



**NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE**

**EMPRESAS CORREDORAS DE SEGUROS**

**CASO: AROCA ARISTIZABAL & CIA LTDA**

**AUTOR:**

**KAREN JULIETH GONZÁLEZ FORI**

**DIRECTOR DEL PROYECTO:**

**TOMAS LOMBANA**

**UNIVERSIDAD ICESI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**SANTIAGO DE CALI**

## Contenido

RESUMEN .....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
MARCO TEÓRICO .....	5
AROCA ARISTIZABAL & CÍA LTDA. ....	6
SERVICIOS.....	7
Seguros Personales .....	7
Seguros Empresariales .....	8
INVERSIONES.....	10
ADMINSITRACIÓN DE RIESGOS LABORALES .....	11
1. PROBLEMA .....	12
2. OBJETIVOS.....	13
2.1 Objetivo Principal.....	13
2.2 Objetivos Específicos.....	13
3. METODOLOGÍA .....	14
3.1. Población de estudio.....	19
3.2. Tipo de muestra .....	19
4. FICHA TECNICA.....	20
5. DESARROLLO .....	21
5.1 Acercamiento a la compañía.....	21
5.2 Calificación General de los Servicios.....	22
5.3 Atención Telefónica .....	24
5.4 Percepción de la Empresa .....	26
5.5 Quejas y Reclamos .....	27
5.6 Sugerencias Generales.....	28
5.7 Publicidad.....	29
6. CONCLUSION.....	30
7. APRENDIZAJES PROYECTO DE GRADO .....	31
BIBLIOGRAFÍA.....	32

## **RESUMEN**

El presente trabajo contiene una investigación de mercados realizada a la empresa Aroca Aristizabal & Cía. Ltda., enfocada en la percepción que tienen sus clientes hacia la prestación de sus servicios en general. De este modo, se cuenta con instrumentos como las encuestas y el posterior análisis de las mismas con la interpretando los resultados, dejando como resultados una panorámica de cómo es percibida la compañía por su cartera de clientes y los aspectos en los que ésta es fuerte, y en los que no, brindando recomendaciones.

Palabras Calve: Investigación de Mercados, Seguros, Nivel de Satisfacción.

## **ABSTRACT**

The present study contains a market research company conducted a Aroca Aristizabal & Cia. Ltda., Focused on customer perception towards the provision of services in general. Thus, it has instruments such as surveys and subsequent analysis of them with interpreting the results, leaving results an overview of how it is perceived the company for its customer base and the areas where it is strong, and where not providing recommendations.

Keywords: Market research, insurance, level of satisfaction.

## **INTRODUCCIÓN**

La permanencia de una empresa en el mercado no representa un indicador totalmente confiable de la eficiencia y eficacia de sus servicios prestados; temas como la percepción que tienen sus clientes, el nivel de satisfacción, la publicidad y la permeabilidad en el mercado local/nacional son de gran importancia para diagnosticar un estado que permita analizar y proyectar su actividad en el futuro. Es por ello que el presente estudio muestra los resultados del nivel de satisfacción del cliente asociados a la empresa Aroca Aristizabal & Cía. Ltda., en el que se ponen en evidencia temas clave para la compañía, a saber: atención telefónica y en las instalaciones, resolución de dudas, quejas y/o sugerencias, atención de siniestros y reclamación, seguimiento de los servicios prestados entre otros, con el fin de conocer la situación actual de la compañía vista desde sus clientes. Una vez obtenida dicha información, su análisis permitirá arrojar un diagnóstico real de la empresa, generar recomendaciones y aspectos a mejorar así como proyectar su situación para los siguientes años.

## MARCO TEÓRICO

Desde el principio de los tiempos, cuando el hombre comenzó a relacionarse con sus semejantes y entablar acciones de intercambio y reciprocidad, identificó el riesgo constante al que estaba expuesto por las diferentes actividades que realizaba para asegurar su supervivencia calidad de vida. Actividades como la caza, interacción con animales salvajes, transporte de mercancías entre otros, dieron pie a entablar un mecanismo que salvaguardara sus intereses y los de sus familias en caso de pérdida, accidente o muerte.

La historia de los seguros en Colombia parte desde 1874, con la creación de la Compañía Colombiana de Seguros COLSEGUROS, iniciada en el sector del transporte cuyas actividades iniciales consistían en asegurar las mercancías transportadas por el Río Magdalena con destino a la capital.

Para los años venideros, a partir de 1876 el país entra en crisis de orden público, pues muchas de las mercancías no alcanzaban a llegar a su lugar de origen. Para 1902 se fusiona la Sociedad Nacional de Seguros de Vida con Colseguros, dando paso a la Compañía General de Seguros que para 1908 habría ampliado su campo de acción a riesgos de transporte, incendio y navegación. *Entre las década de 1920 y 1930, la industria aseguradora tiene un mayor desarrollo y se crean los seguros automovilísticos, de accidentes y colectivos.* (Reyes, 2011)

## **AROCA ARISTIZABAL & CÍA LTDA.**

Aroca Aristizabal & Cía. Ltda., es una empresa familiar con más de 35 años de experiencia en el mercado, ubicada en la ciudad de Santiago de Cali. Fundada desde 1980 en la ciudad de Cali, Aroca Aristizabal Y Cía. Ltda. Asesores de Seguros, es una agencia de carácter privado, vinculada con las compañías de seguros más importantes del país, y vigilada por la Superintendencia Financiera.

Somos una agencia interesada en proteger las familias, las pequeñas, medianas y grandes empresas y sus bienes. Estamos dedicados a satisfacer necesidades de seguros, administración de riesgos profesionales y capitalización de la región, centrandos sus objetivos en los seguros de la línea personal, generales y de ahorro.

Contamos con personal altamente calificado y con el respaldo de las mejores y más grandes compañías nacionales y multinacionales del sector asegurador.

A través del tiempo, esta próspera agencia ha logrado mantenerse en el mercado a pesar de las adversidades. Creciendo notablemente su cartera además de tener innumerables reconocimientos por parte de las compañías de seguros por su esfuerzo, dedicación y tradición en el mercado de los seguros en la ciudad de Cali.

Nuestra meta es ser una organización visiblemente orientada al servicio al cliente, dinámica, positiva, innovadora y comprometida con la realidad Colombiana, la cual

necesita de instituciones confiables como Aroca Aristizabal y Cía., Ltda., que brinde respaldo a sus clientes en el momento en que lo necesite.

## **SERVICIOS**

La compañía cuenta con cuatro grandes grupos de servicios al público:

### **Seguros Personales**

- **Salud:** *“Tenemos para ti y toda tu familia la más amplia gama de productos de salud permitiendo acceder de manera preferencial a servicios de alta calidad ante la eventualidad de una enfermedad o accidente.”*
- **Vida:** *“Buscando la tranquilidad de nuestros clientes, el seguro de vida actúa como garantía frente a una posible situación de apremios económicos o que puedan afectar la existencia, integridad corporal o de salud del asegurado, cuando ocurra la muerte o invalidez del asegurado. De igual forma, nuestras pólizas acumulan ahorros que pueden ser utilizados en el futuro.”*
- **Hogar:** *“Este cubre tu vivienda y tus bienes por daños o pérdidas materiales que tengas en ella y que se vea afectada parcial o totalmente; de la misma manera este protegido ante una responsabilidad civil de lesiones o daños que afecten a terceros.”*
- **Automóvil:** *“En el seguro de automóviles ofrecemos coberturas de protección de acuerdo a sus necesidades para los amparos de daños, hurto, responsabilidad civil y asistencia jurídica. Adicionalmente, en caso de reclamo les ofrecemos un excelente complemento a su seguro mediante los amparos de Vehículo de Reemplazo y Gastos de Movilización.”*
- **SOAT:** *“En Aroca-Aristizabal, también podrás encontrar el Seguro Obligatorio de Accidentes (SOAT), que tiene como objetivo asegurar la atención, de*

*manera inmediata e incondicional, de las víctimas de accidentes de tránsito que sufren lesiones corporales y muerte.”*

- **Exequias:** *“El Seguro de Exequias es una solución que les ofrece a ti y a tu familia la cobertura económica necesaria para el pago de los gastos funerarios, en caso de que alguno llegue a fallecer. De esta forma, cuentas con el respaldo en ese momento inesperado y difícil, y puedes acompañar a tu familia sin tener que preocuparte por el aspecto financiero.”*

## **Seguros Empresariales**

- **Agrícola:** *“El Seguro Agrícola es una solución que ampara los cultivos de Arroz, Maíz, Café y Caña de azúcar, contra diferentes riesgos naturales que causen daño directo a la planta o generen pérdida en el rendimiento, de acuerdo con las modalidades que ofrece el seguro: Daño material directo y ajuste en planta viva para el cultivo de Café; y Rendimiento y ajuste en cosecha para cultivos de Maíz, Arroz y Caña de azúcar.”*
- **Maquinaria Amarilla:** *“Ampara la maquinaria utilizada para movimiento de tierras, así como también las utilizadas para labores agrícolas como por ejemplo: tractores, bulldozers, motoniveladoras, alzadoras de caña, retroexcavadoras, y demás equipos utilizados para este tipo de labores contra los riesgos de volcamiento, choque, descarrilamiento, robo, atentado terrorista, responsabilidad civil extracontractual, así como cuando se transporten por sus propios medios en las vías públicas”*
- **Arrendamiento:** *“El seguro de arrendamientos está especialmente diseñado para respaldar al propietario en caso de presentarse faltas en las obligaciones contractuales por el arrendatario, tales como el pago del canon de arrendamiento hasta que recupere el inmueble o hasta que la*



*mora cumpla 36 meses, pago de las cuotas de administración por el mismo periodo del canon o servicios públicos de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía fija pública básica conmutada pendientes una vez entregado el inmueble asegurado”*

- **Riesgo construcción:**” *Ampara toda clase de obras civiles en construcción, incluyendo el equipo de construcción del contratista contra incendios, explosiones, daños causados por el agua, terremotos, atentados terroristas, errores de construcción, negligencia e impericia, deslizamientos de tierra, aludes, caída de rocas, hundimiento del terreno, y la responsabilidad civil causada a los terceros en el desarrollo de la obra.”*
  
- **Incendios y terremoto:**” *Ampara los bienes asegurados frente a los daños ocasionados por incendio, anegación, daños por agua, explosión, humo, vientos fuertes, granizo, caída de árboles, hollín, caída de aeronaves u objetos que se desprendan de ella.”*
  
- **Complicaciones quirúrgicas:** “*Producto masivo dirigido a las instituciones médicas que les permite contar con una protección a los pacientes en caso de presentarse una complicación durante y después de la realización de un procedimiento o cirugía plástica, estética, oftalmológica, dermocosmética o maxilofacial.”*
  
- **Copropiedades:**” *Es un seguro que ampara las pérdidas o daños materiales que pueda sufrir la copropiedad, tanto en las áreas comunes, como privadas, así como los perjuicios que se puedan causar a terceros y sus bienes.”*

- **Área protegida:** *“Esta protege a todos los empleados, proveedores, clientes y visitantes de un establecimiento en caso de que ocurra una urgencia o emergencia dentro del área delimitada garantizando la atención médica inmediata.”*
- **Rotura de maquinaria:** *“Se ampara la impericia, mal manejo, negligencia, y dolo por parte de personas diferentes al asegurado principal, frente a la maquinaria, adicionalmente se amparan los daños o pérdidas ocasionadas por arco voltaico, caídas de voltaje, sobre voltajes entre otras.”*
- **Fraude de empleados:** *“Ampara el abuso de confianza, falsedad, estafa y la infidelidad por parte de los trabajadores de su empresa en lo referente manejo de dineros, inventarios y otros activos fijos”*

## **Inversiones**

- **Seguros de pensión:** *“Puedes planear tu futuro desde hoy, garantizando los ingresos que deseas para disfrutar tu etapa de retiro, y te da la posibilidad de cerrar la brecha pensional y complementar los ingresos que recibirás para garantizar tu calidad de vida en el futuro.”*
- **Seguros educativos:** *“Garantizan la educación superior de los hijos cuando estos terminen el colegio para cualquier carrera y en la universidad que quieran dentro del territorio Colombiano, también sirve para garantizar los estudios de postgrado.”*
- **Capitalización:** *“Es una forma organizada y metódica, mediante la cual se acumula una suma considerable de dinero a través de uno o varios depósitos regulares de acuerdo a las metas propuestas.”*

## **Administración De Riesgos Laborales**

- Exploración del mercado para la presentación de ofertas laborales
- Apoyo en la elección y negociación de ofertas.
- Apoyo técnico en la negociación con la ARL.
- Evaluación del cumplimiento del plan de trabajo pactado con la ARL.

## **1. PROBLEMA**

Aroca Aristizabal & Cía Ltda. es una agencia de carácter privado, vinculada con las compañías de seguros más importantes de Colombia y vigilada por la superintendencia financiera. Pese a contar con más de 30 años de experiencia y reconocimiento en el mercado, carece de documentos que le permitan saber o especular sobre la satisfacción que tienen tanto sus clientes como las compañías de seguros con las que trabaja sobre la prestación de sus servicios – incluyendo la calidad y veracidad de la información – en el marco de la satisfacción del cliente.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, el presente trabajo tiene como problema de investigación presentar un informe sobre el nivel de satisfacción del cliente con respecto a todo el portafolio de los servicios prestados por parte de Aroca Aristizabal & Cía Ltda relacionados con las diferentes empresas aseguradoras del país con las que trabaja.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Principal**

Llevar a cabo una investigación de mercados enfocada en los clientes de Aroca Aristizabal & Cía Ltda para determinar el nivel de satisfacción del cliente hacia sus servicios.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Encontrar fortalezas y debilidades.
- Calificación de las diferentes áreas y factores de la compañía.
- Determinar las principales causas de queja de los clientes.
- Determinar los mejores canales de comunicación

### 3. METODOLOGÍA

Para definir las etapas del proceso de investigación que se van a aplicar en este estudio sobre el nivel de satisfacción del cliente de Aroca Aristizabal & Cía Ltda., se tendrán en cuenta tres autores; Hair Joseph F.- Bush Robert P.- Ortinau David J., Naresh K. Malhotra y William Zikmund – Barry J. Babin.

En primer lugar, de acuerdo a **Hair Joseph F.- Bush Robert P.- Ortinau David J.** el proceso de investigación consta de cuatro fases definidas e interrelacionadas entre sí. Estas cuatro fases son: 1) determinar el problema de investigación, 2) seleccionar el diseño de investigación apropiado, 3) ejecutar el diseño de la investigación y 4) comunicar los resultados de la investigación. Todas las fases deben terminarse convenientemente para dar información precisa y tomar decisiones. Estas fases a su vez se componen de los siguientes pasos.

- **Fase I: determinar el problema de investigación**

Para determinar el problema de investigación se deben tener en cuenta tres pasos que se relacionan entre sí. Los cuales son: 1) aclarar e identificar las necesidades de información, 2) definir el problema y las preguntas de investigación, y 3) especificar los objetivos de la investigación y confirmar el valor de la información.

## - **Fase II: seleccionar el diseño de la investigación**

El principal interés en esta fase es seleccionar el diseño de la investigación más apropiado para alcanzar los objetivos. Esta fase consta de cuatro importantes pasos, los cuales son: 1) determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos, 2) trazar el plan de muestreo y calcular el tamaño de la muestra, 3) examinar los aspectos y escalas de medición, y 4) diseño y prueba piloto del cuestionario. El diseño de la investigación es un plan general de los métodos que se aplican para reunir y analizar los datos. Determinar el diseño más apropiado de la investigación depende de los objetivos y de las necesidades de información. El investigador debe considerar la clase de datos, método de recolección (por ejemplo, encuesta, observación, entrevista exhaustiva), método de muestreo, calendario y presupuesto. Hay tres categorías de diseños de investigación: exploratoria, descriptiva y causal.

- La investigación exploratoria tiene uno de estos objetivos: 1) generar conocimientos que ayuden a definir la situación problemática que enfrenta el investigador, o 2) profundizar los conocimientos de motivos, actitudes y conductas de los consumidores, a los que no es fácil llegar usando otros medios de investigación.
- La investigación descriptiva consiste en recopilar datos numéricos para responder preguntas de investigación; da respuestas a las preguntas sobre quién, qué, cuándo, dónde y cómo.
- La investigación causal reúne datos para que los administradores establezcan relaciones causales entre dos o más variables. La investigación causal es más

apropiada cuando los objetivos incluyen la necesidad de entender que variables inciden en la variable dependiente.

### **Fase III: ejecutar el diseño de la investigación**

Los principales objetivos de la fase de ejecución son terminar todos los formatos necesarios de recolección de datos, reunir y preparar tales datos y analizarlos e interpretarlos para entender el problema o la oportunidad.

#### **- Fase IV: comunicar los resultados de la investigación**

La última fase de la investigación de información se centra en informar los resultados de la investigación a la gerencia. El objetivo general es preparar un informe que sea útil para una persona que no está dedicada a la investigación.ç

En segundo lugar, según **Naresh K. Malhotra (2004, p.9-11)**. El proceso de investigación consta de seis etapas.

- **Etapas I:** Definición del problema; en esta etapa el investigador debe considerar la finalidad del estudio, la información básica permanente, la información que hace falta y cómo utilizarán el estudio quienes toman decisiones.
- **Etapas II:** Elaboración de un método para resolver el problema; esta etapa incluye la elaboración de un marco teórico u objetivo, en el cual se incluye modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis y determinar qué información se necesita.
- **Etapas III:** Elaboración del diseño de investigación; en esta etapa se detallan los procedimientos para la obtención de la información necesaria,



teniendo en cuenta los siguientes pasos: 1) Definición de la información necesaria, 2) Análisis de datos secundarios, 3) Investigación cualitativa, 4) Métodos para el acopio de datos cualitativos, 5) Procedimientos de medición y preparación de escalas, 6) Redacción del cuestionario, 7) Muestreo y tamaño de la muestra y 8) Plan para el análisis de datos.

- **Etapa IV:** Trabajo de campo o acopio de los datos; esta etapa comprende un equipo de campo o personal que opera en el campo, como es el caso de las entrevistas personales, telefónicamente desde su oficina, por correo o electrónicamente.
- **Etapa V:** Preparación del análisis de los datos; en esta etapa se requiere la revisión, codificación, transcripción y verificación de los datos obtenidos. Para ello se le asignan códigos numéricos o de literales para representar cada respuesta a cada pregunta. Los datos se analizan para deducir información relacionada con los componentes del problema.
- **Etapa VI:** Preparación y presentación del informe; en este informe escrito se debe abordar las preguntas específicas de la investigación y describir el método y diseño, así como los procedimientos de acopio y análisis de los datos que se hayan adoptado, además se exponen los resultados y los principales descubrimientos.

Finalmente según **William Zikmund.-Barry J. Babin. (2009, p.60)**. El proceso de investigación consta de seis etapas.

- **Etapa I:** Descubrimiento y definición del problema; en esta etapa el investigador debe definir los objetivos de la investigación y seleccionar la técnica de investigación exploratoria, analizar datos secundarios, realizar una investigación previa, encuesta de experiencias y estudiar el caso.
- **Etapa II:** Planeación del diseño de investigación; en esta etapa se debe seleccionar el método básico de investigación, es decir, trabajo de campo, ya sea a través de encuestas o entrevistas.
- **Etapa III:** Muestreo; en esta etapa se debe seleccionar el diseño de la muestra, ya sea muestreo probabilístico o no probabilístico.
- **Etapa IV:** Recolección de datos; a través del trabajo de campo que realice el investigador.
- **Etapa V:** Procesamiento y análisis de datos; en esta etapa se debe realizar una edición y codificación de los datos, y posteriormente analizar los resultados obtenidos a partir de los datos.
- **Etapa VI:** Conclusiones e informe; en esta etapa el investigador debe interpretar los resultados obtenidos a partir de los datos y realizar un informe escrito.

Teniendo en cuenta la definición del proceso de investigación de los tres autores descrita anteriormente, en este trabajo se va a utilizar la definición planteada por Hair Joseph F., Bush Robert P. y Ortinau David J. en la cual el proceso de investigación consta de cuatro etapas.

### **3.1. Población de estudio**

La población de estudio para el presente trabajo de investigación, comprende una base de datos de todos los clientes actuales con que cuenta Aroca Aristizabal & Cía Ltda. Donde se encuentran los clientes clasificados según el tipo de seguro que tienen, así) Automóviles, ii) Salud, iii) Vida y iv) Empresariales que representan alrededor de 740 datos de personas naturales y jurídicas.

### **3.2. Tipo de muestra**

Para llevar a cabo esta investigación acerca del nivel de satisfacción del cliente de Aroca Aristizabal & Cía Ltda., se seleccionará una muestra de la base de datos de 70 personas, cifra representativa dentro del total de los datos con que se cuenta. Con esta muestra se pretende llevar a cabo un diagnóstico de la situación actual de la compañía en lo que respecta a la percepción que sus clientes tienen de ella

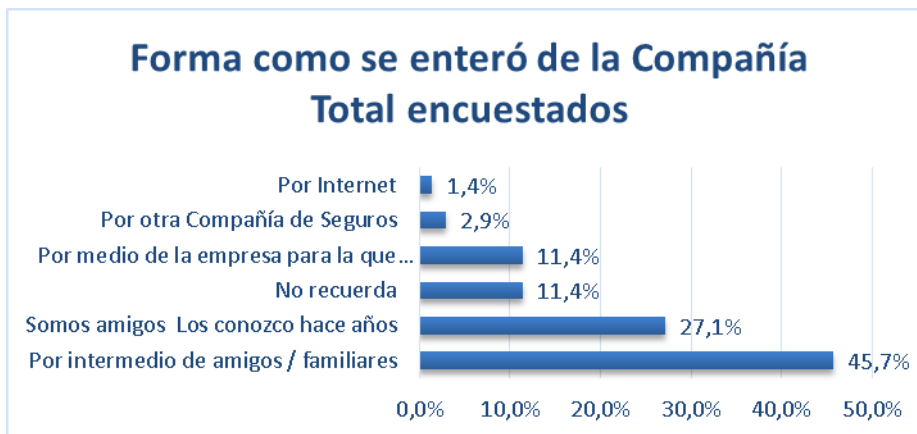
#### 4. FICHA TECNICA

NOMBRE DEL PROYECTO	EMPRESAS CORREDORAS DE SEGUROS
CONTRATANTE	Proyecto de Grado.
EJECUTOR	Karen Julieth Gonzalez Fory Estudiante de Economía y Negocios Internacionales.
ESTUDIO	Investigación para conocer la percepción de los clientes de la empresa Aroca Aristizabal & Cía. Ltda., en cuanto al nivel de satisfacción de los servicios prestados por la misma.
POBLACIÓN OBJETIVO	Hombres y mujeres mayores de edad, pertenecientes a la base de datos de la compañía.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	70 Encuestas.
SISTEMA DE MUESTREO	Muestreo probabilístico. Individuos de la base de datos de Aroca Aristizabal & Cía. Ltda.
METODO DE MUESTREO	Utilización de un cuestionario totalmente estructurado para la compañía, con preguntas abiertas y cerradas.
DISEÑO MUESTRAL	Investigación descriptiva
TECNICA DE RECOLECCIÓN	Encuestas telefónicas.
DURACIÓN DEL PROYECTO	Marzo de 2015 – Noviembre de 2015
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO	20 de noviembre de 2015

## 5. DESARROLLO

### 5.1 Acercamiento a la compañía

La serie de preguntas orientadas a cómo fue el acercamiento de los clientes de Aroca Aristizabal permiten conocer y hacerse una perspectiva sobre la mejor manera de llegarle a nuevos clientes, y mantener los canales de comunicación abiertos.



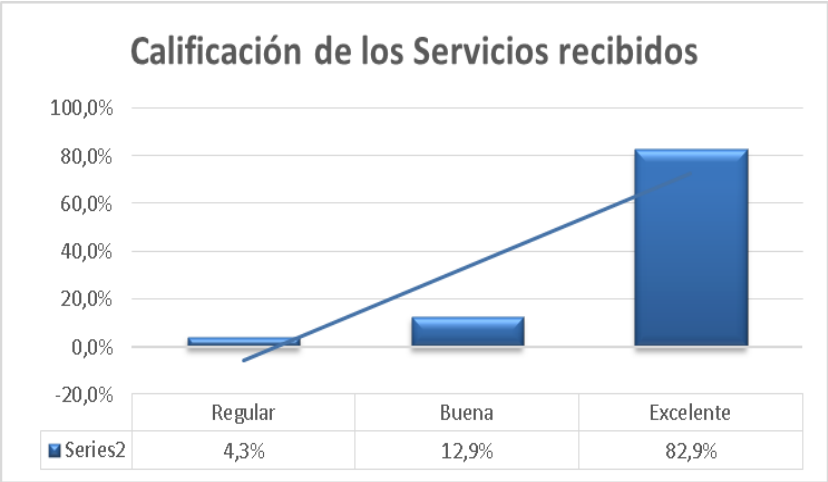
GRÁFICA Nº 1

De la totalidad de los encuestados, la gran mayoría (45,7%) aseguró que sus familiares y amigos fueron los intermediarios para conocer a la compañía y adquirir sus servicios, de la siguiente manera: de los hombres encuestados el 36,7% y de las mujeres el 20% dieron crédito a sus familiares y amigos.

Al observar que no más del 3% de los encuestados aseguró haberse enterado de los servicios de la compañía por medio de internet, deja en evidencia la carencia

del uso de la página web y de medios publicitarios de los que hace uso Aroca Aristizabal para llegar al mercado y abarcar más clientes.

**5.2 Calificación General de los Servicios**



En cuanto a la calificación que el total de los encuestados le otorgó a los servicios recibidos por la compañía, se observa que más del 80%

GRÁFICA Nº 2

aseguraron una calificación Excelente, del mismo modo que el 12,9% situó su calificación dentro de la categoría de Regular y solo un 4,3% lo calificó como Regular. Cabe resaltar que a pesar de que más de las 4/5 partes de los encuestados calificó como Excelente los servicios contratados por Aroca Aristizabal, el 17,3% restante que no encajan dentro de dicha calificación representan un reto grande para la compañía.

En general, la calificación asociada a los servicios de la compañía se califica en su mayoría como Buena y Excelente. Dentro de las razones más comunes y relevantes aparece la buena atención recibida con un 33,3 % y 10,3% respectivamente; y el hecho de no haber presentado problemas posteriores con la

empresa se destaca como la razón con mayor puntuación dentro de la calificación con un 33,3% y 20,7% respectivamente.

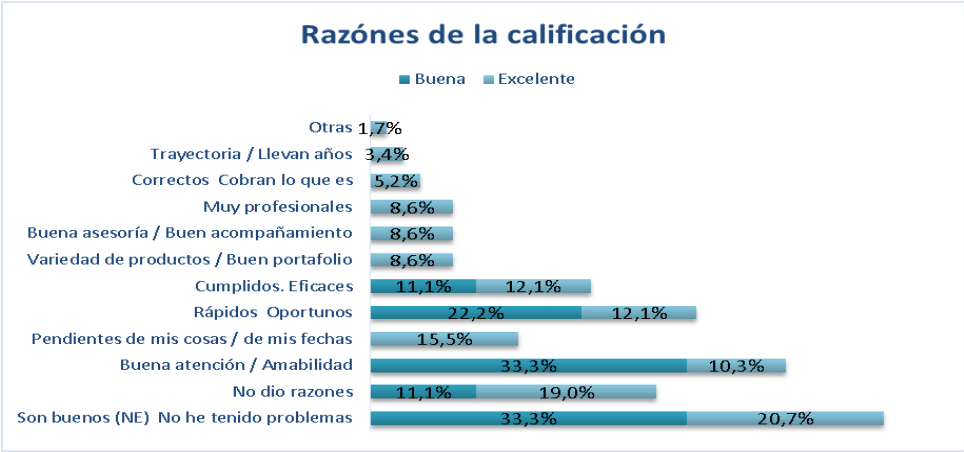


GRÁFICO N° 3

Factores como la trayectoria, el correcto cobro por los servicios prestados y la profesionalidad de sus trabajadores, aparecen como aspectos con una baja calificación, señal de que es una tarea a emprender para el continuo mejoramiento y permanencia en el mercado de Aroca Aristizabal.

### **5.3 Atención Telefónica**

Existe una correlación positiva entre la amabilidad en la atención telefónica, la percepción que tiene los clientes sobre el conocimiento de la información de los funcionarios que atienden, el profesionalismo del personal y la rapidez en la atención al cliente percibida por los encuestados. Muestra de ello es el 88%, 82%, 80% y 78% que califican como Excelente dichos aspectos respectivamente.

Estos son aspectos muy positivos para la compañía, pues da muestra de la calidad en la atención al cliente, aspecto relevante dentro de los motivos por los cuales las personas se quedan con una empresa.

A continuación se presenta el conglomerado de las graficas que muestran las calificación que los clientes de la compañía le da a la atención telefonica y a los funcionarios de la misma al momento de acercarse a la empresa (bien sea por telefono, corero electronico o personalmente).

Un aspecto importante para Aroca Aristizabal es conocer qué tan bien vistos son sus empleados en general, desde quienes atienden las llamadas telefonicas, hasta los mismos ejecutivos a la hora de tener contacto con los clientes. La calificación se que se le otorgó al proesonaliso de los funcionarios en general de la empresa muestra que un 80% la califican como Excelente y un 13% como Buena.





GRÁFICO Nº 4



GRÁFICO Nº 5



GRÁFICO Nº 6



GRÁFICO Nº 7

## 5.4 Percepción de la Empresa

La percepción que tienen los clientes de Aroca Aristizabal es favorable.

Se destaca una imagen modernizada, con instalaciones cómodas y acordes a la filosofía de la compañía, y equipos de alta tecnología, con una visión compartida de servir las inquietudes, peticiones y deseos de sus clientes, posicionándola como una empresa seria, confiable y transparente en sus procesos.

Estos aspectos hacen que Aroca se posicione como una compañía confiable en la que los clientes puedan depositar su confianza y más que eso, recomendar con total confianza los servicios ofrecidos por la misma, sin dudar en posibles inconvenientes que, de haberlos, se solucionarán de la mejor manera y en el menor tiempo posible.

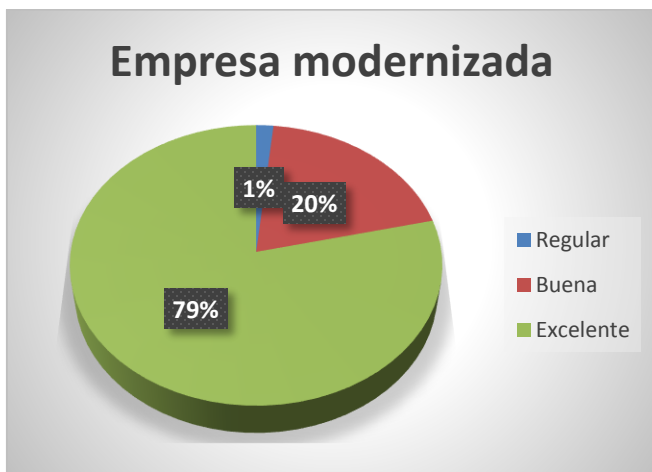


GRÁFICO Nº 8

## 5.5 Quejas y Reclamos

A pesar de que de los encuestados sólo un 6% ha presentado inconvenientes con



GRÁFICO N° 9

la empresa, cabe resaltar que la solución a dichos a ellos en su mayoría - 75% - una solución parcial y rápida por parte de los asesores o ejecutivos de Aroca, que adicionalmente el 75% de los

encuestados califica la rapidez de la solución a los inconvenientes como Regular y Buena.

Con relación al último aspecto mencionado, un 25% del total de los encuestados aseguró que la rapidez para solucionar sus inconvenientes es Buena, comparada con un 50% que aseguran que fue Regular. En este punto, Aroca Aristizabal tiene otro reto



GRÁFICO N° 10

a superar, y es acortar el tiempo en que se le da solución a los problemas e inconvenientes de su cartera de clientes.

## 5.6 Sugerencias Generales

Dentro de los comentarios que más se destacan en el grupo de sugerencias de los encuestados, se destacan:

- Seguir como van: con una puntuación del 17,1%
- Más publicidad: con una puntuación del 10%. Esta calificación coincide con el 38% de los encuestados que aseguraron no haber visto la valla publicitaria de Aroca Aristizabal en la ciudad.
- Más comunicación con el cliente: con una puntuación del 7,1%
- Buscar la excelencia, no entrar en la zona de confort: con una puntuación del 2,9%

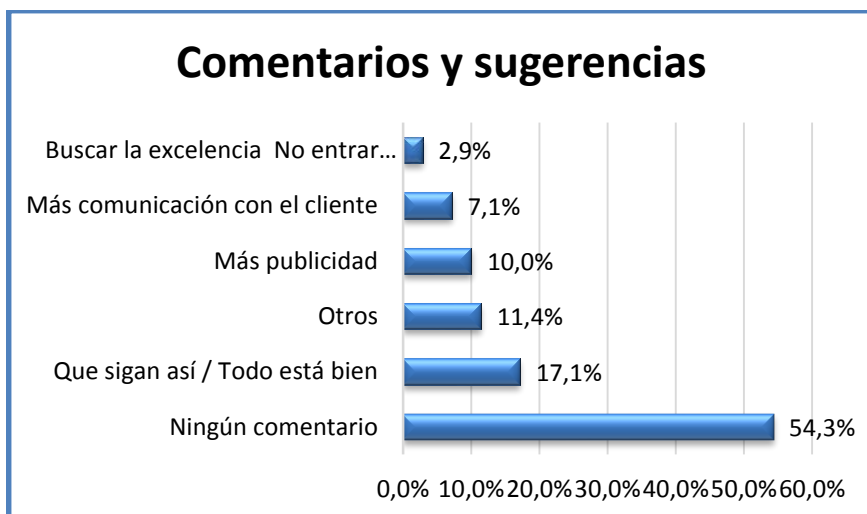


GRÁFICO N° 10

## 5.7 Publicidad

El que solamente el 38% del total de los encuestados haya podido ver las vallas publicitarias de la compañía que se encuentran situadas dentro de la ciudad de Cali, es un hecho preocupante desde el punto de vista de la penetración de mercado y la recordación en la mente de los consumidores.



GRÁFICO N° 11

Con este resultado se evidencia otra de las tareas pendientes que tiene la compañía: invertir en publicidad, bien sea por medio de vallas publicitarias, prensa, radio, tv, entre otros para alcanzar un mayor reconocimiento dentro del mercado objetivo y con ello llegar a una mayor penetración del mercado.

## **6. CONCLUSION**

Del presente estudio realizado se logra enfatizar lo aprendido en los cursos de Investigación de Mercados, Estadística y Probabilidades, dictados en la Universidad Icesi. Recordamos temas estadísticos, como el tipo de estudio y el tipo de muestra, temas de investigación de mercados, como métodos de recolección y análisis de datos cuantitativos, y definición de las etapas del proceso de investigación.

## **7. APRENDIZAJES PROYECTO DE GRADO**

- Llevar a la práctica y a un escenario real los conocimientos adquiridos permite reafirmarlos y darle un valor agregado a la organización, por medio de la recopilación y análisis de los resultados encontrados a raíz del trabajo de campo.
- El trabajo como una responsabilidad individual permite entender que el mundo empresarial espera siempre resultados óptimos , y no explicaciones o excusas del trabajo no logrado

## **BIBLIOGRAFÍA**

Reyes, J. H. (2011). Una Mirada Historica sobre los Seguros y sus inicios en Colombia. *Revista La Salle*, 154.

Babin, W. G.-B. (2009). Investigación de Mercados. En W. G.-B. Babin, *El proceso de Investigación de Mercados* (pág. 60). México: Cengage Learning.

[www.fasecolda.com/files/1913/9101/5728/historia\\_legal\\_del\\_seguro\\_en\\_colombia.pdf](http://www.fasecolda.com/files/1913/9101/5728/historia_legal_del_seguro_en_colombia.pdf)

[www.aroca-aristizabal.com](http://www.aroca-aristizabal.com)