la responsabilidad total, y con la aquiescencia del interesado, propone a otras instituciones aseguradoras la repartición del riesgo.

Desde el punto de vista de la participación del Asegurado, es la distribución del riesgo y de los siniestros con el Asegurador en caso que la pérdida supere el porcentaje de Coaseguro. Ejemplo: Coasegurar al 80% significa que el Asegurador responderá por pérdidas hasta el 80% del valor declarado, quedando el exceso a cargo del Asegurado. Este Coaseguro (desde el punto de vista de la participación del Asegurado)

- REASEGURO

Es la cesión de una parte de la cobertura y de la consiguiente responsabilidad del seguro a otra entidad llamada Reaseguradora (local o extranjera) mediante un contrato especial llamado "Tratado de Reaseguro", en que están pactadas todas las condiciones de tal cesión como son las comisiones, retenciones, impuestos, liquidación de primas de reaseguro, etc.

- PRINCIPIOS DEL SEGURO

Son los fundamentos doctrinarios en que se basa la actividad aseguradora y son las normas que rigen las relaciones entre Asegurador y Asegurado,

Son los siguientes:

a) Principio de Buena Fe

Llamado la "ubérrima fide" o la máxima buena fe que debe sustentar la validez del contrato de seguro, cuando las partes se rigen por actos de absoluta veracidad, a fin de evitar todo intento de dolo o mala intención. Por ejemplo, si un asegurado hace declaraciones falsas para la apreciación del

riesgo, no actúa de buena fe, más bien trata de engañar u ocultar algo para lucrar del seguro, lo cual no es buena regla de juego.

b) Principio de Indemnización

Resumido en la frase "el seguro no es para ganar, el seguro es para no perder" trata de evitar un afán de lucro por parte del asegurado, en vez de tener un seguro para garantizarle solamente una protección que le libere de una pérdida o daño.

c) Principio de Interés Asegurable

Vinculado con el anterior, hace que el seguro proteja el valor económico de un bien hasta una suma máxima de pérdida, pero sin exceder el valor real total de dicho bien. Sería absurdo e injusto, por ejemplo, que un determinado asegurado tuviera un interés asegurable de 100 por un bien que sólo vale 50.

d) Principio de Subrogación

Consecuencia del principio de indemnización, que faculta al asegurador - una vez que ha indemnizado una pérdida – a recuperar de terceras personas responsables, en caso de haberlas.

e) Principio de Contribución

Según este principio, en caso de que una misma materia asegurada tuviera "otros seguros", la pérdida total debe ser compartida por los otros aseguradores en proporción a los capitales asegurados.

1.5.1.2. SEGUROS

1.5.1.2.1. CONCEPTO

El término seguro proviene del latín *secūrus* y tiene diversos usos y significados en el idioma español. Se trata de aquello que es cierto e indubitable, o que aparece exento de riesgo y peligro. La palabra seguro se utiliza como sinónimo de seguridad o certeza. Por otra parte, un seguro es un contrato a través del cual una persona paga una prima para recibir una indemnización en caso de sufrir un accidente o robo, por ejemplo. También existen los seguros de vida, donde la compañía aseguradora abona una cierta suma a los familiares del muerto. En los contratos de seguro, existen obligaciones y derechos recíprocos para el asegurador y el asegurado. La intención del asegurado es obtener una protección económica de sus bienes o de las personas que pudieran sufrir daños, mientras que el negocio para el asegurador es el cobro de la prima. El contrato de seguro implica la existencia de un interés asegurable (se establece una relación lícita entre un valor económico y un bien; es posible asegurar bienes materiales, como una casa o un automóvil, e inmateriales, como un perjuicio económico o el lucro cesante), un riesgo asegurable (el evento posible, incierto y futuro que pueda causar un daño al interés asegurable), una prima (el costo del seguro) y la obligación del asegurador a indemnizar (al cobrar la prima, el asegurador está

obligado a asumir el riesgo y pagar la indemnización en caso de que suceda un siniestro).⁵

1.5.1.2.2. COMPETENCIA

Un mercado donde el juego de la competencia es libre es un mercado en el que las empresas, independientes entre ellas, ejercen la misma actividad y compiten para atraer a los consumidores. Es decir, es un mercado donde cada empresa está sometida a la presión competitiva de las demás. Una competencia efectiva ofrece de este modo un entorno competitivo a las empresas y también numerosas ventajas a los consumidores (precios reducidos, mejor calidad, mayor elección, etc).

1.5.1.2.3. TIPOS DE SEGUROS

- INCENDIO:

Cubre los daños materiales por fuego y/o Incendio y/o Rayo. Cubre los daños materiales ocasionados por: Explosión – Combustión espontánea – Huelgas y conmociones civiles – Daño malicioso, vandalismo y/o terrorismo – Huracán y/o ventarrón – Tempestad y granizo – Riesgo de aeronaves, artefactos aéreos u otros objetos que caigan de ellos – Impacto de vehículos – Daños por humo – Incendio como consecuencia directa del incendio de bosques, montebajo, praderas, pampas y

⁵ Hablemos de Seguros Autor: Bustamante, Gabriel

malezas o del fuego empleado para el despeje de terreno
– Daños por lluvia y/o inundación –

Daños por agua – Riesgo de refrigeración – Riesgo de
suspensión de suministro de fluido eléctrico – Daños
ocasionados por material fundido –

Daños por derrame de instalaciones de rociadores y/o
extinguidores –

Pérdidas o daños por onda sónica – Cláusula de todo
riesgo – Remoción de escombros.

• ACCIDENTES PERSONALES

Este seguro protege los accidentes que puede sufrir una
persona particular, causándole la muerte, incapacidad
temporal o invalidez total y permanente. Adicionalmente
se extiende a cubrir gastos de curación.

• SEGURO DE ROBO Y/O ASALTO

Cubre la pérdida, destrucción o deterioro de los bienes
asegurados, así como por los desperfectos originados a
los edificios y ámbitos interiores, designados en la póliza
como lugares del seguro, si tales pérdidas, destrucciones
o deterioros son como consecuencia directa de, e
imputable exclusivamente a robo o intento de robo, así
como por asalto usando violencia o amenaza de
violencia. También cubre el robo del dinero en tránsito a
Bancos o viceversa y en poder de cobradores-
vendedores.

- SEGURO DE DESHONESTIDAD DE EMPLEADOS

Cubre los actos deshonestos de un empleado dependiente en el manejo de valores o dinero, que pueden causar pérdidas en los intereses del empleador.

- SEGURO DE VEHÍCULOS

Este seguro cubre los daños o pérdidas que sufra el vehículo asegurado, durante la vigencia de la póliza, como consecuencia directa de choque, volcadura o cualquier otro suceso originado por una fuerza externa, repentina y violenta, incluyendo huelgas y conmociones civiles, daño malicioso, vandalismo y terrorismo. También cubre el incendio, robo o hurto y rotura de lunas. Adicionalmente se extiende a cubrir las pérdidas pecuniarias que sufra el Asegurado en virtud de la responsabilidad civil que incurra frente a terceros u ocupantes, como consecuencia de accidentes ocasionados por el vehículo asegurado y que ocasionen daños ya sea corporales o materiales susceptibles de ser indemnizados de acuerdo con el Código Civil Peruano y siempre que ocurran durante su vigencia.⁶

- BRÓKER

Persona Natural o Jurídica que siendo por lo general no dependiente del Asegurador, actúa como agente de Seguros. Es también un Consultor de Seguros que presta asesoramiento a los Asegurados.

⁶⁶ Manual de suscripción de la Positiva Seguros y Reaseguros

Los **brókeres** son personas o entidades que actúan como **intermediarios** entre un comprador y un vendedor en una **transacción** de valores (por ejemplo, de acciones), cobrando una comisión. El bróker no toma ninguna posición propia, ni siquiera con duración temporal, sino que se limita a unir dos posiciones (compra-venta) al precio que resulte satisfactorio para las dos partes.

La **palabra inglesa** no es un derivado del verbo *to break* (romper), debido a la imagen de “rompedores” y “agresivos” que suelen tener los agentes de bolsa. Bien distinto, el **origen** del vocablo bróker proviene en realidad de Francia, de la palabra anglo-normanda *brocour*.

En la Edad Media, un *brocour* era un vendedor de vino al por menor, alguien que compraba una barrica y vendía su contenido por vasos después de taladrarla con una broca. O sea, un minorista, un intermediario. Después, según está documentado desde el siglo XIII, el término pasó a designar, en general, a un **distribuidor**, un agente, un intermediario, y ya en 1706 se encuentra registrado el término *stock bróker* para referirse a agentes o **corredores de Bolsa**.

Su característica fundamental, desde su propia etimología, es pues la de actuar como intermediarios⁷

⁷ Contrato de Seguro Autor: Richter Valdivia, Pedro y Castillo Freyre, Mario

1.5.1.3. CONSEJEROS Y CORREDORES SEGUROS

1.5.1.3.1. HISTORIA

CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A., constituida en enero de 1989, es una de las empresas líderes dentro del mercado de corredores de seguros del Perú, aportando un gran valor añadido a sus clientes a través de la gestión integral de sus seguros. Gracias a los más de 23 años de experiencia, a la capacidad de diseñar soluciones a la medida y de negociación en el mercado asegurador, se generan ahorros de dinero a nuestros clientes y además se logra una transferencia de riesgos adecuada y oportuna.

La compañía cuenta con cinco Oficinas, seis Estaciones de Trabajo Especializadas y cinco Representaciones a Nivel Nacional; debidamente implementadas e interconectadas entre sí y con las principales aseguradoras, con lo que se brinda una atención adecuada en vastas áreas geográficas en forma inmediata.

Consejeros cuenta con más de 100 profesionales de seguros, de amplia experiencia y en constante preparación, los mismos que están plenamente capacitados y dispuestos a atender todos los requerimientos de los clientes de forma personalizada, la cual es nuestra marca de distinción.

Gracias al constante uso de tecnologías, llevamos un permanente control de la información de seguros, constituyéndose en un óptimo apoyo el hecho de que nuestros clientes puedan acceder en línea a nuestra

herramienta Consejeros_Web para conocer la situación de sus seguros, lo que permite otorgar un alto grado de satisfacción de servicio y atención.

Todo lo antes mencionado se refleja en la confianza que nos tiene depositada nuestra cartera de clientes, la que está en constante crecimiento y cuyas expectativas son satisfechas a plenitud.

Dentro de nuestro plan de expansión, a mediano plazo, está en continuar ampliando nuestra cobertura en otras ciudades del Perú, brindando un servicio en todos los lugares en donde nuestros clientes tengan presencia. Adicionalmente, nuestra expansión va mas allá del territorio nacional, por lo que contamos con oficinas en las ciudades de La Paz y Santa Cruz de la Sierra en Bolivia.⁸

1.5.1.3.2. MISIÓN

Actuar como corredora de seguros, brindando asesoría adecuada y oportuna, a fin de satisfacer plenamente las necesidades y expectativas de seguros de nuestros clientes; como también generar ingresos razonables y justos que permitan el desarrollo sostenido de la compañía.

1.5.1.3.3. VISIÓN

Ser un corredor de seguros de prestigio, reconocidos por la calidad de nuestra atención durante todo el proceso de gestión de riesgos, siendo un socio

⁸ <http://www.consejeros.com.pe/ccs/>

estratégico para nuestros clientes, quienes en todo momento contarán con la asistencia oportuna de nuestro equipo de profesionales, el mismo que siempre estará comprometido en brindar las mejores alternativas de solución, actuando de forma íntegra y responsable.

1.5.1.3.4. VALORES

Honestidad

El comportamiento de nuestro equipo de profesionales siempre será claro, serio y cumplirá con lo que ofrece. Mostraremos coherencia entre lo que se piensa, se dice y se hace, manifestando siempre la verdad de forma respetuosa pero firme, acatando el marco legal y nuestro Código de Conducta.

Respeto

Es la responsabilidad hacia las personas que se relacionan con nosotros (clientes, compañías de seguros, ajustadores, proveedores, compañeros de trabajo, etc). Prestaremos la atención a su sentir y responderemos de una manera coherente. “Solamente en la medida en que respetamos a nuestros clientes como ellos son, con sus debilidades y virtudes, con sus necesidades y expectativas, con sus afanes y esperanzas, podremos servirles adecuadamente”.

Calidad

Buscar la excelencia en lo que se hace, por encima de lo esperado, comprometiéndonos permanentemente con el desarrollo de nuestro trabajo y permitiendo lograr

la propia realización profesional de nuestros colaboradores.

Servicio

El resultado de nuestro trabajo debe cubrir siempre las expectativas de nuestros clientes, siendo indispensable conocer y aclarar estas expectativas en todo momento. Para ello se planearán las acciones desde la primera vez, previendo y analizando las necesidades y problemática identificada.

Equidad

Haremos que todos nuestros colaboradores, independientemente de su profesión u oficio, se sientan igualmente importantes, como única manera de lograr un equipo de trabajo en el cual exista verdadera equidad.

Adaptabilidad al cambio

La habilidad de transformarnos siempre estará presente, en la medida en que las oportunidades y las condiciones del entorno lo requieran, no permaneciendo con un solo punto de vista.

Compromiso

Siempre estaremos dispuestos a entregar toda la capacidad de nuestro equipo de profesionales en el cumplimiento de la misión que voluntariamente hemos asumido y por tanto en su ejecución, evitando de todas las formas posibles las negligencias y mediocridad.

1.5.1.3.5. ORGANIZACIÓN

DIRECTORIO

Presidente	Alfonso Bustamante Canny
Vice Presidente	Gonzalo Bedoya Stafford
Gerente General	Juan Ignacio Bustamante Olivares
Director	Mauricio Chirinos Chirinos
Director	Alberto Muñoz Nájar Friedrich

GERENCIAS

Gerente General	Juan Ignacio Bustamante Olivares
Gerente Comercial Regional	Pablo Cornejo de Vinatea
Gerente Comercial Lima	Alfonso Esquerre Porras
Gerente Técnico Regional	Gonzalo Tamayo Benavides
Gerente Canales Alternativos	Carlos Alcázar Aragón
Sub Gerente Técnico Lima	Jesús Vega Meza
Sub Gerente Técnico Lima	Gustavo Zúñiga Valdivia
Sub Gerente Riesgos Humanos	Paola Castagnola Patiño
Sub Gerente Técnico Regional	Carlos Pastor Casapía
Sub Gerente Comercial Regional	Rafael Araoz Castillo
Sub Gerente Tecnología y Procesos	Jorge Chirinos Molmenti
Sub Gerente Administrativo, Contable y RRHH	Jeaneth Valencia Ordoñez
Sub Gerente de Cobranzas y Comisiones	Rosa Obando Juárez

ORGANIGRAMA



1.5.1.3.6. OFICINAS EN PERÚ

- **AREQUIPA**
 - Palacio Viejo N° 115 Of. 23- B Cercado – Arequipa.
 - Telf. / Fax (054) 215-818
 - RPM #516013
- **LIMA**
 - Amador Merino Reyna N° 460 Of. 501 – San Isidro.
 - Telf. / Fax (01) 442-2241
 - RMP #910019

- **TACNA**

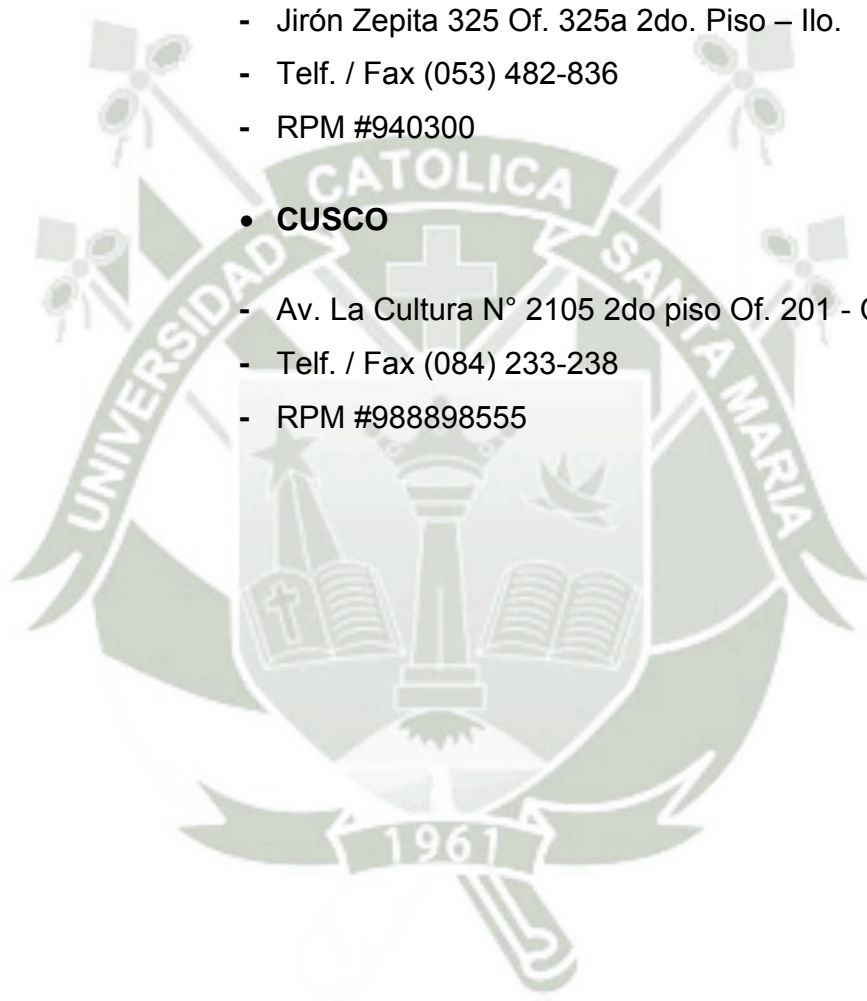
- Av. San Martín N° 921 2do. Piso – Tacna.
- Telf. / Fax (052) 428-282
- RPM #940126

- **ILO**

- Jirón Zepita 325 Of. 325a 2do. Piso – Ilo.
- Telf. / Fax (053) 482-836
- RPM #940300

- **CUSCO**

- Av. La Cultura N° 2105 2do piso Of. 201 - Cusco
- Telf. / Fax (084) 233-238
- RPM #988898555



1.5.1.4. LA POSITIVA SEGUROS Y REASEGUROS

Tenemos más de 70 años junto a ti y por eso podemos decir que te conocemos. Ponemos a tu disposición nuestra experiencia en el mercado asegurador peruano, donde más de 2 millones de asegurados, convierten a La Positiva Seguros Generales en una excelente alternativa a la hora de elegir una empresa seria y con el respaldo que requieres, que pueda satisfacer las necesidades de protección de tu familia y de tu empresa”.

1.5.1.4.1. MISIÓN

Es una empresa experta en gestión de riesgos enfocada en lograr una alta penetración de mercado a través de nuestros productos innovadores, utilizando múltiples canales de acceso, con excelencia y rapidez de respuesta en nuestro servicio.

1.5.1.4.2. VISIÓN

Ser la mejor opción del mercado asegurador

1.5.1.4.3. VALORES

- **Vida y Felicidad:** Promover la conservación y mejoramiento de la vida es nuestro valor supremo; junto con ello estimulamos las acciones que permitan a nuestros colaboradores tener un balance entre su vida laboral y personal.
- **Integridad y Profesionalismo:** Actuamos siempre con transparencia y congruencia entre el pensamiento y la acción. Reconocemos que somos parte de un equipo donde cada quien juega un rol pensando en los

objetivos comunes, para ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.

➤ **Respeto y Sensibilidad:** Valoramos a las personas considerando el respeto como base de la convivencia. Escuchamos a los demás y reconocemos sus derechos a través de un trato educado, correcto y justo.

➤ **Excelencia y Agilidad:** Fomentamos la iniciativa y rapidez en la toma de decisiones. Actuamos de forma oportuna y logramos una gestión con procesos dinámicos, flexibles y sobresalientes para maximizar la creación de valor.

➤ **Liderazgo y Sustentabilidad:** Construimos una compañía sostenible a través del Modelo de Liderazgo Extraordinario, desarrollamos líderes con capacidad de inspirar en otros energía, pasión y entusiasmo.

➤ **Innovación:** Incentivamos la mejora continua de nuestros procesos y la creación de nuevos productos generando valor para nuestra compañía.

1.5.1.4.4. HISTORIA

➤ En 1937 Se funda en Arequipa bajo el nombre de Sociedad La Positiva Asociación Mutua de Previsión.

➤ En la década de los 60: Se incorpora como accionista Insurance Company of North America, actualmente Ace International.

➤ En la década de los 70: La Positiva incursiona en el mercado de Lima e inicia su crecimiento sostenido.

➤ En la década de los 80 Ferreyros S.A.A., Representante de Caterpillar en el Perú, se incorpora como accionista.

- 1992: Se incorpora como accionista Corporación Cervesur.
- 1994: Ingresa como accionista el Grupo Suramericana, primer grupo empresarial colombiano. La Positiva funda, con el Grupo Cervesur y Citigroup, Profuturo AFP.
- 2001: La Positiva lanza el seguro con el más rápido crecimiento en la historia del mercado asegurador peruano, SOAT La Positiva.
- 2005: La Positiva se convierte en accionista de Mibanco (Banco de la microempresa). La Positiva crea a La Positiva Vida Seguros y Reaseguros.
- 2008: La Positiva y la Junta Nacional de Usuarios de Riego ganan concurso internacional para desarrollar microseguros para los agricultores y sus familias, siendo los pioneros en este campo en el Perú.
- 2009: La Positiva Seguros lanza el Seguro Indexado para Interrupción de Negocios debido al Fenómeno del Niño, convirtiéndose en el primer seguro contra el Fenómeno del Niño.
- Implementación de la plataforma de servicio al cliente “Solución en un sólo contacto” en la oficina de Lima y Arequipa.
- 2010: La Positiva Seguros es elegida entre las 18 empresas con mejor reputación en el sector de seguros a nivel internacional.

1.5.1.4.5. AGENCIAS

AREQUIPA:

- San Francisco 301 Arequipa
- Urb. Magisterial II, Mz. E, Lt. 12. Yanahuara, Arequipa

TRUJILLO

- Av. 28 de Julio 130-132 Trujillo

CHICLAYO

- Manuel María Izaga 780, 782, 784 Chiclayo
- Av. Andrés Avelino Cáceres 301, esq. Sesquicentenario,
- Urb. Santa Victoria, Chiclayo

PIURA

- Calle Lima 536-548. Tiendas 1 y 2 Piura

CUSCO

- Lote 04, Manzana G. Urbanización Magisterio, Segunda Etapa. Cusco

HUANCAYO

- Jr. Amazonas 686. Huancayo

ICA

- Av. Cutervo Mz. J-04, Lt. 014 Ica

ILO

- Esq. Calle Moquegua con Mariscal Nieto N° 802 Ilo

JULIACA

- Jr. San Román 114 Juliaca - Puno

PUCALLPA

- Jr. Atahualpa 780 – 790 Pucallpa

TACNA

- Calle Apurímac 201 – 209 Tacna

CHIMBOTE

- Francisco Bolognesi 469 Chimbote
- Francisco Bolognesi 364-368 piso 1 y 2 Chimbote

IQUITOS

- Jr. Yavarí 335 Tiendas 10 y 11 Iquitos

CAJAMARCA

- Jr. Junín 836 Cajamarca

HUANUCO

- Jr. Crespo Castillo 511 – 513 Huánuco⁹

⁹<http://www.lapositiva.com.pe/generales/jerarquia/78/servicios/jer.78>

1.5.1.5. CLIENTES

1.5.1.5.1. MERCADOS

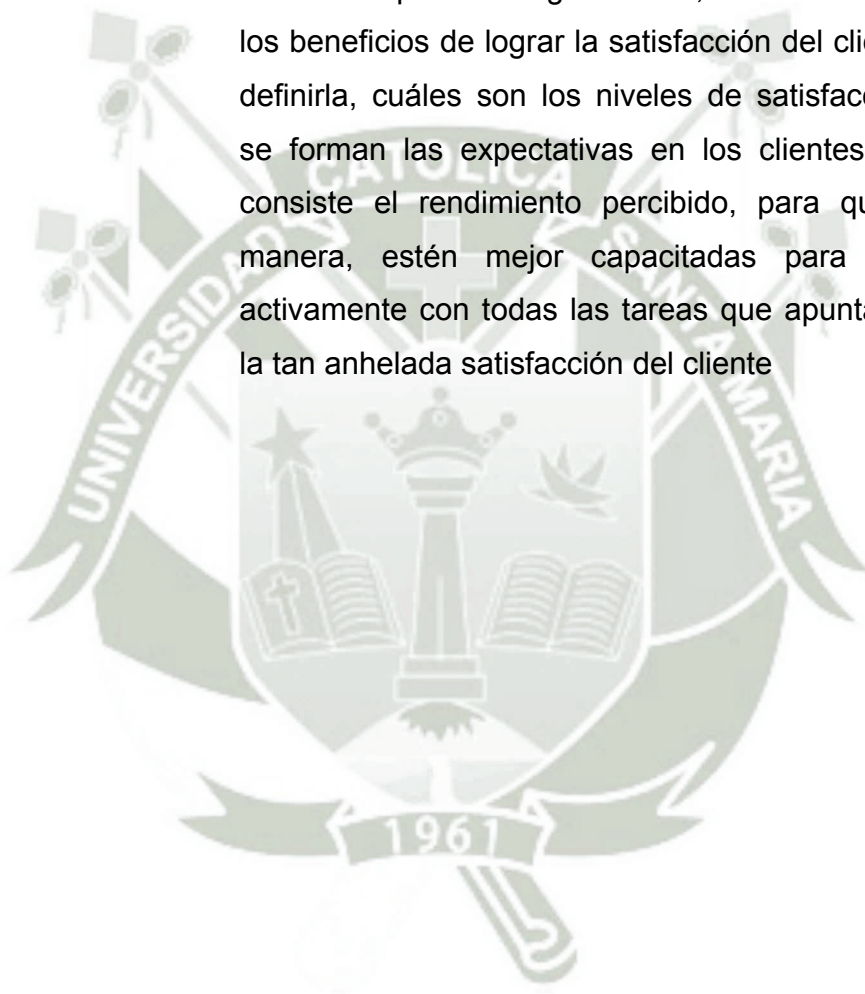
En los mercados se llevan a cabo relaciones de intercambio, poniendo en común necesidades, deseos y recursos de los agentes que participan en él: las empresas (oferta) y los clientes (demanda). En una economía de mercado (que busca el encuentro eficiente entre la demanda y la oferta) se desarrollan actividades tendentes a facilitar el comercio voluntario y competitivo de los productos. Se pretende la satisfacción de necesidades conjuntas más beneficiosas tanto para los clientes, proveedores y distribuidores, como para las organizaciones, afrontando los negocios mediante la creación, desarrollo y comercialización con distintos grupos e individuos, de tal manera que las partes implicadas obtengan la satisfacción de sus deseos y necesidades. En el intercambio, el consumidor (además de tener en cuenta los productos o servicios que recibe) considera la utilidad que le han proporcionado. Es importante comprender los valores objeto de intercambio, así como la utilidad y la satisfacción que pueden proporcionar a las partes que se encuentren implicadas.

1.5.1.5.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del

departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc...) de las empresas exitosas.

Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente



1.5.1.6. MÉTODOS PARA EVALUACIÓN DEL CLIENTE

Para medir la satisfacción del cliente hay posibilidades de hacer encuestas, reuniones en foco con los clientes, dependiendo de la cantidad de compradores que tenga al empresa, si son empresariales, una visita al vendedor, una llamada de seguimiento, una encuesta estructurada dependiendo de los recursos que tenga cada organización. Estos tipos de medición permiten saber después de pasado un tiempo si la promesa se cumplió o no. Día a día para saber si una promesa se cumplió se pueden realizar canales o sistema de quejas y reclamos, aquí el cliente puede retroalimentar diariamente sobre lo que está pasando, y este sistema permite a la empresa hacer cambios inmediatos para mejorar la estadística de servicio al cliente. Sin embargo a continuación les detallo algunas herramientas que se usan comúnmente:¹⁰

1.5.1.6.1. BUZÓN DE SUGERENCIAS

Sencillo y económico, consiste en ubicar un buzón de correo en un lugar de la empresa con un letrero que lo identifique y formularios en papel donde los clientes puedan anotar comentarios, sugerencias y quejas, una desventaja es la baja tasa de participación que alcanza, el cliente tiene que estar muy satisfecho o muy insatisfecho para que acuda al buzón a dejar su anotación.

¹⁰ Como Brindar un Servicio Integral al Cliente, Autor: Wellington, Patricia

Panel: consiste en realizar entrevistas en intervalos de tiempo a los clientes que conforman el panel, aquí se les hacen una serie de preguntas que ayudan a descifrar el grado de expectativas que tuvieron antes de comprar el producto y el cómo apreciaron su rendimiento luego de la compra. Es una herramienta a la que se le puede hacer un seguimiento en sus preguntas, la desventaja es su alto costo por el personal que desarrolla el método.

1.5.1.6.2. **ENCUESTA:**

Obtener información entrevistando a un determinado volumen de clientes haciendo preguntas concretas acerca de sus expectativas previas del producto y el rendimiento que obtuvieron luego de la compra. La diferencia entre la encuesta y el panel es que la muestra de clientes no es fija ni tiene intervalo de tiempo definido, la ventaja es que se obtiene un panorama más amplio de lo que los clientes sienten y piensan, la desventaja es el tiempo que se requiere para tabular datos de las encuestas.

1.5.1.7. TERMINOLOGIA

- 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.

- Amparo

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

- Anexos de la Póliza

Conformados por el certificado de seguros y los documentos que contienen declaraciones efectuadas por el contratante o asegurado con ocasión de la contratación del seguro, tales como la solicitud de seguro, la declaración de salud, la declaración de beneficiarios. Detalle de bienes asegurados.

- Anulación

Es la rescisión de los efectos de una póliza, bien sea por producirse las circunstancias que se previeron contractualmente como determinantes de ello, por acuerdo mutuo de asegurador y asegurado o por decisión unilateral de cualquiera de las partes.

- Beneficiario

Persona designada en la póliza por el asegurado o contratante como titular de los derechos indemnizatorios que en dicho

documento se establecen. Puede ser en determinado momento el mismo contratante de la póliza, como es el caso de los seguros de daños

- Certificado de Seguro

Documento en el cual la aseguradora describe el plan de seguros que cubre a un Riesgo específico de una póliza colectiva. Se asimila a un contrato, con la particularidad de estar vinculado a un contrato o póliza matriz.

- Cláusula

Cada una de las condiciones, disposiciones o estipulaciones de un contrato de seguros, mediante las cuales se amplían o limitan las condiciones originales de la póliza.

- Coaseguro

Se da este nombre a la concurrencia acordada de dos o más entidades aseguradoras en la cobertura de un mismo riesgo. En el seguro de gastos médicos se conoce también como la participación que tiene el asegurado en el monto de los gastos que realice por concepto de un accidente o una enfermedad y generalmente se fija en porcentaje de los gastos.(coopago)Este principio es fundamental para la disminución de la siniestralidad de las aseguradoras.

- Cobertura

Es sinónimo de Garantía. Compromiso aceptado por el asegurador para hacerse cargo de las consecuencias económicas derivadas de un suceso desfavorable. Es el amparo de un daño o pérdida.

- Comisiones

Son los pagos que las compañías hacen por la consecución de los negocios de seguros. Varían según el ramo de seguros y el intermediario (corredor o agente).

- Compañía Coaseguradora

Compañías aseguradoras que participan en coaseguro.

- Condiciones especiales

Documento en el que se recogen las modificaciones, ampliaciones o derogaciones de las Condiciones Generales, resultantes de los acuerdos particulares que se hayan convenido entre las partes. Prevalcen a las Condiciones generales.

- Condiciones generales

Es el conjunto de principios básicos que establece el asegurador para regular todos los contratos de seguro que emita en el mismo ramo o modalidad de garantía.

- Condiciones Particulares

Supone la individualización de cada riesgo asegurado, mediante la inclusión en el contrato o póliza, de datos y circunstancias particulares del mismo y de las condiciones de contratación. Prevalcen a las condiciones generales.

- Continuidad

Aceptación en un contrato de asegurados que vienen de otra póliza (de la misma o de otra compañía), sin exigir nuevos

requisitos de asegurabilidad. Es común en pólizas colectivas de salud y vida.

- Contratante

Persona que suscribe con una entidad aseguradora una póliza o contrato de seguro. Generalmente su personalidad coincide con la del asegurado o la del tomador (del seguro).

- Contrato de Seguro

Es el documento o póliza suscrito con una entidad de seguros en el que se establecen las normas que han de regular la relación contractual de aseguramiento entre ambas partes (asegurador y asegurado), especificándose sus derechos y obligaciones respectivos.

- Cotización

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

- Daño

Todo perjuicio material, patrimonial o lesión personal, sufrido en un siniestro. Normalmente no comprende desaparición, extravío o hurto.

- Deducible

Cantidad o porcentaje establecido en una póliza cuyo importe se deduce al momento de indemnizar una pérdida.

- Descuento

Reducción en la prima o algún otro incentivo financiero que no figura en la póliza, como aliciente para la compra de la misma. Los descuentos no sólo incluyen dinero en efectivo (en porcentaje de la prima o un valor absoluto) sino también servicios personales y artículos de valor.

- Emisión

Es el acto de formalizar una póliza o contrato de seguro, que constituye la operación básica y fundamental en torno a la cual gira y se desarrolla la actividad aseguradora.

- 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, que pueden generar o no el pago de una prima adicional.

- Exclusión

Declaración expresa de la entidad aseguradora en la que indica los hechos o circunstancias que la exoneran de responsabilidad en caso de pérdida. Por medio de la exclusión, la aseguradora limita la cobertura de la póliza, se puede dar en términos de tiempo, de lugar, de edad, de monto o de evento.

- Indemnización

Importe que está obligado a pagar el asegurador en caso de producirse un siniestro.

- Modificación

Es cualquier tipo de cambio que se realiza en las condiciones originales de la póliza y que pueden llegar o no a afectar el valor de la prima de la póliza. (Véase Endoso)

- Nota técnica

Nombre que se da a los cálculos actuariales y/o estadísticos que dan lugar a la determinación de la prima para cada ramo, producto o plan.

- Notificación de 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.

- Objeto asegurado

Se entiende por objeto asegurado aquel elemento expuesto al riesgo cubierto por el seguro.

- Período de carencia

Tiempo comprendido entre la fecha de efecto de la póliza y el momento en que entran en vigor ciertas coberturas. Es muy habitual en seguros de salud.

- Período de vigencia

Espacio de tiempo durante el cual está en vigor el contrato de seguro.

- Póliza

Documento que instrumenta el contrato de seguro, en el que se reflejan las normas que de forma general, particular o especial regulan las relaciones contractuales convenidas entre el asegurador y el asegurado.

- Póliza Matriz

Es el documento que instrumenta el contrato de seguro con cuentas especiales, en el que se reflejan las condiciones generales y especiales convenidas entre el asegurado y el asegurador, y es aplicable a un conjunto de vehículos.

- Prima

Aportación económica que debe satisfacer el asegurado o contratante a la entidad aseguradora como contraprestación por la cobertura del riesgo que éste le ofrece. 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.

- Principio de Buena Fe

Llamado la “ubérrima fide” o la máxima buena fe que debe sustentar la validez del contrato de seguro, cuando las partes se rigen por actos de absoluta veracidad, a fin de evitar todo intento de dolo o mala intención.

- Producción

Es el volumen de pólizas o primas conseguidas por el personal dedicado a la función comercial.

- Producto

Definición genérica de la forma en que los clientes pueden adquirir las pólizas, títulos y demás ofertas de las empresas aseguradoras.

- Ramo

Modalidad o modalidades relativas a riesgos homogéneos asumidos por el asegurador, tales como ramo de Vida, de Automóviles, de Incendio, etc.

- Reembolso

Es el dinero que se le devuelve al cliente cuando ha presentado algún siniestro y ha asumido el pago de este.

- Renovación del seguro

Acto por el que, por acuerdo expreso o tácito entre las partes que han suscrito la póliza, las garantías de ésta, se extienden a un nuevo período de cobertura, generalmente de un año.

- Siniestro

Es el acontecimiento que por originar unos daños concretos previstos en la póliza, motiva la aparición del principio indemnizatorio, obligando a la entidad aseguradora a satisfacer, total o parcialmente, al asegurado o a sus beneficiarios, el capital garantizado en el contrato. 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.

- Slip

Término inglés, sinónimo de nota o boletín, con el que se designa al documento en que se anotan determinados datos descriptivos de un riesgo y en el que cada asegurador o reasegurador hace constar la parte de riesgo que acepte.

- Vigencia

Duración o plazo del Seguro. Generalmente los seguros son contratados por un año, con indicación del día y hora de inicio y término, aunque algunos seguros pueden ser contratados por períodos mayores o menores.



1.5 HIPÓTESIS

Dado que, la satisfacción del cliente hace la diferencia de las empresas de seguros, es probable que efectuando el análisis de los clientes que tienen una póliza de vehículos o accidentes personales se pueda determinar el nivel de satisfacción de los servicios prestados por el bróker Consejeros y Corredores de Seguros S. a través de La Positiva seguros y reaseguros en la ciudad de Arequipa 2012.





CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

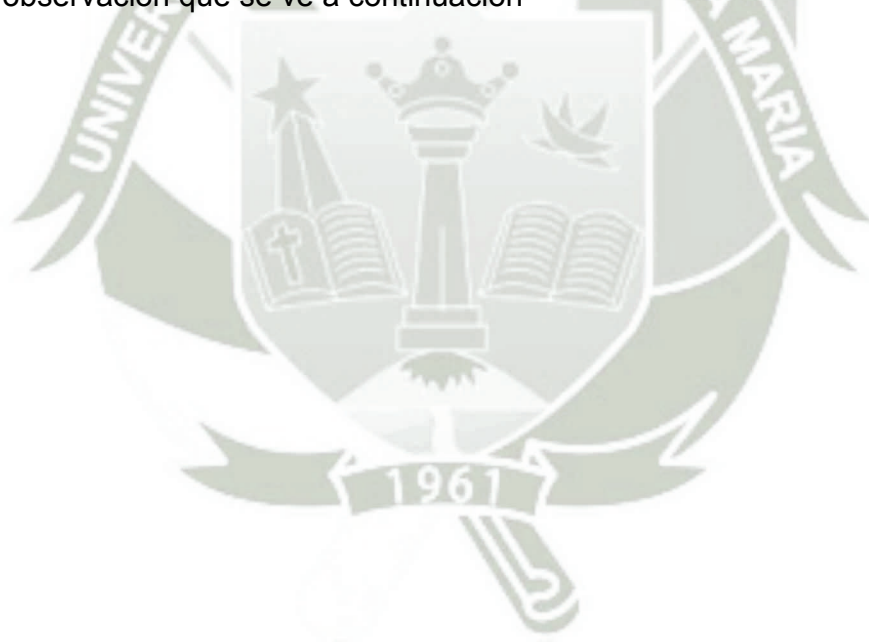
2. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Técnicas	Instrumentos
Observación	Ficha de observación
Encuesta	Cuestionario

2.2 ESTRUCTURAS DE LOS INSTRUMENTOS

En este caso se realizó la estructura de una encuesta y de una ficha de observación que se ve a continuación



ENCUESTAS

2.2.1 ENCUESTA A CLIENTES

ENCUESTA CLIENTES			
Nº	ENCUESTADOR	FECHA	
NOMBRE/EMPRESA			
TIEMPO DE CONSTITUCION DE EMPRESA		EDAD	
1. ¿DESDE HACE CUANTO TRABAJA CON LA BRÓKER?			
<input type="checkbox"/> MENOS DE 1 AÑO <input type="checkbox"/> 1 AÑO <input type="checkbox"/> 2 AÑOS <input type="checkbox"/> 3 AÑOS <input type="checkbox"/> MÁS DE 3 AÑOS			
2. ¿QUE SEGUROS TIENE CON EL BRÓKER CONSEJEROS?			
<input type="checkbox"/> SOAT <input type="checkbox"/> VEHICULOS <input type="checkbox"/> ASISTENCIA MEDICA <input type="checkbox"/> ACCIDENTES PERSONALES <input type="checkbox"/> GENERALES <input type="checkbox"/> OTROS			
3. ¿Ha TRABAJADO CON OTRO BRÓKER?			
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
4. ¿TRABAJA ADICIONALMENTE CON OTRAS BRÓKER A PARTE DE CONSEJEROS - POSITIVA?			
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
SI ES SI			
ASEGURADORA			
RAMO			
XQ TRABAJA CON ELLOS			
5. ¿Cómo CONSIDERAS AL BRÓKER?			
<input type="checkbox"/> MUY BUENA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> MALA <input type="checkbox"/> MUY MALA			
6. ¿SI RESPONDISTE REGULAR? XQ			
<input type="checkbox"/> SE DEMORAN MUCHOS EN LOS TRAMITES SOLICITADOS <input type="checkbox"/> TASAS MUY ALTAS <input type="checkbox"/> MALA ATENCION <input type="checkbox"/> NO CUMPLE CON LO NEGOCIADO <input type="checkbox"/> OTROS			
7. ¿SI RESPONDISTE MAL? XQ			
<input type="checkbox"/> SE DEMORAN MUCHOS EN LOS TRAMITES SOLICITADOS <input type="checkbox"/> TASAS MUY ALTAS <input type="checkbox"/> MALA ATENCION <input type="checkbox"/> NO CUMPLE CON LO NEGOCIADO <input type="checkbox"/> OTROS			
8. ¿SI RESPONDISTE MUY MAL? XQ			
<input type="checkbox"/> SE DEMORAN MUCHOS EN LOS TRAMITES SOLICITADOS <input type="checkbox"/> TASAS MUY ALTAS <input type="checkbox"/> MALA ATENCION <input type="checkbox"/> NO CUMPLE CON LO NEGOCIADO <input type="checkbox"/> OTROS			
9. ¿Qué VALORA MAS DE UN BRÓKER? ENUMERAR SEGÚN IMPORTANCIA			
<input type="checkbox"/> SU SERIEDAD <input type="checkbox"/> SU RAPIDEZ <input type="checkbox"/> SU BUENA ATENCION <input type="checkbox"/> SUS PROMOCIONES <input type="checkbox"/> OTROS			
10. ¿ALGUNA VEZ HA TENIDO UNA QUEJA CON EL BRÓKER DE QUE FUE?			
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
11. SI ES SI ¿Cuál FUE EL MOTIVO DE SU QUEJA?			
<input type="checkbox"/> MALA ATENCION <input type="checkbox"/> SE DEMORAN MUCHOS EN LOS TRAMITES SOLICITADOS <input type="checkbox"/> NO CUMPLIERON LO NEGOCIADO <input type="checkbox"/> TASAS MUY ALTAS <input type="checkbox"/> OTROS			
12. ¿SI TUVERA QUE PENSAR EN ALGUNA MEJORA PARA SU BIENESTAR CUAL SERIA?			
<input type="checkbox"/> ENVIO DE DOCUMENTOS A SU CASA <input type="checkbox"/> SALA DE ESPERA CON TELEVISION <input type="checkbox"/> MEJORES TASAS <input type="checkbox"/> UNA SEÑORITA EXCLUSIVAMENTE PARA ATENCION AL PUBLICO <input type="checkbox"/> PROMOCIONES <input type="checkbox"/> REGALOS			
13. ¿SI USTED FUERA EL CLIENTE DEL MES COMO LE GUSTARIA QUE LE PREMIO?			
<input type="checkbox"/> BAJAR TASAS <input type="checkbox"/> REGALOS <input type="checkbox"/> PROMOCIONES <input type="checkbox"/> VIAJE <input type="checkbox"/> OTROS			

2.2.1. ENCUESTA A FUNCIONARIOS DE CONSEJEROS

ENCUESTA				
TRABAJADORES DE CONSEJEROS				
Nº		ENCUESTADOR		FECHA
NOMBRE				
CARGO				
1. ¿DESDE HACE CUANTO TRABAJAS EN LA EMPRESA?				
<input type="checkbox"/> MENOS DE 1 AÑO <input type="checkbox"/> 1 AÑO <input type="checkbox"/> 2 AÑOS <input type="checkbox"/> 3 AÑOS <input type="checkbox"/> MÁS DE 3 AÑOS				
2. ¿Cómo CONSIDERAS A CONSEJEROS?				
<input type="checkbox"/> MUY BUENA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> MALA				
3. ¿CALIFICA LA ATENCION DE LA POSITIVA SEGUROS QUE BRINDA A LA EMPRESA?				
<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4				
4. ¿ALGUNA VEZ HAS TENIDO UNA QUEJA DE LA POSITIVA Y SEGUROS?				
<input type="checkbox"/> SE DEMORAN MUCHO EN LOS TRAMITES SOLICITADOS <input type="checkbox"/> TASAS MUY ALTAS <input type="checkbox"/> MALA ATENCION <input type="checkbox"/> NO CUMPLE CON LO NEGOCIADO <input type="checkbox"/> OTROS				
5. ¿Cómo LO SOLUCIONASTE?				
6. ¿Qué TE FALTARIA QUE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS Y REA SEGUROS PARA PODER HACI				
<input type="checkbox"/> QUE TE DEN LOS TRAMITES A TIEMPO <input type="checkbox"/> BUENA INFREESTRUCTURA <input type="checkbox"/> UN MEJOR CLIMA LABORAL <input type="checkbox"/> OTROS				
7. ¿Qué VALORARIA MÁS QUE TE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS? ENUMERA SEGÚN IMPC				
<input type="checkbox"/> SU SERIEDAD <input type="checkbox"/> SU RAPIDEZ <input type="checkbox"/> SU BUENA ATENCION <input type="checkbox"/> SUS PROMOCIONES <input type="checkbox"/> OTROS				
8. ¿CON QUE SEGUROS CREES QUE TIENES PROBLEMAS AL SER EMITIDO SA TRAVES DE LA POSITIVA SEGUROS? PUEDES MARCAR MÁS DE 1				
<input type="checkbox"/> SOAT <input type="checkbox"/> VEHICULOS <input type="checkbox"/> ASISTENCIA MED () ACCIDENTES PE () GENERALES <input type="checkbox"/> OTROS				
9. ¿PORQUE?				
10. ¿CALIFICA A LAS A SEGUROS CON QUE TRABAJAS ? DEL 1 AL 4 SEGÚN SU IMPORTANCIA DONDE 1 ES MUY BUENO Y 4 EL PEOR				
<input type="checkbox"/> POSITIVA <input type="checkbox"/> RMAC				
11. Coloca a lado la asegurado que mejor emite los siguientes ramos de seguros o con la que menos problemas has tenido				
<input type="checkbox"/> SOAT		¿por que?		
<input type="checkbox"/> VEHICULOS		¿por que?		
<input type="checkbox"/> ASISTENCIA MEDICA		¿por que?		
<input type="checkbox"/> ACCIDENTES PERSONALES		¿por que?		
<input type="checkbox"/> GENERALES		¿por que?		
<input type="checkbox"/> OTROS		¿por que?		

2.2.2. FICHAS DE OBSERVACIÓN

PETICIÓN DE SEGURO	
1.- SALUDO	
2.- DURANTE	
3.- DESPEDIDA	

ENTREGAR PÓLIZA	
1.- SALUDO	
2.- DURANTE	
3.- DESPEDIDA	

ATENCIÓN DE QUEJA

1.- SALUDO

2.- DURANTE

3.- DESPEDIDA

2.3 CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.3.1.- ÁMBITO

CLIENTES DEL CONSEJEROS Y CORREDORES DE SEGUROS S.A. QUE TIENEN SUS POLIZAS EMITIDAS A TRAVEZ LA POSITIVA SEGUROS Y REASEGUROS EN LA CIUDAD DE AREQUIPA EN EL AÑO 2012

2.3.2. TEMPORALIDAD

ENERO 2012 A DICIEMBRE 2012



2.4 UNIDADES DE ESTUDIO: UNIVERSO-, MUESTRA

N° DE CLIENTES

EMPRESAS	82				
Formula:					
		$\frac{z^2 * pq * N}{E^2 * (N1) + Z^2 * p * q}$			
Donde:					
Z= Valor de distribución normal estandarizada (para un grado de confianza de 95%)				1,96	
p=Proporción de la población a estudiar				0,3	
q= 1-p				0,5	
N=Universo=				82	
E=Máximo error permisible				0,05	
		$N = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 82}{(0.05)^2 * (82) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$			
		$N = \frac{28,35101}{0,78124}$			
		$N = 36$			

NATURALES	151				
Formula:					
$\frac{z^2 * pq * N}{E^2 * (N1) + Z^2 * p * q}$					
Donde:					
Z= Valor de distribución normal estandarizada (para un grado de confianza de 95%)					1,96
p=Proporción de la población a estudiar					0,3
q= 1-p					0,5
N=Universo=					151
E=Máximo error permisible					0,05
$N = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 82}{(0.05)^2 * (82) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$					
$N = \frac{52,20734}{0,95374}$					
$N = 55$					

2.5 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.5.1 CUESTIONARIO:

Fuente de información primaria, con ella se pretende obtener información relevante acerca de la aceptación de proyectos de valores y integración:

- Flexibilidad y versatilidad
- Se puede realizar demostraciones
- Observar lo que hacen los entrevistados
- Rapidez del estudio

2.5.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN:

La observación supone el registro del comportamiento del individuo, objeto, acontecimiento, evento, Por lo general va de la mano con otras técnicas de recojo de datos.

La ventaja es que la unidad muestral no se percata del registro por lo que actúa de manera natural.

2.6 RECURSOS NECESARIOS

2.6.1 MATERIALES

Se necesitara encuestas, fichas de observación según el número de personas que encuestaremos ya anteriormente especificado el sistema adecuado para la sistematización de datos

2.6.2 FINANCIEROS

Se necesitara fondos financieros para poder cubrir con los gastos de copias, pasajes .



CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

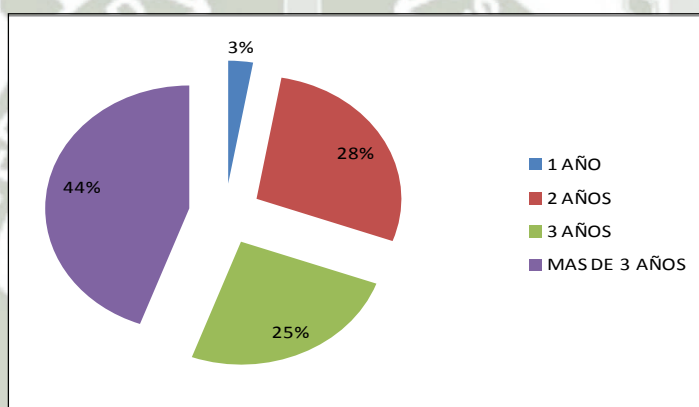
3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 ENCUESTA A CLIENTES

1) ¿DESDE HACE CUÁNTOS AÑOS TRABAJA CON EL BRÓKER?¹¹

	EMPRESA	PERSONAL N	Total genera
1 AÑO	1		1
2 AÑOS	10	15	25
3 AÑOS	9	12	21
MAS DE 3 AÑ	16	28	44
Total genera	36	55	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

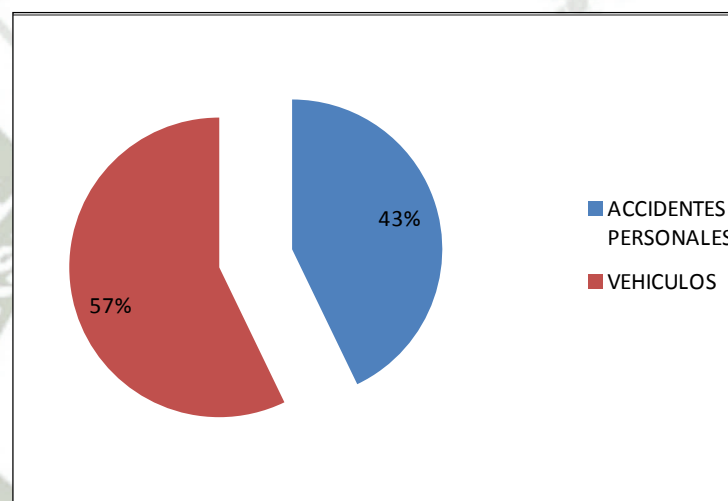
En este cuadro se puede apreciar que más del 44% tienen más de 3 años con el BRÓKER lo que podemos deducir que existe una fidelización de los clientes nuevos, que son muy pocos figurando como el 3%

¹¹ Primer a pregunta de la encuesta "hacia clientes" elaborado el día 18/04/2013

2) ¿ QUÉ SEGUROS TIENE CON EL BRÓKER CONSEJEROS? ¹²

	¿QUÉ SEGUROS TIENE CON EL BRÓKER CONSEJEROS?
ACCIDENTES PERSONALES	39
VEHICULOS	52
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

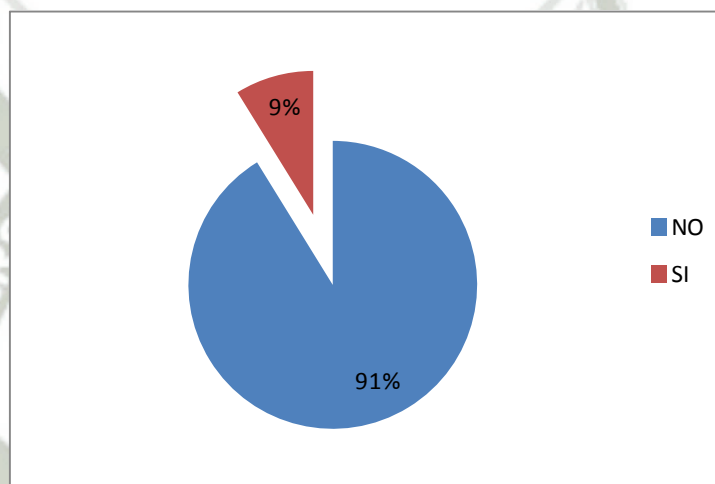
En el cuadro se puede observar que el número de emisión de vehículos es mayor a la de accidentes personales obteniendo el 57% del total de los encuestados

¹²Segunda pregunta de la encuesta “hacia clientes “elaborado el día 18/04/2013

3) ¿TRABAJA CON OTRO BRÓKER?¹³

	¿TRABAJA CON OTRO BRÓKER?
NO	83
SI	8
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

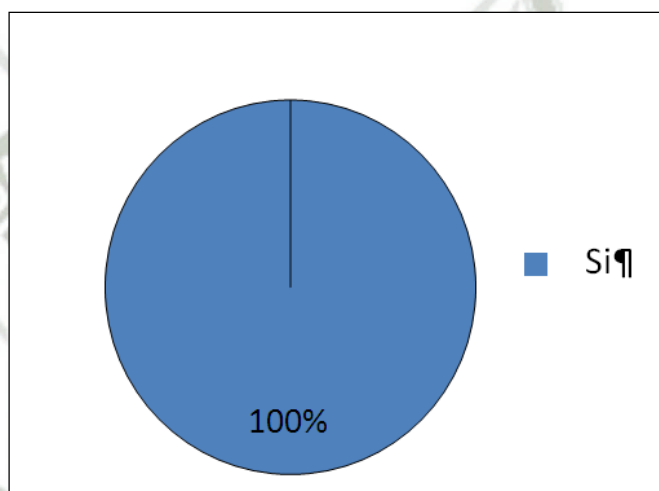
En el cuadro se puede observar que el 91% de los asegurados trabajan solo con el bróker de consejeros, mostrando una gran fidelización al bróker ya que solo 9% trabaja con otros bróker, para otras pólizas

¹³ Tercera pregunta de la encuesta "hacia clientes" elaborado el día 18/04/2013

4) ¿TRABAJA ADICIONALMENTE CON OTRAS BRÓKER APARTE DE CONSEJEROS - POSITIVA?¹⁴

	CON OTRAS BRÓKER APARTE DE CONSEJEROS - POSITIVA?
NO	91
SI	0
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

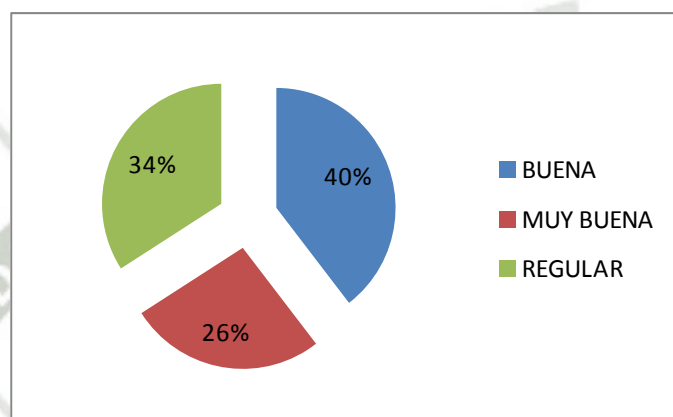
En el cuadro se puede observar que el 100% de los asegurados trabajan solo con el bróker de consejeros, con pólizas de vehículos y de accidentes personales a través de La Positiva. dando entender que el BRÓKER en mención prefiere trabajar con La Positiva para las pólizas de los ramos mencionados.

¹⁴ Cuarta pregunta de la encuesta "hacia clientes "elaborado el día 18/04/2013

5) ¿CÓMO CONSIDERAS AL BRÓKER?¹⁵

	¿COMO CONSIDERAS AL BRÓKER?
BUENA	36
MUY BUENA	24
REGULAR	31
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

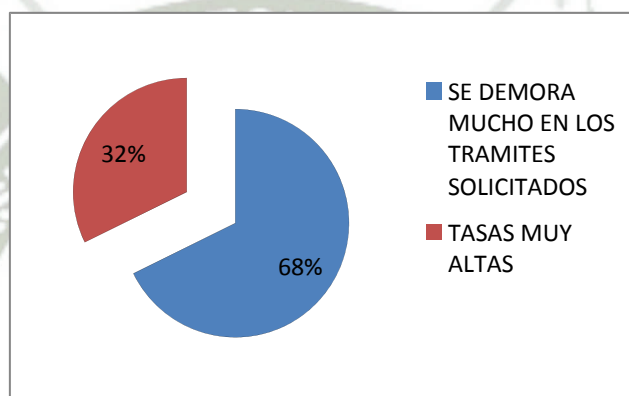
En el cuadro podemos observar que el mayor porcentaje de asegurados indicaron que consideran bróker como muy bueno, en todos los aspectos, pero también hay un porcentaje que calificó al bróker como regular, es decir el 26%; lo cual indica que debe haber desacuerdos.

¹⁵ Quinta pregunta de la encuesta "hacia clientes" elaborado el día 18/04/2013

6) ¿SI RESPONDISTE REGULAR? ¿POR QUÉ?¹⁶

	¿SI RESPONDISTE REGULAR POR QUÉ?
SE DEMORA MUCHO EN LOS TRAMITES SOLICITADOS	21
TASAS MUY ALTAS	10
Total general	31

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Los asegurados que respondieron regular, dieron a conocer que califican de esa forma al bróker, puesto que consideran el 68%, que demora mucho en sus trámites y el 32% consideran que las tasas son muy altas

¹⁶ Sexta pregunta de la encuesta “hacia clientes” elaborado el día 18/04/2013

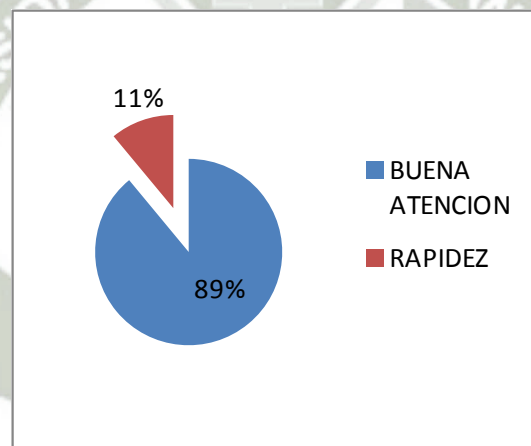
7) ¿QUÉ VALORA MAS DE UN BRÓKER? ENUMERAR SEGÚN IMPORTANCIA¹⁷

ESCALA DE IMPORTANCIA.- Fue del 1 al 4 siendo 1 de mayor importancia al 4 de menor importancia

7.1 RESPONDIERON COMO 1 .-

	1
BUENA ATENCION	81
RAPIDEZ	10
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

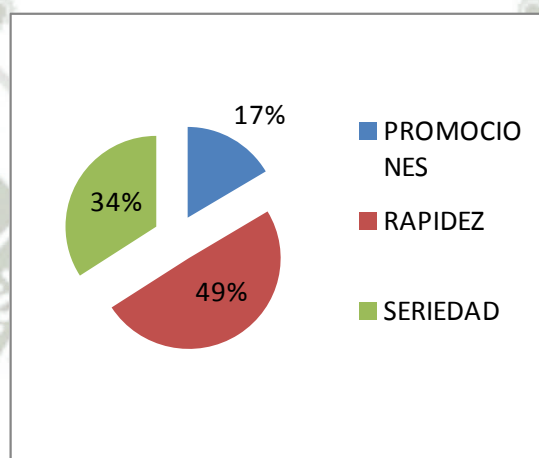
El 89% de los asegurados indicaron que lo más importante para ellos es la buena atención que puedan brindarles también un 11% indicaron que la rapidez era lo principal

¹⁷ Séptima pregunta de la encuesta “hacia clientes “elaborado el día 18/04/2013

7.2 RESPONDIERON COMO 2.-¹⁸

	2
PROMOCIONES	15
RAPIDEZ	45
SERIEDAD	31
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

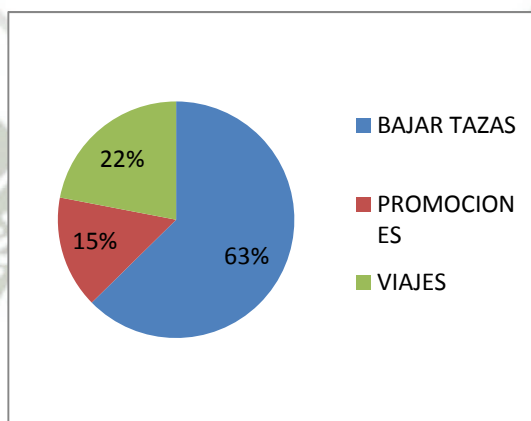
El 49% de los asegurados indicaron que lo segundo más importante para ellos es la rapidez y el 34% fue la seriedad de sus acuerdos y también figura un porcentaje menor a los mencionados a promociones con un 17%

¹⁸ Séptima pregunta de la encuesta "hacia clientes" elaborado el día 18/04/2013

7.3 RESPONDIERON COMO 3 .-¹⁹

	3
BUENA ATENCION	10
RAPIDEZ	21
SERIEDAD	60
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

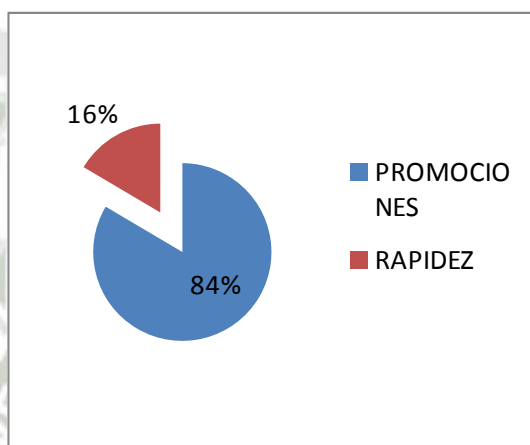
El 66% de los asegurados indicaron que lo tercero más importante para ellos, es la seriedad de los acuerdos que hacen y el 23% fue la seriedad de sus acuerdos y también figura un porcentaje menor a los mencionados a promociones con un 11%

¹⁹ Séptima pregunta de la encuesta "hacia clientes "elaborado el día 18/04/2013

7.4 RESPONDIERON COMO 4 .-²⁰

	4
PROMOCIONES	76
RAPIDEZ	15
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

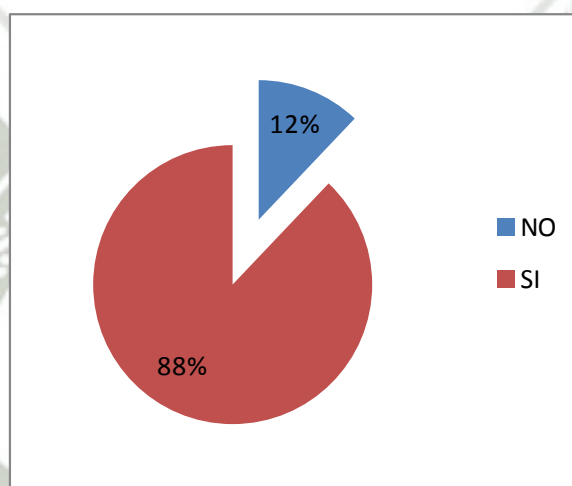
El 84% de los asegurados indicaron que lo cuarto más importante para ellos son las promociones de los acuerdos que hacen y el 16% fue la rapidez

²⁰ Séptima pregunta de la encuesta "hacia clientes" elaborado el día 18/04/2013

8) ¿ALGUNA VEZ HA TENIDO UNA QUEJA CON EL BRÓKER, DE QUÉ FUE? ²¹

	TENIDO UNA QUEJA CON EL BRÓKER, DE QUÉ FUE?
NO	11
SI	80
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

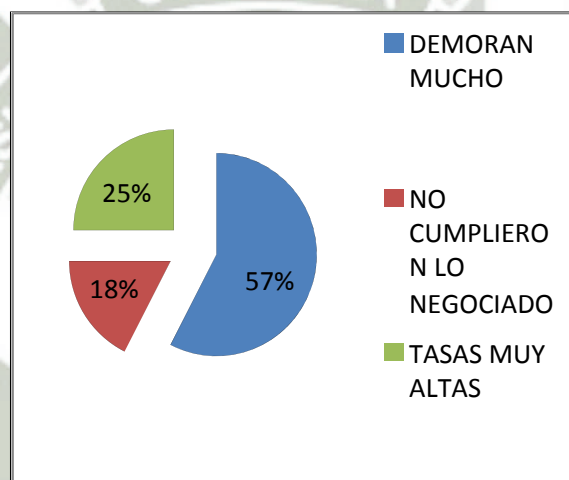
La mayoría ha tenido una queja de la atención con el BRÓKER, siendo el 88% , un porcentaje bastante algo

²¹ Octava pregunta de la encuesta "hacia clientes "elaborado el día 18/04/2013

9) ¿ALGUNA VEZ HA TENIDO UNA QUEJA EN LA
COMPAÑÍA, DE QUÉ FUE? ²²

¿ALGUNA VEZ HA TENIDO UNA QUEJA EN LA COMPAÑÍA, DE QUÉ FUE?	
DEMORAN MUCHO	46
NO CUMPLIERON LO NEGOCIADO	14
TASAS MUY ALTAS	20
Total general	80

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

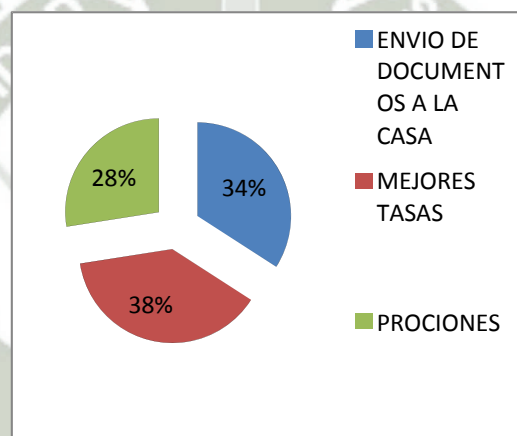
Los asegurados tuvieron problemas con el BRÓKER por que demoran mucho, contestó el 57% y 25% respondió, fue por sus Tasas muy altas y en menor cantidad y un 18% contestó que no cumplieron con lo negociado

²² Novena pregunta de la encuesta “hacia clientes “elaborado el día 18/04/2013

10)¿SI TUVERA QUE PENSAR EN ALGUNA MEJORA PARA SU BIENESTAR, CUÁL SERÍA?²³

ENVIO DE	¿SI TUVERA QUE PENSAR EN ALGUNA MEJORA PARA SU BIENESTAR, CUÁL SERÍA?
DOCUMENTOS A LA CASA	31
MEJORES TASAS	35
PROCIONES	25
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

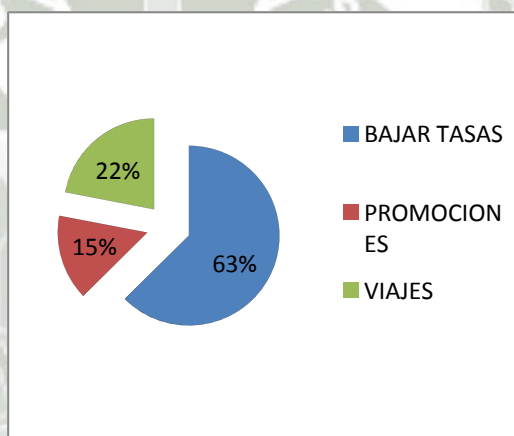
Los asegurados manifestaron que en mejoras, debe haber mejores Tasas y promociones con un 38% y 28% respectivamente, pero también se observó que un 34% le interesa el envío de documentos a su casa lo cual podría ser un servicio adicional que podrían proporcionar al cliente.

²³ Decima pregunta de la encuesta “hacia clientes “elaborado el dia 18/04/2013

11) ¿SI USTED FUERA EL CLIENTE DEL MES, CÓMO LE GUSTARÍA QUE LO PREMIEN?²⁴

	¿SI USTED FUERA EL CLIENTE DEL MES, CÓMO LE GUSTARIA QUE LE PREMIO?
BAJAR TASAS	57
PROMOCIONES	14
VIAJES	20
Total general	91

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Los asegurados indicaron que si fueran el cliente del mes, les gustaría tener Tasas más bajas en 63% y en 22% viajes, a si como un 15% en promociones

²⁴ Onceava pregunta de la encuesta “hacia clientes” elaborado el día 18/04/2013

3.2 ENCUESTA A FUNCIONARIOS DE CONSEJEROS Y CORREDORES

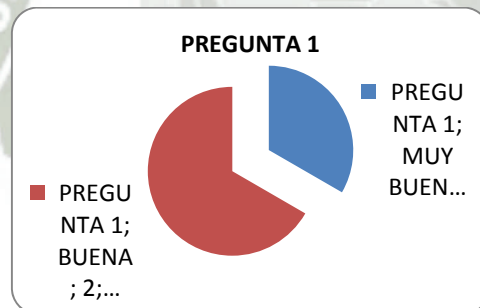
La encuesta se realizó a tres funcionarios de consejeros y seguros siendo los que coordinan más con positiva seguros y reaseguros:

- JAIME VIRRUETA FUENTES
- YUDY GAMERO
- ROCIO GOMEZ LLERENA

1) ¿CALIFICA LA ATENCION DE LA POSITIVA SEGUROS QUE BRINDA A LA EMPRESA?²⁵

	PREGUNTA 1
JAIME VIRRUETA FUENTES	MUY BUENA
YUDY GAMERO HUAJARDO	BUENA
ROCIO GOMEZ LLERENA	BUENA

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

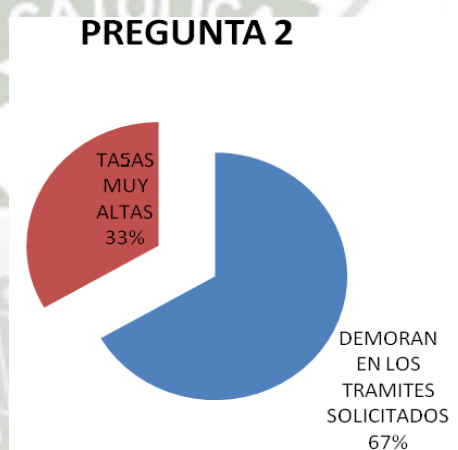
Los funcionarios consideran que la aseguradora positiva da una buena la atención que se le da la positiva

²⁵ Primera pregunta de la encuesta "funcionarios de consejeros y corredores" elaborado el día 20/08/2013

2) ¿ALGUNA VEZ HAS TENIDO UNA QUEJA DE LA POSITIVA Y SEGUROS?²⁶

	PREGUNTA 2
JAIME VIRRUETA FUENTES	DEMORAN EN LOS TRAMITES SOLICITADOS
YUDY GAMERO HUAJARDO	TASAS MUY ALTAS
ROCIO GOMEZ LLERENA	DEMORAN EN LOS TRAMITES SOLICITADOS

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

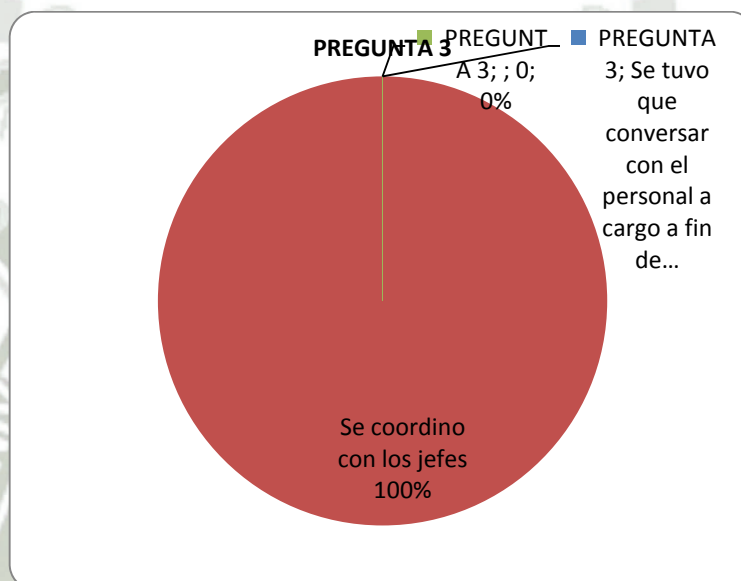
Los funcionarios consideran que los tramites solicitados por ellos para la emisión de seguros se demoran mucho en su atención

²⁶ pregunta de la encuesta “funcionarios de consejeros y corredores”elaborado el día 20/08/2013

3) ¿CÓMO LO SOLUCIONASTE? HABLANDO CON EL JEFE²⁷

JAIME VIRRUETA FUENTES	SE HABLO CON EL JEFE
YUDY GAMERO HUAJARDO	SE TUVO QUE CONVERSAR CON EL PERSONAL A CARGO A FIN DE RENEGOCIAR LO OFRECIDO.
ROCIO GOMEZ LLERENA	SE COORDINO CON LOS JEFES DEL AREA ENCARGADA

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

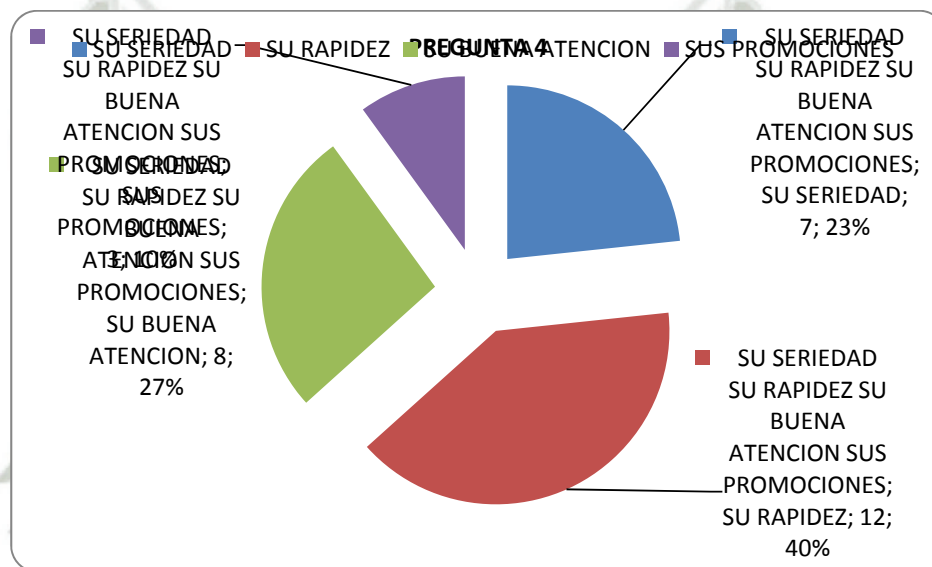
INTERPRETACIÓN

Los funcionarios consideran que hablar con los jefes de áreas se soluciona cualquier inconveniente que tuvieran con la emisión de pólizas con la aseguradora positiva seguros y reaseguros

²⁷ Primera pregunta de la encuesta “funcionarios de consejeros y corredores” elaborado el día 20/08/2013

4) ¿QUÉ TE FALTARÍA QUE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS Y REASEGUROS PARA PODER HACER UN TRABAJO ÓPTIMO?²⁸

	SU SERIEDAD	SU RAPIDEZ	SU BUENA ATENCION	SUS PROMOCIONES
JAIME VIRRUETA FUENTES	3	1	2	4
YUDY GAMERO HUAJARDO	3	1	2	4
ROCIO GOMEZ LLERENA	2	1	3	4



Fuente: elaboración propia

INTERPRETACIÓN

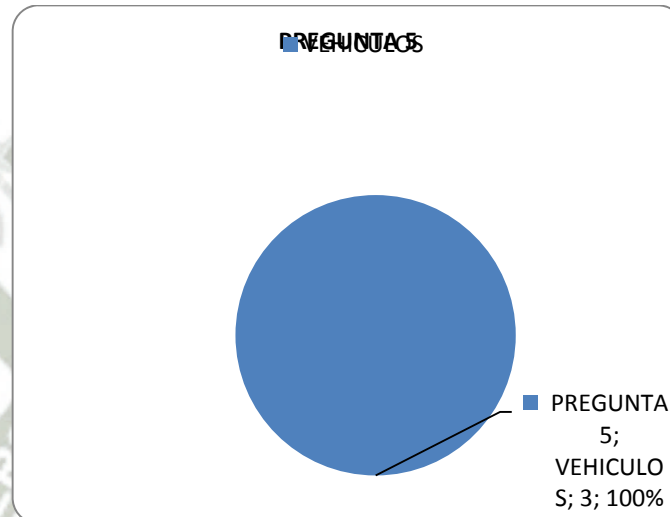
Los funcionarios consideran que valoran más la rapidez en sus trámites puesto que le dan mayor importancia a ello y como segundo valor ponen que es la buena atención que la positiva les pueda proporcionar y como última opción las promociones.

5) ¿CON QUÉ SEGUROS CREES QUE TIENES PROBLEMAS AL SER EMITIDOS A TRAVES DE LA POSITIVA SEGUROS?²⁹

²⁸ Primera pregunta de la encuesta “funcionarios de consejeros y corredores”elaborado el dia 20/08/2013

	PREGUNTA 5
JAIME VIRRUETA FUENTES	VEHICULOS
YUDY GAMERO HUAJARDO	VEHICULOS
ROCIO GOMEZ LLERENA	VEHICULOS

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

¿PORQUÉ?
Cuando la data de asegurados que se maneja es amplia, existe error al momento de la emisión de los documentos (por problemas en el sistema)
Porque a veces la emisión está supeditada a las inspecciones

INTERPRETACIÓN

Los funcionarios consideran que tienen más problemas en la emisión de las pólizas de vehículos por equivocaciones en la data o inspecciones que se piden como requisitos

²⁹ Primera pregunta de la encuesta “funcionarios de consejeros y corredores “elaborado el día 20/08/2013

FICHA DE OBSERVACIÓN

PETICIÓN DE SEGURO³⁰	
1.- SALUDO	Se presentan cordialmente al cliente preguntándole el motivo de la llamada y lo solicitado
2.- DURANTE	El cliente va manifestando su petición el asesor le da una serie de alternativas para que el cliente elija de acuerdo a sus necesidades pero titubea un poco en las tasas y condiciones especiales que le puedan dar A su vez acuerdan el tiempo de entrega donde también se nota un poco de incertidumbre al responder esa pregunta al cliente
3.- DESPEDIDA	Se despide cordialmente y confirmar lo establecido

³⁰ Ficha de observación elaborado el día 19/04/2013

ENTREGA DE PÓLIZA³¹

1.- SALUDO

Se presentan cordialmente al cliente preguntándole el motivo de la llamada y lo solicitado

2.- DURANTE

Se le explica al cliente las condiciones y coberturas que su póliza posee se compara con lo cotizado anteriormente

Se observo que en varias ocasiones el cliente se siente frustrado por la tasa o por que no pudieron otorgarle una condición especial o si le dieron fue con un recargo a su prima

También se observo que en varias ocasiones el cliente esta molesto por el tiempo de espera el cual se nota que no es el concordado

3.- DESPEDIDA

El bróker o representante se compromete con el asegurado a brindarle atención continua es decir que si tuviera alguna consulta el cliente puede acercarse a el o consultas en caso de siniestros para el pago de ellos o aumentar condiciones especiales o incluir algún otro vehículo en la póliza emitida o modificaciones que pudiera tener en el transcurso del año que tendrá su póliza

³¹ Ficha de observación elaborado el día 25/04/2013

ATENCIÓN DE QUEJA³²
<p>1.- SALUDO</p> <p>Se presentan cordialmente al cliente preguntándole el motivo de la llamada y lo solicitado</p>
<p>2.- DURANTE</p> <p>Se observo tres caso:</p> <p>En el primero se observo que reclamo por el tiempo de entrega puesto que le dijeron que tendría la póliza en la mañana de ese día y se la entregaron pasando las 5 de la tarde</p> <p>En el segundo el reclamo fue por la taza puesto que se le recargaron por una condición especial que ella solicito pero que no le explicaron que esa condición tendría una recarga en su prima</p> <p>En el tercero fue por equivocación en la emisión porque se confundieron en el número de chasis del asegurado porque el no entrego la tarjeta de propiedad y el asegurado solo escribió el número en una hoja y hubo confusiones al emitir con ciertos números</p> <p>En los tres casos les dieron soluciones oportunas y en ese mismo momento</p>
<p>3.- DESPEDIDA</p> <p>El cliente respondió favorablemente y se fue satisfecho en los tres casos observados</p>

³² Ficha de observación elaborado el día 26/04/2013

SÍNTESIS DE LAS ENCUESTAS

Los datos que se presentan a continuación, tuvieron como objetivo principal el propiciar el análisis referente a cómo se sienten los clientes del bróker referente a la satisfacción del cliente.

ENCUESTAS A CLIENTES

En las encuestas se tuvieron los siguientes resultados:

- El bróker tiene un grado alto de fidelización de los clientes puesto que se pudo apreciar que más del 44% tienen más de 3 años trabajando.
- El número de emisión de vehículos es mayor a la de accidentes personales obteniendo el 57% del total de los encuestados.
- El 91% de los asegurados trabajan solo con el bróker de consejeros,
- El 100% de los asegurados trabajan solo con el bróker de consejeros, con pólizas de vehículos y de accidentes personales a través de La Positiva dando entender que el bróker en mención prefiere trabajar con La Positiva para las pólizas de los ramos mencionados.
- El mayor porcentaje de asegurados indicaron que consideran bróker como muy bueno, en todos los aspectos, pero también hay un porcentaje que califico al bróker como regular, es decir el 26%; lo cual indica que debe haber desacuerdos.
- Los asegurados que respondieron regular, dieron a conocer que califican de esa forma al bróker, puesto que consideran el 68%, que demora mucho en sus trámites y el 32% consideran que las tasas son muy altas.
- El 89% de los asegurados indicaron que lo más importante para ellos es la buena atención que puedan brindarles también un 11% indicaron que la rapidez era lo principal.
- El 49% de los asegurados indicaron que lo segundo más importante para ellos es la rapidez y el 34% fue la seriedad de sus acuerdos y también figura un porcentaje menor a los mencionados a promociones con un 17% .

- El 66% de los asegurados indicaron que lo tercero más importante para ellos, es la seriedad de los acuerdos que hacen y el 23% fue la seriedad de sus acuerdos y también figura un porcentaje menor a los mencionados a promociones con un 11%
- El 84% de los asegurados indicaron que lo cuarto más importante para ellos son las promociones de los acuerdos que hacen y el 16% fue la rapidez
- La mayoría ha tenido una queja de la atención con el BRÓKER, siendo el 88% , un porcentaje bastante algo
- Los asegurados tuvieron problemas con el BRÓKER por que demoran mucho, contestó el 57% y 25% respondió, fue por sus Tasas muy altas y en menor cantidad y un 18% contestó que no cumplieron con lo negociado
- Los asegurados manifestaron que en mejoras, debe haber mejores Tasas y promociones con un 38% y 28% respectivamente, pero también se observó que un 34% le interesa el envío de documentos a su casa lo cual podría ser un servicio adicional que podrían proporcionar al cliente.
- Los asegurados indicaron que si fueran el cliente del mes, les gustaría tener Tasas más bajas en 63% y en 22% viajes, a si como un 15% en promociones

ENCUESTA A FUNCIONARIOS DE CONSEJEROS Y CORREDORES

- Los funcionarios consideran que la aseguradora positiva da una buena la atención que se le da la positiva
- Los funcionarios consideran que los tramites solicitados por ellos para la emisión de seguros se demoran mucho en su atención
- Los funcionarios consideran que hablar con los jefes de áreas se soluciona cualquier inconveniente que tuvieran con la emisión de pólizas con la aseguradora positiva seguros y reaseguros
- Los funcionarios consideran que valoran más la rapidez en sus trámites puesto que le dan mayor importancia a ello y como segundo valor ponen

que es la buena atención que la positiva les pueda proporcionar y como última opción las promociones.

- Los funcionarios consideran que tienen más problemas en la emisión de las pólizas de vehículos por equivocaciones en la data o inspecciones que se piden como requisitos



CONCLUSIONES

- PRIMERO** El bróker tiene una buena fidelización de sus clientes puesto que la mayoría están trabajando con ellos más de 3 años
- SEGUNDO** El bróker da prioridad a sus asegurados porque trata de solucionar sus problemas o equivocaciones con prontitud
- TERCERO** Las pólizas mas emitidas son las de vehículos es mayor a la de accidentes personales convirtiéndola en la póliza mas emitida
- CUARTO** Los asegurados al preguntarles el grado de satisfacción de los clientes lo calificaron al bróker en su mayoría como bueno y muy bueno
- QUINTO** El bróker tiene como error mas común que no indica con exactitud en el momento de la negociación del seguro tasas y recargos lo que ocasione problemas posteriores
- SEXTO** Los asegurados mostraron interés sobre un beneficio especifico que es incluir promociones por ser buen pagador
- SÉPTIMO** Los inconvenientes que el bróker tiene con la aseguradora seguros y reaseguros en la emisión es la rapidez

RECOMENDACIONES

- PRIMERO** Para que los asegurados sigan teniendo un grado de fidelización de los clientes alto sería bueno incluir mas comunicación con el cliente se podría llamar al cliente en la fecha de su cumpleaños para poder saludarlo por su onomástico
- SEGUNDO** El bróker debe tener un procedimiento para solución de problemas que optimice los resultados y la satisfacción de los clientes
- TERCERO** Ya que el número de emisión de vehículos es mayor sería bueno que haya más opciones de negociación de tasas para beneficio del cliente
- CUARTO** Para que los asegurados sigan teniendo un grado de satisfacción de los clientes se debe dar un trato mas cordial por ello se recomienda capacitar al personal en atención al publico
- QUINTO** El bróker debe capacitar a su personal para la atención oportuna del cliente para poder solucionar problemas y tratar con un cliente ofuscado
- SEXTO** Se puede implementar promociones como descuentos o regalos para los mejores pagadores o a clientes que tienen un gran número de pólizas

- SÉPTIMO** Debe indicar bien las tasas y recargos que puede tener la póliza así como coordinar los tiempos de entrega con La Positiva para evitar problemas de tiempos con los clientes y insatisfacciones



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Administración de Empresas Pequeñas y Medianas

Autor: Picky kle, Hal B. y Abrahamson Royce L.

- Administración de Pequeñas Empresas un Enfoque Emprendedor

Autor: Longenecker, Justin G. , Moure, Carlos W. y Petty, J. William

- Derecho de Seguros y Reaseguros

Autor: Carlos Rodríguez Pastor

- Contrato de Seguro

Autor: Richter Valdivia, Pedro y Castillo Freyre, Mario

- Hablemos de Seguros

Autor: Bustamante, Gabriel

- Contrato de Seguro

Autor: Osorio Ruiz, Zaida

- Ley General del Sistema Financiero y de Seguros

Autor: Blossiers Mazzini, Juan José

- Manual de Seguros

Autot: Meilij, Gustavo Raúl

- Como Brindar un Servicio Integral al Cliente

Autor: Wellington, Patricia

- Comportamiento Organizacional

Autor: Robbins, Stephen P. y Judge, Timothy A.

- Estrategias Cliente Servidor para el siglo XXI

Autor: Shimberg, David y Bornes, Lisa-ANN

- Fundamentos del Marketing

Autor: Rodríguez Vargas, Alejandro

- Alcanzar la calidad total en una empresa de servicios

Autor: Gilles Legault

- Manual de suscripción de la Positiva Seguros y Reaseguros



CRONOGRAMA

	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
ANALISIS PREVIO				
IDENTIFICACION DEL PROBLEMA Y ENUNCIADO				
DETERMINAR EL TIPO DE INVESTIGACION				
DETERMINACION DE LAS VARIABLES				
DETERMINACION DE LOS OBJETIVOS				
PREPARACION DE INSTRUMENTOS				
REDACCION DE LOS INSTRUMENTOS A USAR				
REALIZACIÓN DE ENCUESTAS				
RECOLECCION DE DATOS/OBSERVACION				
TABULACION DE DATOS				
DESARROLLO DEL CONTENIDO				
ELABORACION FINAL DE INFORME				



ENCUESTAS A FUNCIONARIOS

JAIME VIRRUETA FUENTES

ENCUESTA			
TRABAJADORES DE CONSEJEROS			
Nº	ENCUESTADOR	FECHA	
NOMBRE	Jaime Virrueta Fuentes		
CARGO	Asistente Técnico		
1. ¿DEDE HACER CUANTO TRABAJAS EN LA EMPRESA?			
() MENOS DE 1 AÑO	() 1 AÑO	() 2 AÑOS	(X) MÁS DE 3 AÑOS
2. ¿CÓMO CONSIDERAS A CONSEJEROS?			
(X) MUY BUENA	() BUENA	() REGULAR	() MALA
3. ¿CALIFICAS LA ATENCIÓN DE LA POSITIVA SEGUROS QUE BRINDA A LA EMPRESA? CUANDO 1 ES MUY BUENA Y 4 MUY MALO			
() 1	(X) 2	() 3	() 4
4. ¿ALGUNA VEZ HAS TENDIDO UNA QUEJA DE LA POSITIVA Y SEGUROS?			
(X) SE DEMORAN MUCHOS EN LOS TRÁMITES SOLICITADOS			
() TASAS MUY ALTAS			
(X) MALA ATENCIÓN sólo de algunas personas			
() NO CUMPLE CON LO NEGOCIADO			
() OTROS			
5. ¿CÓMO LO SOLUCIONASTE? Habiendo con el jefe			
se habló con el jefe			
6. ¿QUÉ TE FALTARÍA QUE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS Y REA SEGUROS PARA PODER HACER UN TRABAJO OPTIMO?			
(X) QUE TE DEN LOS TRÁMITES A TIEMPO			
() BUENA INFRAESTRUCTURA			
() UN MEJOR CLIMA LABORAL			
() OTROS			
7. ¿QUÉ VALORARÍAS MÁS QUE TE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS? ENUMERAR SEGÚN IMPORTANCIA			
() SU SERIEDAD			
() SU RAPIDEZ			
() SU BUENA ATENCIÓN			
(X) SU PROMOCIONES			
() OTROS			
8. ¿CON QUÉ SEGUROS CREE QUE TIENES PROBLEMAS AL SER EMITIDOS A TRAVÉS DE LA POSITIVA SEGUROS? PUEDES MARCAR MÁS DE 1			
() SOAT	(X) VEHICULOS	() ASISTENCIA MEDICA	() ACCIDENTES PERSONALES () GENERALES () OTROS
9. ¿POR QUÉ? Demora en respuesta y atención de la persona encargada en hacer la cotización			
10. Coloca a lado de los seguros que aseguradora mejor te brinde los siguientes ramos de seguros o con la que menos problemas has tenido			
() SOAT		¿Porque?	
() VEHICULOS	Positiva	¿Porque?	Mejor atención, buenas condiciones y póliza ordenada. Mejor sería Fife
() ASISTENCIA MEDICA	Pacifico	¿Porque?	Adjuntan siniestralidad automáticamente
() ACCIDENTES PERSONALES	Positiva	¿Porque?	Mejor atención
() GENERALES	Positiva	¿Porque?	Mejor atención y muy ordenada la póliza aunque adolecen falta de cláusulas
() OTROS		¿Porque?	

YUDY GAMERO

ENCUESTA			
TRABAJADORES DECORSEJEROS			
N°	ENCUESTADOR	FECHA	
NOMBRE	YUDY GAMERO HUAJARDO		
CARGO	EJECUTIVA DE CUENTAS		
1. ¿DEDEDE HAC CUANTO TRABAJAS EN LA EMPRESA?			
<input type="checkbox"/> MENOS DE 1 AÑO <input checked="" type="checkbox"/> 1 AÑO <input type="checkbox"/> 2 AÑOS <input type="checkbox"/> 3 AÑOS <input type="checkbox"/> MÁS DE 3 AÑOS			
2. ¿CÓMO CONSIDERAS A DECORSEJEROS?			
<input checked="" type="checkbox"/> MUY BUENA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> MALA			
3. ¿CALIFICA LA ATENCIÓN DE LA POSITIVA SEGUROS QUE BRINDA A LA EMPRESA?			
<input checked="" type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4			
4. ¿ALGUNA VEZ HAS TENIDO UNA QUEJA DE LA POSITIVA Y SEGURO?			
<input type="checkbox"/> SE DEMORAN MUCHOS EN LOS TRÁMITES SOLICITADOS <input checked="" type="checkbox"/> TASA MUY ALTA <input type="checkbox"/> MALA ATENCIÓN <input type="checkbox"/> NO CUMPLE CON LO NEGOCIADO <input type="checkbox"/> OTROS			
5. ¿CÓMO LO SOLUCIONASTE?			
Se tuvo que conversar con el personal a cargo a fin de renegociar lo ofrecido.			
6. ¿QUÉ TE FALTARÍA QUE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS Y REA SEGUROS PARA PODER HACER UN TRABAJO OPTIMO?			
<input checked="" type="checkbox"/> QUE TE DEN LOS TRÁMITES A TIEMPO <input type="checkbox"/> BUENA INFRAESTRUCTURA <input type="checkbox"/> UN MEJOR CLIMA LABORAL <input type="checkbox"/> OTROS			
7. ¿QUÉ VALORARÍAS MÁS QUE TE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS? ENUNCIAR SEGÚN IMPORTANCIA			
<input checked="" type="checkbox"/> 3 SU SERIEDAD <input checked="" type="checkbox"/> 1 SU RAPIDEZ <input checked="" type="checkbox"/> 2 SU BUENA ATENCIÓN <input checked="" type="checkbox"/> 4 SUS PROMOCIONES <input type="checkbox"/> OTROS			
8. ¿CON QUÉ SEGUROS CREE QUE TIENES PROBLEMAS AL SER BRINDADOS A TRAVÉS DE LA POSITIVA SEGURO? PUEDES MARCAR MÁS DE 1			
<input type="checkbox"/> SOAT <input checked="" type="checkbox"/> VEHICULOS <input type="checkbox"/> ASISTENCIA MÉDICA <input type="checkbox"/> ACCIDENTES PERSONALES <input type="checkbox"/> GENERALES <input type="checkbox"/> OTROS			
9. ¿POR QUÉ?			
Porque a veces la emisión está sujeta a las inspecciones			
10. Coloca a lado de los seguros que a aseguradora mejor emite los siguientes ramos de seguros o con la que menos problemas has tenido			
<input type="checkbox"/> SOAT		<i>¿por qué?</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> VEHICULOS	POSITIVA	<i>¿por qué?</i>	Considero que trabajamos muy bien
<input type="checkbox"/> ASISTENCIA MÉDICA		<i>¿por qué?</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> ACCIDENTES PERSONALES	POSITIVA	<i>¿por qué?</i>	Considero que trabajamos muy bien
<input checked="" type="checkbox"/> GENERALES	POSITIVA	<i>¿por qué?</i>	Considero que trabajamos muy bien
<input type="checkbox"/> OTROS		<i>¿por qué?</i>	



ROCIO GOMEZ LLERENA

ENCUESTA			
TRABAJADORES DE CONSEJEROS			
N°	ENCUESTADOR	FECHA	DIAS/MESES
NOMBRE		Rocio Gomez Llerena	
CARGO		Ejecutiva de Cuenta de Riesgos Humanos	
1. ¿DENDE HACER CUANTO TRABAJAS EN LA EMPRESA?			
<input type="checkbox"/> MENOS DE 1 AÑO <input type="checkbox"/> 1 AÑO <input type="checkbox"/> 2 AÑOS <input type="checkbox"/> 3 AÑOS <input checked="" type="checkbox"/> MAS DE 3 AÑOS			
2. ¿CÓMO CONSIDERAS A CONSEJEROS?			
<input type="checkbox"/> MUY BUENA <input checked="" type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> MALA			
3. ¿CALIFICA LA ATENCIÓN DE LA POSITIVA SEGUROS QUE BRINDA A LA EMPRESA?			
<input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4			
4. ¿ALGUNA VEZ HAS TENIDO UNA QUEJA DE LA POSITIVA Y SEGURO?			
<input checked="" type="checkbox"/> SE DEBIERON MUCHOS EN LOS TRAMITES SOLICITADOS <input type="checkbox"/> TASA MUY ALTAS <input type="checkbox"/> MALA ATENCION <input type="checkbox"/> NO CUMPLE CON LO NEGOCIADO <input type="checkbox"/> OTROS			
5. ¿CÓMO LO SOLUCIONASTE?			
Se coordinó con los jefes del área encargada			
6. ¿QUÉ TE FALTARIA QUE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS Y REA SEGUROS PARA PODER HACER UN TRABAJO OPTIMO?			
<input checked="" type="checkbox"/> QUETE DEN LOS TRAMITES A TIEMPO <input type="checkbox"/> BUENA INFRAESTRUCTURA <input type="checkbox"/> UN MEJOR CLIMA LABORAL <input type="checkbox"/> OTROS			
7. ¿QUÉ VALORARIAS MÁS QUE TE BRINDE LA POSITIVA SEGUROS? ENUMERAR SEGÚN IMPORTANCIA			
<input checked="" type="checkbox"/> 2 SU SERIEDAD <input checked="" type="checkbox"/> 1 SU RAPIDEZ <input type="checkbox"/> 3 SU BUENA ATENCION <input type="checkbox"/> 4 SUS PROMOCIONES <input type="checkbox"/> OTROS			
8. ¿CON QUÉ SEGUROS CREE QUE TIENES PROBLEMAS AL SER EMITIDOS A TRAVÉS DE LA POSITIVA SEGURO? PUEDES MARCAR MÁS DE 1			
<input type="checkbox"/> ISOAT <input checked="" type="checkbox"/> VEHICULOS <input type="checkbox"/> ASISTENCIA MEDICA <input type="checkbox"/> ACCIDENTES PERSONALES <input type="checkbox"/> GENERALES <input type="checkbox"/> OTROS			
9. ¿POR QUÉ?			
Cuando la data de asegurados que se maneja es amplia, existe error al momento de la emisión de los documentos (por problemas en el sistema)			
10. Coloca a lado la seguridad que mejor emite los siguientes ramos de seguros o con la que menos problemas has tenido			
<input checked="" type="checkbox"/> ISOAT	Positiva	<i>¿por que?</i>	Rapidez en la entrega de los documentos
<input checked="" type="checkbox"/> VEHICULOS	Positiva	<i>¿por que?</i>	Rapidez en la entrega de los documentos en comparación a las otras compañías
<input type="checkbox"/> ASISTENCIA MEDICA	Positiva	<i>¿por que?</i>	Rapidez en la entrega de los documentos en comparación a las otras compañías
<input checked="" type="checkbox"/> ACCIDENTES PERSONALES	Positiva	<i>¿por que?</i>	Rapidez en la entrega de los documentos en comparación a las otras compañías
<input type="checkbox"/> GENERALES	Positiva	<i>¿por que?</i>	Rapidez en la entrega de los documentos en comparación a las otras compañías
<input type="checkbox"/> OTROS		<i>¿por que?</i>	