

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA  
GESTION EN EL AREA DE VIDA Y SALUD EN LA EMPRESA  
ESPINOSA ROMERO LTDA.**

**DANNY WILLIAM CRUZ PUENTES  
JEISON EDU HOYOS ORTEGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
UNIVERSIDAD DE SUCRE  
SINCELEJO  
2009**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA  
GESTION EN EL AREA DE VIDA Y SALUD EN LA EMPRESA  
ESPINOSA ROMERO LTDA.**

**DANNY WILLIAM CRUZ PUENTES  
JEISON EDU HOYOS ORTEGA**

**Trabajo de Pasantías presentado como requisito para optar por el titulo de  
Administrador de Empresas**

**HENRY TORRES MENDOZA  
Docente de Mercadeo**

**Director**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
UNIVERSIDAD DE SUCRE  
SINCELEJO  
2009**

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el común denominador en las empresas es la tendencia a procurar productos y servicios que consigan cautivar más usuarios. Es indispensable enterarse de lo que sucede en el entorno y estar atento a las nuevas exigencias y expectativas del cambiante mercado. Las empresas hoy en día compiten esencialmente con servicios y es de vital importancia hacer uso de habilidades, conocimientos e instrumentos que permitan una rápida y flexible adaptación a los cambios; logrando posicionarse entre los mejores y alcanzar el tan deseado éxito. Para conquistar esta meta se hace necesario estar preparado para confrontar las constantes exigencias y abarcar las posibilidades del mercado.

El sector asegurador no es ajeno a estas condiciones del entorno. Por lo tanto, mediante este escrito se pretende exponer el camino que llevará a Espinosa Romero Ltda. Hacia una posición que lidere, articule e incremente las ventas y el número de usuarios de los productos de vida y salud que ofrece; cumpliendo además con los criterios de cobertura, calidad, equidad y pertinencia sin dejar de lado el enfoque social. Es así como con el desarrollo del presente plan se acomete el desafío de implantar el método más efectivo para competir en el sector asegurador, ofreciendo mejores productos y servicios, permitiendo además una invaluable retroalimentación de acuerdo con las exigencias y requerimientos de los clientes y usuarios que ayudará en la determinación de los pasos a seguir y la selección del mejor método de sugestión y compromiso con la metodología y el tiempo propuesto para alcanzar los objetivos establecidos.

El área de vida y salud de la empresa Espinosa Romero Ltda. Será la guía durante el proceso de promoción y colocación de los productos y servicios de la compañía. La contribución de esta empresa al desarrollo social y económico de la región será evidente, puesto que muchos habitantes de Sincelejo y Sucre no cuentan con la adecuada información en cuanto a los beneficios de las pólizas de seguros; las cuales buscan garantizar y resguardar los bienes más preciados del ser humano:

La salud y la vida. La implementación de estrategias se realizará de afuera hacia adentro, ya que de esta manera se podrá conocer las necesidades que presentan los clientes y la mejor manera de abordarlas

El contenido del presente informe es el producto del esfuerzo por fortalecer el área de vida y salud de la empresa Espinosa Romero Ltda. Mediante la elaboración de un plan que permita definir estrategias y actividades con el fin de corregir desviaciones que dificulten las gestiones tanto administrativas como operativas que buscan la consecución de los objetivos en el corto y largo plazo y que persiguen mejorar la prestación de servicios a la población asegurada.

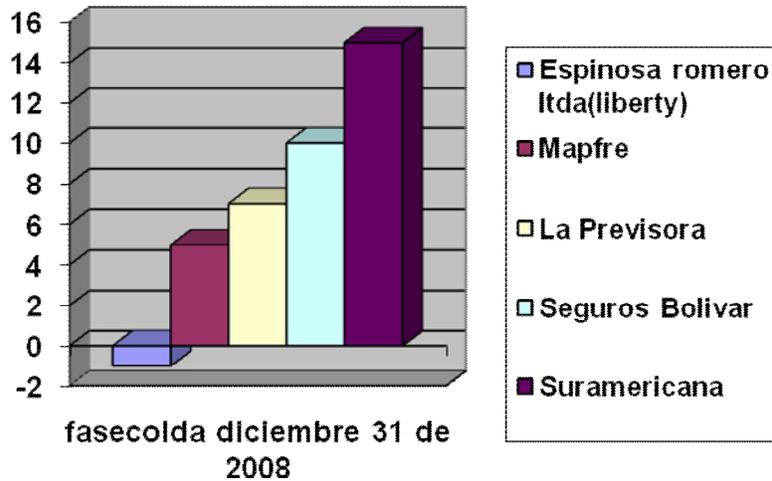
# Capitulo I

## **1. ANTECEDENTES DEL AREA DE VIDA Y SALUD DE LA EMPRESA ESPINOSA ROMERO LTDA.**

ESPINOSA ROMERO LTDA. Es una agencia colocadora de seguros que tiene como objeto social, la promoción de contratos de seguros por medio de los intermediarios que la aseguradora LIBERTY SEGUROS ponga bajo su dependencia para administrarlos. Está constituida por escritura pública numero 0000004 de la notaria primera de Sincelejo del 3 de enero del año 2001 y matriculada en la cámara de comercio bajo el numero 00025580 el día 9 de enero del 2001 registrada ante la DIAN mediante el NIT 823.002.753-2. Se encuentra ubicada en la calle 21 N° 16-11, edificio centro ganadero y profesional piso 1, sector La Pajuela en Sincelejo – Sucre.

El área de vida y salud en la empresa ESPINOSA ROMERO LTDA está constituida por diferentes productos (haciendo referencia específicamente a las diferentes pólizas), que distribuye y comercializa a la compañía LIBERTY SEGUROS S.A en la ciudad de Sincelejo tales como: Póliza de accidentes individuales, vida grupo, vida pesos, vida eficaz, liberty life, exequias, familiar, collage, total help MD, health evolution, eventos críticos y enfermedades graves. Como se puede notar, es un portafolio de servicios muy amplio.

El área de vida y salud se ha visto afectada por un decrecimiento en las ventas de sus productos, lo que no le ha permitido alcanzar la meta de crecimiento del 10% propuesto. Encontrándose posicionada en un quinto lugar entre las cinco compañías que hacen presencia en la ciudad de Sincelejo. Esta situación es mucho más crítica si se compara con las compañías aseguradoras que comparten el mercado local como lo son: SURAMERICANA DE SEGUROS, que tuvo un crecimiento superior al 15% seguido de SEGUROS BOLÍVAR con crecimiento del 10% en esta área. Tal como se representa en el siguiente grafico. <sup>1</sup>



Es por ello se pretende diseñar un plan estratégico que permita fortalecer la gestión en el área de vida y salud, con el fin de mantener un equilibrio en la compañía que le permita la consecución exitosa de los objetivos planteados, evitando posibles desviaciones que dificulten la gestión tanto administrativa como operativa, que vallan en detrimento de la proyección organizacional.

En un mundo de alta competitividad de productos o servicios, en el cambiante entorno del marketing, es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado. Para ello, es de vital importancia asegurar el éxito de las empresas a través del uso de técnicas y herramientas disponibles, como lo es llevar a cabo un plan estratégico para mejorar la gestión en el área de vida y salud en la empresa Espinosa Romero Ltda.

---

1  
www.fasecolda.com informe de Primas emitidas, discriminadas por ciudades ramos y compañías junio – diciembre de 2008

## 2. MERCADO DE POLIZAS DE VIDA Y SALUD.

El mercadeo es un proceso gerencial e integral a todo nivel que realiza el análisis, Planeación, implementación y control de los servicios objetivos, diseñados para que originen intercambios voluntarios de valores con mercados seleccionados, con el fin de alcanzar los propósitos y misión de la organización. Se basa en esencia

en la laceración de ofertas de servicios de calidad de acuerdo a las necesidades y deseos de los mercados seleccionados, con políticas de precios adecuadas; buena distribución y entrega de servicios, y con claros objetivos de comunicación, para motivar una acción de compra y satisfacer así a los clientes del mercado.

Cabe destacar entonces que: el mercado no debe estar o trabajar aislado de la organización, debe enfocarse a mercados seleccionados, entendidos como grupos de personas y o instituciones a las cuales se acoplan por todas sus características, los servicios que se ofrecen.

Según algunos mercadólogos como Kotler, Lamb, su desarrollo se basa en las cuatro P que deben manejarse con criterio gerencial, ellas son: precio, plaza, promoción y producto. Los conceptos que nos ayudan a combinar estas 4P son la segmentación de mercado y la planeación estratégica en mercadeo. Y el proceso que alimenta al mercado es la investigación de mercado.

Como podemos ver en ambas definiciones lo que se requiere por parte de las entidades aseguradoras es el desarrollo de estrategias innovadoras.

## **2.1. Porque necesitamos pólizas de vida y salud en el mercado.**

Por tres razones como:

### **2.1.1 Salvaguardar la integridad de cada persona.**

La vida es uno de los derechos fundamentales y para salvaguardar la integridad física de todos y cada uno de los ciudadanos colombianos, se ha convertido junto con el derecho a la salud en un servicio prestado por diferentes entes y regidos bajo leyes del mercado en las fluctuaciones de la oferta y la demanda.

Actualmente las empresas que ofrecen este tipo de pólizas (vida y salud) contribuyen en buena parte al producto interno bruto de un país ya sea desarrollado o en vía de desarrollo. Eso quiere decir que todos los productos que

se pongan a disposición para salvaguardar la integridad de la persona, al permitir la adquisición de cada uno de ellos, generan un impacto económico.

### **2.1.2. Como complemento al plan obligatorio de salud (POS).**

El plan obligatorio de salud presenta algunas deficiencias que el estado ha tratado de mejorar en cuanto salud se refiere. Las pólizas de salud si bien lo que buscan es hacer que este servicio se preste de forma mas adecuada y optima, gracias a los amplios convenios que establecen las empresas aseguradoras con las diferentes entidades que prestan estos servicios llámense hospitales, clínicas o centro de atención primaria.

### **2.1.3. Clientes más informados y exigentes.**

Sin lugar a dudas la sociedad de hoy cuenta con mayor información y sabe manejarla, ya que con los diferentes avances tecnológicos se hace más fácil obtenerla, los clientes de hoy conocen mas sobre los productos y o servicios que protejan su forma de vida , así como las diferentes restricciones legales, ello los hace comportarse de manera exigente, por ello el mercadeo exige que la organización cuente con un equipo innovador en aras de ofrecer productos y o servicios acordes a las exigencia de los clientes.

## **3. PROCESO DE SUSCRIPCIONDE POLIZAS DE LA EMPRESA ESPINOSA ROMERO LTDA.**

Los diferentes asesores de seguros tienen como finalidad comercializar y promocionar las diferentes pólizas que ofrece la empresa aseguradora, ya sean a través de personas naturales, jurídicas, entes territoriales u otro tipo de usuarios, mediante criterios de eficiencia y calidad. Desarrollar y aplicar habilidades de negociación y formas de contratación de los seguros en diferentes segmentos de mercado ,hacer seguimiento según sea el vencimiento establecido para cada póliza, así como la remisión de la información que llaga a la compañía aseguradora sea la idónea.

### 3.1. Factores que han afectado negativamente el proceso de venta y suscripción del área de vida y salud de la empresa Espinosa Romero Ltda.

Según observaciones durante la pasantía estas son algunas de las dificultades para mercadear y suscribir las pólizas de vida y salud. Aquí se refiere a los elementos que dificultan más la aplicación del mercadeo.

- La mayor incertidumbre en la compra de la póliza: Es muy claro que para el ser humano no es lo mismo comprar un servicio como lo es una póliza de salud, que comprar un carro, una casa, un celular o cualquier otra cosa, la compra de una póliza ya sea de vida o salud genera mayor incertidumbre, lo que dificulta el lograr una mayor satisfacción de las expectativas con la que llegan los clientes.
- La experiencia: El valor de la experiencia como factor para decidir una compra es esencial en muchos productos y o servicios. Mas en el campo de las aseguradoras, es por ello que muchas veces es tan difícil para una persona ingresa por primera vez en este campo adaptarse.
- Dificultad de los asesores en la diferenciación de las coberturas en las pólizas, ya que uno de los propósitos genéricos que busca el mercadeo es diferenciarse, entendido como una de las características con la cual me identifican y me posicionan en la mente de los usuarios y que la competencia no tenga.
- La estandarización de la calidad: en el campo de los productos ha habido un gran desarrollo hasta llegar a las normas ISO de reconocimiento internacional, en el campo de los servicios y sobretodo en el de las aseguradoras, más que las maquinas, se deben estandarizar comportamientos humanos de cultura de servicio al usuario y de calidad humana.

- Falta de compromiso de los asesores: lo que debemos buscar es desarrollar la mentalidad de compromiso en los asesores para incrementar las ventas de estos productos y o servicios de vida y salud. La organización o profesional que logre comprender que con su servicio y actitud humana de alta calidad lograra un impacto en la oferta de sus servicios, y habrá sorteado una de las mayores dificultades para lograr mayores ventas de este tipo de póliza.
- Falta de cultura por parte de los clientes en adquirir pólizas de esta naturaleza: esta es una dificultad no fácil de superar, al realizar asesorías personalizadas a cada uno de los clientes, dejando claro los puntos que enuncie en los beneficios de estos productos y o servicios.

### **3.2. DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTION EN EL AREA DE VIDA Y SALUD EN LA EMPRESA ESPINOSA ROMERO LTDA.**

Los constantes cambios que se presentan en el sector asegurador, hace que las empresas estén en busca de innovar cada producto y o servicios dando valor agregado para ofrecer y promocionar sus productos.

La satisfacción del cliente interno y externo es parte de los atributos en la venta de pólizas de vida y salud. En esta atención uno de los principales componentes esta constituido por las relaciones que se establecen entre ellos.

El presente diseño de este plan busca crear conciencia en la empresa Espinosa Romero Ltda., sobre la necesidad aprender mercadear y ofrecer las pólizas de vida y salud, brindando algunas herramientas que se consideran importantes,

frente a la promoción de sus productos y o servicios y la negociación y contratación de los mismos.

Para Espinosa Romero Ltda. Es un soporte contar con las estrategias presentadas se logre alcanzar un proceso unificado ágil y eficaz contar con el compromiso del recurso humano de la empresa y así alcanzar sus objetivos.

Para la elaboración de este plan se ha tomado como base la información generada por la observación directa, entrevistas, posteriormente se realizó un diagnostico situacional de la empresa para definir las estrategias a utilizar. Se tendrá en cuenta que el proceso de mercadeo de las pólizas de vida y salud es casi nulo.

# Capítulo II

## 1. INTRODUCCION

El sistema financiero es ese mecanismo dinámico en constante evolución, que es necesario descubrir para comprender en plenitud su funcionamiento, es la base sobre la cual se fundamenta el funcionamiento y evolución de los demás sectores: Productivo y comercial. El sistema financiero en el país se identificó hasta hace poco con la banca comercial, pero con fenómenos como la industrialización de modelos proteccionistas y recientemente con la apertura y la internacionalización, se registró una profundización y diversificación del mercado, con el surgimiento y desarrollo rápido de otras entidades además de los bancos, como es el caso de las corporaciones financieras, las compañías de financiamiento comercial, las bolsas de valores, las compañías administradoras de fondos y cesantías y las compañías de seguros. Estas últimas son especializadas en asumir riesgos de terceros mediante la expedición de pólizas de seguros.

En Colombia existen dos tipos de compañías de seguros: Las compañías de seguros generales que buscan mediante la expedición de pólizas cubrir los riesgos de robo, hurto, daños, transporte de mercancías, incendios, terremoto, amparo de lucro cesante, manejo, cumplimiento y todas aquellas actividades para las cuales se les haya autorizado a expedir pólizas y las compañías de seguros de vida, las cuales se especializan en cubrir, mediante la expedición de pólizas, los riesgos de muerte, en forma individual o colectiva; así como accidentes personales, hospitalización, cirugía, etc.

El negocio del seguro, constituye para sus clientes un servicio importante, razón por la cual las personas asignadas al asesoramiento, necesitan fortalecer y ampliar sus conocimientos sobre la materia. El mercado asegurador históricamente ha solicitado, capacitación específica del tema al sector.

Otra característica del sector asegurador es su presencia dentro de las estadísticas macroeconómicas, lo que permite utilizar estas para sacar conclusiones de la importancia de la actividad aseguradora o su evolución.

Se hace necesaria la innovación en mecanismos financieros que permitan una adecuada diversificación de riesgos para que las personas y los países tengan acceso inmediato ante cualquier tipo de evento que se pueda presentar. Por tal motivo, el plan estratégico para el área de vida y salud en la empresa ESPINOSA ROMERO LTDA nace con la finalidad de transformarla en una compañía integral en cada uno de los productos y servicios a fin de mantener un equilibrio en todos los campos, dar respuestas a las nuevas demandas y retos que se hallan en el sector asegurador y que está enmarcado en la búsqueda de la ampliación de la cobertura, el incremento de la eficiencia del sector y garantizando la calidad del servicio prestado. Con la llegada de nuevos competidores al entorno y teniendo como referencia el bajo nivel de ventas que se ha presentando en esta área, se profundizará en la estrategia para alcanzar la meta propuesta.

## 2. ANALISIS DEL ENTORNO.

El municipio de Sincelejo, capital del departamento de sucre se encuentra ubicado al nordeste del país, tiene una extensión total de 28.134 hectáreas, con una altura sobre el nivel del mar de 213 metros, y limita al sur con el municipio de Sampues y el departamento de Córdoba; por el oeste con los municipios de Palmito y Tolú; por el norte con los municipios de Tolú y Tolú viejo, por el este con los municipios de Corozal y Morroa.

Posee un total de 121 corregimientos. La principal autoridad es el alcalde, seguido de otras dependencias como: secretaria de hacienda, educación, desarrollo económico y medio ambiente, planeación, infraestructura, prensa, salud, administrativo, tránsito y transporte.

Según el último censo realizado en el 2005<sup>1</sup> por el DANE la población Sincelejana era de unos 269.010 habitantes distribuidos por estratos de la siguiente manera

**Tabla de estratificación Sincelejo**

| <b>ESTRATOS</b> | <b>TOTAL<br/>POBLACION</b> | <b>%</b>   |
|-----------------|----------------------------|------------|
| 1. BAJO-BAJO    | 69.350                     | 25.8       |
| 2. BAJO         | 99.937                     | 37         |
| 3.MEDIO-BAJO    | 71.165                     | 26.5       |
| 4.MEDIO         | 23.842                     | 8.9        |
| 5.MEDIO-ALTO    | 1.834                      | 0.7        |
| 6.ALTO          | 2.882                      | 1.1        |
| <b>TOTAL</b>    | <b>269.010</b>             | <b>100</b> |

---

<sup>1</sup> DANE

El plan de desarrollo departamental establece políticas relacionadas con el trato de las diferentes áreas de desarrollo. Entre las que encontramos:

Área de desarrollo económico

Área de desarrollo institucional.

Área de desarrollo territorial.

Área de desarrollo social.

Área de gobernabilidad democrática y paz.

También establecen estrategias para el uso de la tierra con respecto al planteamiento urbano.

## **2.1 Análisis del Mercado**

En el Municipio de Sincelejo se cuenta actualmente con una población total de 269.010 habitantes de los cuales el 10.7% (28658) pertenece al área de clientes potenciales de la empresa.

### **2.1.1 Caracterización De La Población del municipio De Sincelejo.**

El municipio de Sincelejo cuenta con una población de 269.010 habitantes entre los cuáles solo el 11% de la población se encuentra afiliada al régimen contributivo, El 25% pertenece a las personas sin ser identificadas, el 31% se encuentran afiliadas a seguridad social y el 33% al régimen subsidiado.

En cuánto a la parte de vida solo el 5.25% conoce lo que es una póliza de vida, lo que da ha entender que solo las personas de estrato alto en la ciudad tiene una de estas pólizas con alguna entidad aseguradora.

---

<sup>3</sup> Plan de Desarrollo Municipal Sincelejo 2008-2011

### **2.1.2 Caracterización de la Oferta de Pólizas de vida y salud en Sincelejo.**

El municipio de Sincelejo se encuentran 5 aseguradoras que ofrecen este tipo de productos de formas similares:

- **LA PREVISORA S.A:**

Portafolio de productos: Vida grupo, accidentes personales; accidentes educativos.

- **SURAMERICANA DE SEGUROS S. A.**

Entre su portafolio de productos y servicios encontramos: Accidentes personales, vida individual., exequial. Vida grupo, enfermedades graves, salud global. Salud sura.

- **SEGUROS BOLIVAR S.A.**

Productos ofrecidos en al área personas encontramos:

Educación total, renta mensual, Word médica, medica familiar, salud para toda la familia.

- **MAPFRE SEGUROS.**

**Portafolio de productos y o servicios**

Vida plena, vida plus, plan seguro de ahorros, vida Premium, vida, asistencia exequial .vida grupo, vida grupo deudores, accidentes escolares.

## **2.2. Análisis de los clientes.**

Este análisis se basa en una proyección que se tiene sobre los clientes directos e indirectos que forman parte de la empresa entre los cuales encontramos

### **2.2.1. Clientes internos.**

Son todos aquellos clientes los cuales poseen relación comercial con la empresa entre ellos se encuentran; los asesores de seguros, oleoductos, empleados.

### **2.2.2 Clientes externos.**

Son aquellos que tienen vinculación con la empresa a través de las diferentes pólizas que ofrece. Entre los cuales hallamos a los proveedores, entidades con ánimo y sin ánimo de lucro, consorcios uniones temporales, clínicas, hospitales, personas naturales, etc.

### **2.3. Análisis externo**

El comportamiento financiero del sector asegurador colombiano en el 2008 presentó grandes contrastes. El resultado técnico de la industria, esto es, el que corresponde a la gestión propia del negocio de los seguros fue negativo y registró un deterioro. De otro lado, los rendimientos de las inversiones se incrementaron, paradójicamente, como resultado de factores vinculados con la crisis financiera internacional y sus repercusiones sobre la economía colombiana, a la vez que permitieron compensar las pérdidas técnicas y elevar las utilidades de la industria frente al 2007.

El resultado técnico de la industria aseguradora está definido como la diferencia entre los ingresos por primas devengadas correspondientes a la venta de pólizas de seguros, netos de las reservas constituidas para hacer frente a siniestros futuros y los costos de operación. Entre estos, su principal componente son los recursos necesarios para reparar a los asegurados quienes tuvieron siniestros. Los otros gastos de la industria comprenden los administrativos y las comisiones pagadas a corredores e intermediarios que tienen a su cargo la colocación de pólizas entre los clientes finales.

El resultado técnico en el 2008 para el total de la industria fue negativo en \$690.000 millones. El saldo técnico negativo se dio tanto entre las compañías de seguros generales que se especializan en la colocación de seguros de daños, así como en las compañías que ofrecen seguros de vida individual y vida grupo, accidentes personales, salud, y los ramos de la seguridad social que incluyen protección de riesgos profesionales, seguros previsionales y rentas vitalicias para los pensionados.

El resultado técnico negativo de la industria aseguradora contrasta con lo observado en el rendimiento de las inversiones. El producto total de las inversiones alcanzó \$1.464 millones de dólares, cerca del doble de lo logrado en el 2007. El aumento en el retorno a la inversión de portafolio obedeció a una coyuntura transitoria e inesperada: los mayores rendimientos en pesos de las reservas de terremoto que, por ley, deben invertirse en el exterior, gracias principalmente a la devaluación de la tasa de cambio y, sobre todo, los de las inversiones en Colombia por la valorización a precios de mercado de los títulos de deuda, en virtud de la rebaja de las tasas de interés promovidas por el Banco de la República. El rendimiento de inversiones permitió no solo compensar el resultado técnico negativo, sino incrementar las utilidades de la industria aseguradora en el 2008. Éstas alcanzaron un total de \$707 millones de dólares, frente a \$418 en el 2007.

Para el 2009, las perspectivas del sector son menos favorables. La desaceleración en el crecimiento de la economía, que se estima no superará el 2% anual, se prevé repercutirá en un estancamiento en el número de pólizas emitidas.

De otro lado, se proyecta un incremento sostenido en el costo del reaseguro como resultado de las pérdidas en los portafolios registrados por las reaseguradoras a raíz de la crisis internacional. A esto se suma la continuación de una tendencia creciente de los pagos por siniestros ocurridos en el pasado y en los gastos operativos de la industria, resultantes del proceso inflacionario que se registró en el 2008.

De igual manera, se espera que continúe la volatilidad de las inversiones de portafolio sin asegurarse un mayor rendimiento. Estas circunstancias llevan a destacar las recomendaciones expresadas por el Superintendente Financiero en la pasada 'Convención Internacional de Seguros' y es la importancia de volver a lo fundamental del negocio mediante la consolidación de una suficiencia de tarifas, como lo dispone el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero.

## **2.4. Análisis del producto**

### **2.4.1. Pólizas de vida.**

#### **2.4.1.1. Vida pesos:**

Es una póliza diseñada para personas naturales que deseen estar protegidos para cualquier eventualidad y cuyo objetivo es garantizar la estabilidad de la familia en caso de que algún día la persona llegue a faltar.

##### **2.4.1.1.1. Características:**

- cuenta con planes de ahorro programados, para que la persona forme un capital que le sirva como pensión.
- El costo del seguro se mantiene estable mediante un periodo de 10 años o por el periodo pactado para el pago de sus primas.
- Se puede actualizar el valor asegurado de acuerdo a las necesidades de protección y capacidad de pago.

#### **2.4.1.2. Life.**

Es una póliza diseñada para personas naturales con valores de ahorro y protección expresados en dólares, además es un seguro temporal a diez años, la prima permanece nivelada durante cada periodo.

##### 2.4.1.2.1. Características:

- Por estar expresado en dólares protege el capital asegurado contra la devaluación y otras eventualidades económicas.
- Los valores asegurados conservan su valor adquisitivo sin pagar recargo o prima adicional.
- En la opción de ahorro se puede retirar parcial o totalmente el valor ahorrado.

#### **2.4.1.3. Vida Grupo.**

Es una póliza cuyo objetivo es asegurar a un grupo de personas, puede estar conformado por personas naturales, vinculadas bajo una misma personería jurídica o que tengan una tercera persona (tomador) relaciones estables de la misma naturaleza, cualquiera que sea la modalidad del grupo contratado.

##### 2.4.1.3.1. Características:

- Cobertura inmediata.
- Se puede expedir la póliza con un mínimo de 10 persona aseguradas.
- Costo de prima ajustado a la capacidad de pago.
- Primas diferentes para hombres y mujeres.

#### **2.4.1.4. Eficaz.**

Es un seguro temporal a un año con renovable automáticamente puede ser contratado en pesos o en dólares. Diseñada para un mercado objetivo de edades menores a 70 años y trabajadores con ingresos medios, que deseen prever eventos, lesione orgánicas o alteraciones.

##### 2.4.1.4.1. Características:

- Tarifas preferenciales para mujeres
- Opción de convertibilidad a un seguro de vida entera.
- Costos más bajos.

## **2.4.2. Pólizas de Salud.**

### **2.4.2.1. Salud Esencial.**

Es una póliza modular , creada para personas pertenecientes a estratos medios , ideal para complementar el Plan Obligatorio en Salud (POS), que ofrece cobertura ilimitada en toda hospitalización y / o cirugía dentro de la red medica de Liberty seguros, como consecuencia de una enfermedad, accidente o maternidad.

#### 2.4.2.1.1. Características:

- Orientación médica básica telefónica.
- Asistencia médica domiciliaria.
- Traslados de emergencia.

### **2.4.2.2. Total Help MD.**

Póliza de salud dirigida a personas de estratos mas altos y cuyo objetivo es brindar una excelente cobertura en salud.

#### 2.4.2.2.1. Características:

- Amplia red de médicos e instituciones de salud.
- Cobertura ilimitada.
- Opción de escoger libremente médicos o instituciones hospitalarias y centros de diagnósticos.
- Servicios médicos internacionales.

### **2.4.2.3. Eventos Críticos.**

Es un seguro para complementar cualquier plan de salud en los gastos incurridos por cirugía y / o tratamientos por enfermedades de alto costo o catastróficas.

#### 2.4.2.3.1. Características

- Amplia red de médicos en Colombia y en el exterior.
- Cubrimientos de 6 situaciones de salud cuya atención genera grandes gastos.
- Exoneración de pagos de prima y los de mas asegurados de la póliza por la muerte del tomador.

### **3. ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO**

El planeamiento estratégico es el camino a través del cual la institución revisa su razón de ser, define cuál va a ser su visión de futuro, cuáles deben ser sus principales objetivos, convirtiéndose en el marco de referencia para la toma de decisiones y la ejecución de planes y actividades. ¿En qué sector se encuentra posicionada actualmente la organización? ¿Qué está sucediendo en el entorno?, ¿Qué es lo que debería estar haciendo la institución? Estas son las grandes cuestiones que el plan estratégico viene a responder a partir de sus componentes.

#### **3.1. COMPONENTES DEL PLAN ESTRATEGICO DE ESPINOSA ROMERO LTDA**

##### **3.1.1. MISION**

**T**rabajar en el desarrollo de productos y servicios para la adecuada protección de las familias y los s ciudadanos sincelejanos.

##### **3.1.2. VISION**

**Q**uemos ser reconocidos por nuestros clientes distribuidores y clientes asegurados como la mejor compañía en términos de servicio, por la CLARIDAD de nuestras políticas, la CALIDAD de nuestros productos, la FACILIDAD de nuestros procesos y la TRANSPARENCIA de nuestros compromisos.

#### **3.2. VALORES INSTITUCIONALES**

##### **3.2.1. RESPETO:**

**P**rincipio fundamental para construir una convivencia armónica; es reconocer la diversidad de ideas, culturas, niveles sociales, dentro de un marco de equidad y

convivencia.

Está representada por actitudes y comportamientos como:

- Aceptación de la diferencia.
- Igualdad de derechos y deberes.
- Reciprocidad.
- Conocer los límites: En donde termino yo y comienza el otro.

3.2.2. Honestidad:

**E**s el principio moral que guía el comportamiento de toda la familia Liberty, que nos hace ser líderes y reconocidos en nuestro entorno laboral, familiar y social, por nuestra rectitud y transparencia. Está representada por actitudes y comportamientos como:

- Coherencia entre Pensar, Decir y Actuar.
- Verdad.
- Honradez.
- Integridad.
- Equidad.

3.2.3. RESPONSABILIDAD:

Capacidad de desarrollar y cumplir de manera autónoma, organizada y eficiente con las obligaciones, metas y objetivos tanto individuales como colectivos. Está representada por actitudes y comportamientos como:

- Conocimiento de los productos, procesos y servicios.
- Calidad en la ejecución de los procesos.
- Profesionalismo.
- Trabajo por objetivos.

#### 3.2.4. Lealtad:

**E**s la convicción y compromiso moral que adquirimos al compartir el mismo ideal siendo fieles a los principios, normas, convicciones y velando por los intereses de la Compañía. Está representada por actitudes y comportamientos como:

- Convicción frente a un ideal.
- Confianza.
- Fidelidad.
- Incondicionalidad.
- Confidencialidad.

#### 3.2.5. Compromiso:

**A**sumir con dedicación, seriedad, profesionalismo y entrega el rol que cada persona desempeña dentro de la familia Liberty. Está representada por actitudes y comportamientos como:

- "Ponerse la camiseta".
- Orientación al logro.
- Dedicación y cumplimiento.
- Anteponer los intereses colectivos a los intereses individuales.

## **4. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS**

Además de la Misión, la Visión y los Valores de ESPINOSA ROMERO LTDA se hace fundamental la identificación de los principales pilares o direccionadores. Estratégicos dentro de los cuales se enmarcarán sus principales objetivos y retos para los próximos años.

La definición de estos Lineamientos Estratégicos le permitirá a la compañía concentrarse, focalizarse, para poder llegar al destino final que se ha propuesto en este plan.

La identificación de estos principales Lineamientos Estratégicos se fundamenta en el análisis previo realizado para la identificación de las oportunidades y amenazas a las que se ve enfrentado ESPINOSA ROMERO LTDA, así como Luego de la identificación de sus fortalezas y debilidades internas.

Este análisis DOFA se ha realizado teniendo en cuenta la situación del entorno externo e interno de la compañía y podrá ser observado con mayor detalle en un capítulo posterior, en el presente documento.

### **4.1. Lineamientos estratégicos de ESPINOSA ROMERO LTDA.**

#### **4.1.1. Diversificación y ampliación del portafolio.**

En Espinosa Romero se comercializaran nuevos productos a nivel local y del departamento en función de las necesidades del mercado.

#### **4.1.2. Desarrollar un esquema comercial efectivo.**

Se contará con un esquema comercial que identifique oportunidades, que establezca alianzas y dirección en el nuevo rumbo del negocio.

#### **4.1.3. Modernización tecnológica.**

Se contará con las herramientas tecnológicas adecuadas que permitan operar eficientemente la gestión institucional.

#### **4.1.4. Excelencia Operacional.**

Se logrará desarrollar unos procesos eficientes a través de diferentes herramientas y mecanismos de gestión.

#### **4.1.5. Gestión y desarrollo del Talento Humano**

Los funcionarios y asesores de la compañía tendrán las competencias adecuadas y se contará con planes de inversión para su desarrollo.

#### **4.1.6. Gestión efectiva de los Recursos Financieros y Administración del Riesgo**

Se crearán los mecanismos de recaudo, captación y colocación de recursos con control adecuado del riesgo y cubrimiento de la exposición para satisfacer las necesidades propias de la compañía y del mercado

.

#### **4.1.7. Servicio orientado al cliente**

Se velará por ofrecer un servicio de calidad al cliente cumpliendo sus expectativas basado en procesos de transporte y oportunos

## **5. DIAGNOSTICO ESTRATEGICO (ANALISIS DOFA)**

### **5.1. Debilidades**

- Demoras en los tiempos de respuesta a algunos trámites solicitados.
- Desconocimiento del comportamiento del sector por falta de investigación de mercados.
- Deficiencia en la delegación y cumplimiento de algunas funciones.
- Falta de proyección empresarial.
- Falta de una regulación más exigente para la aplicabilidad del control.
- No contar con recurso humano lo suficientemente capacitado para atender el mercado

### **5.2. Oportunidades**

- Mercado de pólizas poco explorado por las aseguradoras que ofrecen este producto.
- Variedad de los productos ofrecidos con relación a la competencia.
- Asistencias adicionales sin costo.
- Forma de fraccionamiento de primas.
- Ampliación de coberturas.
- Productos dirigidos a segmentos específicos del mercado.

- Participación activa en los diferentes escenarios donde se pueda dar a conocer nuestro portafolio de servicio, sea en licitaciones públicas o privadas.

### **5.3. Fortalezas**

- Compromiso de los funcionarios con los objetivos estratégicos de la Entidad
- Preferencia por la eficiencia y honestidad con que se realizan la prestación de servicios.
- Estabilidad laboral de los funcionarios.
- Liderazgo de la gerencia y el grupo de colaboradores
- Seriedad cumplimiento y eficiencia de los servicios prestado
- Amplia red medica para los asegurados en la compañía.
- Línea de servicio al cliente habilitada las 24 horas para consultas.
- Asistencias jurídicas por cualquier evento.
- Respaldo de una compañía con amplio reconocimiento nacional e internacional.

#### **5.4. Amenazas:**

- Poca cultura por parte de los habitantes del municipio de Sincelejo en la obtención de este tipo de productos.
- Poco poder adquisitivo. Para obtener cualquier tipo de pólizas.
- Desconocimiento del mercado de seguros de salud y vida.
- Posible entrada al mercado de nuevos competidores.

## **6. Objetivos estratégicos**

- Aumentar en un 10% el crecimiento de ventas en el área de vida y salud.
- Actualizar y sostener la plataforma tecnológica y los sistemas de información conforme a los requerimientos de la Entidad.
- Generar alternativas con el fin de optimizar los recursos presupuestales, para satisfacer oportunamente las necesidades de inversión y funcionamiento.
- Fortalecer el proceso de comunicación de la compañía a través de los componentes de comunicación organizacional e informativa para mejorar la interacción interna y externa de la Entidad y favorecer el logro de sus objetivos institucionales.
- Ofrecer un servicio más ágil, rápido, eficiente y eficaz.

## **7. Estrategias Del plan**

### **7.1. Estrategia para los servicios**

Actualizar el portafolio de servicios de tal manera que el mercado objetivo sepa cuales son los servicios que presta la compañía. .

### **7.2. Estrategia de promoción y publicidad.**

Ampliar la imagen corporativa de la compañía y dar a conocer los productos que se ofrecen en el mercado.

### **7.3. Estrategia de capacitación**

Brindar a los asesores de seguros a igual que los funcionarios de la compañía constantes capacitaciones en los productos del área de salud y vida.

### **7.4. Estrategia Operacional.**

Agilidad, eficiencia en los diferentes procesos relacionados con el cliente.

## **8. SISTEMA DE EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN ESTRATÉGICO**

Con el fin de evaluar integralmente la gestión de la entidad, la gerencia se encargara a de vigilar el cumplimiento de los objetivos del plan, para ello se apoyara en su equipo de trabajo para controlar posibles desviaciones que impidan el normal desarrollo de lo planeado.

## BIBLIOGRAFIA

SERNA, G.H, *Planeación y Gestión estratégica*, Legis, 1997

MORALES ARRIETA, Juan Antonio Y VELANDIA HERRERA, Néstor Fernando.  
*Salarios*. MC Graw Hill: 1999

MEYERS, Fred E. *Estudios de Tiempo y Movimiento*. Tearson Educación: 2000

[http://www.wikilearning.com/curso\\_gratis/la\\_administracion\\_de\\_recursos\\_humanos-reglamento\\_interno\\_de\\_trabajo\\_i/15947-39](http://www.wikilearning.com/curso_gratis/la_administracion_de_recursos_humanos-reglamento_interno_de_trabajo_i/15947-39)

<http://www.asmetasalud.org.co/El%20mantenimiento%20del%20orden%20empresarial%20interno%20y%20los%20procesos%20disciplinarios.pdf>

[www.metrocuadrado.com](http://www.metrocuadrado.com)

[www.Fasecolda.com](http://www.Fasecolda.com)

# **ANEXOS**