

Estrategias De Márketing Orientadas hacia el servicio al cliente en la EPS Compensar

Bogotá.

Angélica Bibiana Ávila Jiménez

Trabajo presentado para optar al título de Especialista en Gestión de Proyectos

Asesor

William del Toro

Bogotá, 2020

Gestión De Proyectos,

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios

ECACEN, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Nota de aceptación

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá, _____ de _____ 2020

Dedicatoria

Quiero dedicar este proyecto principalmente a mi madre, la guía espiritual de mi vida, a mi padre por darme la oportunidad de motivarme cada día también dedicar esto a mis familiares y amigos porque quiero dejar una reflexión de transparencia y profundo respeto por el trabajo y el esfuerzo que proyectamos a diario.

Gracias a esas metas y pensamientos positivos dirigirme a los jóvenes emprendedores de hoy para que con sus propósitos puedan salir adelante con los medios del éxito. Finalmente, agradecer a mi esposo que estuvo y me ha acompañado en mis mejores momentos, de la vida evaluando mi potencial entregando todo lo fundante de mi ser.

Por: Angélica Bibiana Ávila Jiménez

Agradecimientos

Primeramente, agradecer a mi padre celestial que todo lo puede el carisma y la paciencia que requirió ejercer esta gran meta. Ahora con todo el amor del mundo ofrezco sinceras y optimistas bondades y virtudes a mis hermanas y el apoyo de mi esposo amigos entre otros. Con las ideas claras, el café espeso todo en la vida tienes méritos y sacrificios.

Por: Angélica Bibiana Ávila Jiménez

Tabla de contenido

Introducción.....	10
Definición del problema (descripción y formulación).....	15
Objetivos del proyecto (general y específicos).....	16
Justificación del proyecto.....	17
Hipótesis.....	18
Marco teórico.....	19
Metodología, diseño de la investigación.....	23
Población y muestra.....	29
Diseño de variables.....	30
Recolección de información.....	31
Administración del proyecto.....	45
Recursos humanos, institucionales.....	51
Presupuesto.....	53
Cronograma de evaluación.....	55
Resultados de la investigación.....	58
Informa resultado trabajo de campo.....	58
Análisis de datos y discusión de resultados.....	68
Bibliografía y anexos.....	76

Lista de tablas

Tabla 1 Cuadro Comparativo.....	31
Tabla 2 Administración del Proyecto.....	38
Tabla 3 Cronograma de Evaluación.....	48

Lista de figuras

Figura 1 Fases del Proyecto	27
Figura 2 Selección de Muestra.....	31
Figura 3 Diseño de Variables.....	32
Figura 4 Ranking de satisfacción por empresa en 2019.....	33

Línea: Gestión de proyectos

Sublínea: estrategias de marketing

Temática: atención al cliente

Título: Estrategias De Márketing Orientadas hacia el servicio al cliente en la EPS

Compensar Bogotá.

Introducción

El área funcional de este proyecto está enfocada en la aplicación de estrategias de marketing en la empresa de seguros Compensar EPS Bogotá, Colombia. La propuesta es realizar un estudio para la observación y el desarrollo de las estrategias de marketing a la atención al cliente, porque es de una importancia muy beneficiosa para mejorar un servicio, dedicándole una fuerza promotora que puede avanzar en un futuro. Las estrategias tienen muchos puntos de dirección, pero principalmente nos enfocaremos en identificar el impacto dentro del área de ventas, de la forma de realizar las funciones de los diferentes colaboradores, asesores entre otros. Encaminado en la “atención al cliente”.

Por consiguiente, se plantea una hipótesis que da búsqueda a la problemática ocurrida en la empresa Compensar en el servicio al cliente. También, los objetivos generales jerarquizan a

Analizar las diferentes estructuras de marketing enfatizado hacia servicio de los clientes afiliados y no afiliados en la EPS Compensar Bogotá. Para extrapolar las áreas más afectadas que se han catalogado como importantes, las cuales serán el objeto de estudio de este proyecto de investigación y por consiguiente esta subyace en la prestación de servicios al cliente. Es decir, comunicarnos con el cliente, forma de prestar la atención y así encontrar las herramientas que nos permitan preparar a nuestros equipos comerciales asesores entre otros.

Para finalizar se realiza una recolección de datos que serán de ayuda en la discusión de los resultados y al desarrollar previamente, el proyecto, en la parte constructiva se cuenta

con el apoyo de documentos extraídos de la empresa Compensar en la parte técnica se refleja el muestreo, y la población como personas del común, afiliados y colaboradores de la empresa todo en un orden cronológico llevando el cronograma de las actividades a una aplicación con el presupuesto general seleccionado para el proyecto.

Palabras clave: marketing, estrategias, seguros, afiliados y colaboradores.

Abstract

The functional area of this Project is focused on the application of marketing strategies in the insurance Company Compensar EPS Bogotá, Colombia. The proposal is to carry out a study for the observation and developing of the marketing strategies to customer service, because it is of very beneficial importance to improve a service, dedicating a promoting force that can advance in the future. The strategies have many points of direction, but mainly we will focus on identifying the impact within the sales area, on the way the different collaborators, advisors, among others, perform the functions. Aimed at "customer service".

Therefore, a hypothesis is proposed that gives search to the problem occurred in the company Compensar in customer service. Also, the general objectives prioritize

Analyze the different marketing structures emphasized towards the service of affiliated and non-affiliated clients in the EPS Compensar Bogotá. To extrapolate the most affected areas that have been classified as important, which will be the object of study of this research project and therefore it underlies the provision of customer services. In other words,

comunicate with the client, how to pay attention and thus find the tools that allow us to prepare our commercial advisory teams, among others.

To finish, a data collection is carried out that will help in the discussion of the results and when developing the project beforehand, in the constructive part There is the support of documents extracted from the company. Compensating in the technical part, the sampling is reflected., and the population as ordinary people, affiliates and collaborators of the company all in a chronological order taking the schedule of the activities to an application with the general budget selected for the project.

Key words: marketing, strategies, insurance, affiliates and collaborators.

11 Definición del problema

El contexto de esta investigación se encuentra direccionado a la búsqueda de Estrategias en márketing orientadas hacia el servicio al cliente en la EPS Compensar Bogotá aplicadas a la gestión del servicio de seguros. Esta estrategia es de vital importancia ya que nos permitirá mejorar la calidad del servicio a nuestra población de usuarios, proporcionar una atención adecuada y oportuna gracias a las herramientas de marketing digital en todas sus formas.

A continuación, se explicará el diagrama de la causa y el efecto Como lo pudimos observar en el anterior, evidenciamos algunas conclusiones que nos ayudaran a plantear el problema ya que buscamos mejorar competencias y habilidades en el equipo de asesores de nuestra empresa Compensar EPS. El servicio al cliente es fundamental nos permitirá obtener una mayor rentabilidad en cuanto a ganancias netas y un posicionamiento a nivel Bogotá. Como primera medida, nos enfocaremos en diseñar la estrategia para prestar un servicio de soporte y acompañamiento a nuestro cliente interno concretamente el área de ventas es de vital importancia este gran paso ya que somos la columna vertebral de la compañía si nuestros clientes se sienten satisfechos con nuestros servicios de puerta de entrada el ciclo de venta finalizara de forma exitosa

Enfocaremos en la forma como prestamos la atención a nuestros usuarios, actitud servicio, como nos dirigimos a los usuarios, el uso de nuestro discurso de ventas, disposición en el momento de responder a las preguntas de nuestros clientes. Todo este trayecto nos llevara a visualizar el problema de raíz a atención.

De esta forma encontraremos las fortalezas de la compañía, , que nuestros clientes nos refieran con sus amigos o familiares es la publicidad que no requiere de una inversión económica y su resultado nos puede traer un resultado importante , este trabajo debe estar acompañado de medios visuales , llamadas que realizan los afiliados y no afiliados a esta empresa , Con el objetivo de buscar usuarios realizar afiliaciones al modelo de negocio y posterior el ingreso de dinero por la prestación de nuestros servicios , claro está basados en nuestros servicios con calidad , equidad pertinencia , dado lo anteriormente surge la siguiente pregunta :

¿De qué manera, se puede involucrar las Estrategias de marketing dentro del área de servicio al cliente, y la gestión y prestación del mismo en las empresas aseguradoras enfocándonos en la Empresa Compensar Bogotá, -Colombia?

12 Objetivos del proyecto

Objetivo general

Analizar las diferentes estrategias y herramientas de marketing en el servicio al cliente en la EPS Compensar Bogotá.

Objetivo específico

- Revisar los RIPS e indicadores de gestión acorde al informe de las ventas del año 2019 dadas a conocer por la EPS Compensar.
- Desarrollar mecanismos, para una atención satisfactoria del usuario aplicando estrategias del marketing en todas sus formas
- Realizar encuestas tipo pregunta respuesta a los diferentes usuarios afiliados, empleados y no afiliados de la EPS Compensar.

13 justificación del proyecto

Para este proyecto de investigación se tiene como objetivo principal: Analizar las diferentes estrategias de marketing en el servicio al cliente en la EPS Compensar Bogotá. Teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de nuestros usuarios por esta razón. este proyecto es novedoso porque su distanciamiento con las áreas que menos se han estudiado son las ventas y la atención de las personas, si ellas reciben un buen servicio si sienten que desde nuestra atención cumplimos con sus expectativas. el equipo de ventas es de vital importancia no solo para compensar para cualquiera de las organizaciones en el mercado, por esta razón nuestra área de enfoque es el área de ventas, idear y presentar una propuesta real relacionada con estrategias de marketing en la empresa Compensar ubicada en Bogotá.

Este proyecto va dirigido a todas las personas de la parte profesional ingenieros, gerentes, empresarios y personas del común , Con el fin de orientar estrategias de innovación en la empresa compensar replicarlas en ámbitos laborales actividades del día a día para su beneficio de la misma y que esta puede inicialmente ser aplicada a nivel Bogotá zona en la cual se encuentra concentrada la mayor parte de la población afiliada , la propuesta de estudiar y mejorar los procesos que se generen en el proceso de la venta , atención de usuarios (Exceder las expectativas y agregar valor)

Para nosotros como ingenieros industriales, esta etapa productiva se puede evidenciar que el proyecto de investigación es una oportunidad infinita e invaluable de tener segura una experiencia en la parte laboral y empírica. Finalmente, esta propuesta se convierte objetiva y se desarrolla en un análisis general, de todo lo planteado.

Y por último un autor que apoya esta propuesta es: El Marketing se destaca por llegar a la mente del cliente, la mejor publicidad es la que hace clientes satisfechos, (Kotler, 2008)

14 Hipótesis

Creación de las estrategias del marketing aplicado en la Empresa Compensar hablar de excelencia y brillar por sobre la competencia toda nuestra atención enfocada al servicio al cliente en el área de ventas en salud EPS, impulsando la creatividad cambio de cultura “Como hacemos las cosas aquí” crear un desarrollo de aprendizaje desde el área de ventas.

a. Marco teórico

En el presente trabajo se realizará una ampliación de diferentes autores, de acuerdo a lo planteado sobre Las Estrategias de marketing en el servicio al cliente, en la gestión y prestación del mismo en las empresas Aseguradoras. En este caso aplicada En la Empresa Compensar Bogotá-Colombia. Este marco teórico tiene como finalidad dejar una huella investigativa en el panel empresarial y administrativo.

Una de las estrategias más reconocidas fue la estrategia de branding destacada en su momento, la empresa multinacional Nascar tuvo que trabajar mucho para desarrollar la viabilidad, la integridad de la empresa hasta el nombre de su marca todo con el fin de impulsar a la compañía en aquellos años. Además, son muy pocos los ejemplos de los negocios exitosos debido a la atención y el esfuerzo por entregar grandes resultados positivos. La empresa Nascar ha tenido en sus capacidades el incorporar dentro de su ambiente laboral, múltiples iniciativas de marketing en una estrategia de branding bien organizada. para el abastecimiento de esta estrategia consistió en asociar y realizar varias campañas con el logo de la empresa. al contar con el apoyo de otras empresas se logró obtener las vestimentas, de los pilotos a cargo junto con sus vehículos de transporte.

Al llegar a este punto se logró realizar el equipamiento de los logos y diferentes actividades dedicadas solo a ese día durante toda esa larga trayectoria la empresa estuvo creciendo a nivel económico mundial, se postula una opinión de riqueza cultural, pues se desarrolla un aporte significativo por parte de la realidad social que atraviesa NASCAR y asociados Es decir, el manejo del marketing se establece por medio de la aplicación de las

estrategias de klopper el padre de la teoría de lo que se debe hacer y poder financiar los ideales de la compañía. el nombre del mismo fundador de esta estrategia, publicitaria en la que NASCAR participo es el señor Ramsey Poston, el promedio ante todo el público la asistencia general de los 100.000 aficionados.

Ahora bien, El rol principal que tiene el marketing es idealizar las ideas que se proponen a través del modelo de negocio B2C (business to consumer: negocio de empresa a consumidor), que usa el internet como una forma más de acercarse al cliente, mostrarle sus productos, y así darle la oportunidad de contratarlos, al poder incluso darle una distribución propia. Otra ventaja es que muchas compañías ya tienen disponible lo que podría una oficina virtual, donde se pueden declarar partes de siniestros, pedir duplicados de pólizas, etc. eso se consideraría ilegal ante una oportuna auditoría podrían clausurar la compañía y evitar su funcionamiento.

Por tal motivo, es tan importante emplear este modelo de negocio para su desarrollo social y económico en el que está establecido hoy y su grandeza en los grandes mercados nacionales e internacionales. Es por ello, que a través de la necesidad que encontraron las grandes empresas por ejemplo Colanta, coca cola Nestlé entre otras el éxito de branding NASCAR, es inigualable por medio de la estrategia del tic fue que forjó su imperio y recibió grandes críticas por parte de sus colaboradores.

Además, los clientes son los que superan las expectativas ellos motivan a la empresa a ser mejor. la riqueza intelectual está en manos de todos nosotros proveedores de ver a los usuarios como embajadores de marca. citando textualmente:

“Numerosos estudios han *demostrado* que la publicidad de boca en boca es la forma más efectiva y confiable de promoción para una empresa. Los aficionados que tienen un alto grado de apego como los de nascar tienden a actuar como embajadores de marca porque propagan publicidad positiva entre otras personas y entre las comunidades de la marca”. (page,20)

Es decir, muchas empresas son rivales en las marcas y los estados comerciales razón por la cual se debe tener en cuenta que la empresa debe promover una rebaja promoción alguna que ayude al beneficio del marketing. porque eso, busca participar en elevar los activos y darle buenos ingresos a la empresa. Con una justa respuesta, atienden a las encuestas de proveer entre sus preguntas rescatar analizar la atención al cliente. Cada día, es para mejorar y asegurar un futuro más en el desarrollo del tic avanzamos con la nueva revolución industrial cuando las empresas innovan sus modelos de negocios y fijan un objetivo claro.

De lo mencionado anteriormente, la empresa compensar la cual está comprometida con el beneficio de los clientes en conformidad y satisfacción. puesto que, dentro de sus lemas está el colaborar lo mejor se ofrece por la calidad eficiencia y selección del servicio. dentro de los elementos el concepto de seguro es tan amplio se define como un “contrato, información que lo mismo vale tenerla en una hoja de papel que delante de una pantalla”. Esto se asume

como un criterio importante ya que las deficiencias son un borrón y cuenta nueva los seguros sean funerarios, o de Familiares tienen una correspondencia a ser mejores cada día. Por tanto, la seguridad de la salud tiene sus pros y contra ante a la afiliación de nuevos usuarios y antiguos. Debido a la productividad y cercanía de los progresos que la empresa evidencie.

El modelo de negocio tradicional que se había creado a lo largo de décadas por parte de las aseguradoras se basaba a través de una mayor o menor red de delegaciones y oficinas propias, complementado por una amplia red de corredores, agentes, subagentes, por decirlo de algún modo, la forma que tenía una compañía de llegar al cliente era a través de la confianza que da tener una oficina cerca de casa, o bien, el amigo o el vecino que todos conocen y que "vende seguros".

La facilidad de búsqueda de productos y servicios a través de la red de internet y el propio negocio en sí del seguro es adecuada para internet, desde su inicio (información) hasta su fin (venta). A modo de ejemplo, hay otros negocios que requieren una presencia física del cliente, como comprar un coche, o una lavadora, donde el usuario necesita y quiere "tocar" el producto con sus manos. En este tipo de negocios internet hará una labor muy importante de inicio (información), pero no se puede producir el fin (la venta).

Marco conceptual

Nascar: NASCAR hace referencia a las siglas en inglés de National Association for Stock Car Auto Racing ("Asociación Nacional de Carreras de Automóviles de Serie") y, actualmente, representa la categoría automovilística más comercial y popular de los Estados Unidos, y la competición de stock cars ("automóviles de serie") más importante del mundo. Es miembro del Automobile Competition Committee for the United States. Es considerada la categoría más importante del automovilismo estadounidense.

OPS/OMS : Un indicador de salud es “una noción de la vigilancia en salud pública que define una medida de la salud (i.e., la ocurrencia de una enfermedad o de otro evento relacionado con la salud) o de un factor asociado con la salud (i.e., el estado de salud u otro factor de riesgo) en una población especificada.” En términos generales, los indicadores de salud representan medidas-resumen que capturan información relevante sobre distintos atributos y dimensiones del estado de salud y del desempeño del sistema de salud y que, vistos en conjunto, intentan reflejar la situación sanitaria de una población y sirven para vigilarla.

CAPÍTULO 2

21 Metodología

En el presente trabajo se plantea el método mixto acción enfoque cualitativo orientado en el déficit central propuesto en los objetivos que se formularon, Analizar las diferentes formas del marketing en el servicio al cliente en la EPS Compensar Bogotá.

Como Objetivo específico se determinó Revisar los RIPS e Indicadores de Gestión de acuerdo al informe de ventas del año 2019 publicadas por la Compañía EPS Compensar, por lo cual se ha debido utilizar, la información que reportan las EPS al Ministerio de Salud y Protección Social, otro de los objetivos es: Desarrollar mecanismos, para una atención satisfactoria del usuario pensando y aplicando estrategias del marketing desde todos sus niveles de aplicación.

Por consiguiente, nos planteamos esta metodología enfocándonos en la búsqueda del mejoramiento continuo de la calidad del servicio al cliente de los usuarios de la empresa Compensar. Tradicionalmente existen dos enfoques de investigación: el cualitativo y el cuantitativo. Cada uno de estos se basa en sus propios paradigmas en relación con la realidad y el conocimiento.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014: 4), el enfoque cuantitativo está basado en obras como las de Auguste Comte y Émile Durkheim. La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de

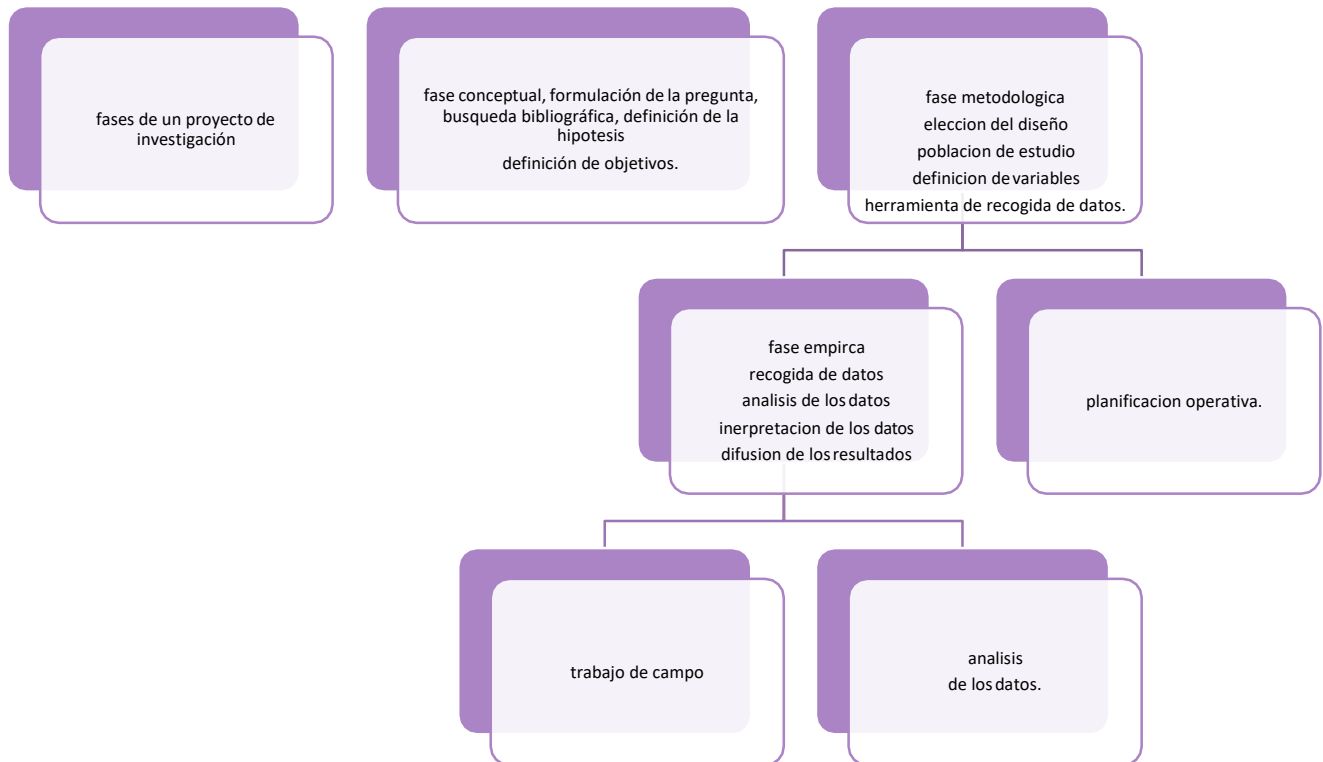
un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas.

Este enfoque se comúnmente se asocia con prácticas y normas de las ciencias naturales y del positivismo. Al mismo esta orientación, basa su investigación en casos “tipo”, con la intención de obtener resultados que permitan hacer generalizaciones (Bryman, 2004:19).

Para el desarrollo de esta metodología, tendremos en cuenta el personal a trabajar para el abastecimiento del proyecto que contara con un total de 25 personas las cuales serán pagadas por día trabajado según el Ministerio del Trabajo, también se proporcionara un almuerzo, para las personas que realicen las entrevistas, pago del profesional en estadística quien será el encargado de realizar los cálculos y resultados, esto tendrán un costo total de 4. 628.000 Las cuales, se encargarán de realizar entrevistas las cuales nos permitirán visualizar el problema de investigación. Adicional se realizará el proceso de digitalización de las entrevistas, y finalmente realizar un análisis de porcentaje de números los cuales me permitirán visualizar el resultado de esta investigación, adicional a esto y con los resultados obtenidos debemos tomar medidas para la solución y mejora del cuello de botella evidenciar una conclusión del resultado obtenido y a su vez como el plan de mejora.

Figura 1:

Fases del Proyecto



Fuente: Elaboración propia

Actividades en el proyecto

1. Análisis del lugar de investigación Compensar
2. Hacer seguimiento de los asesores del servicio al cliente
3. Hacer un análisis desde las llamadas recibidas del servicio al cliente en un lapso de 24 horas.
4. Orientar capacitaciones sobre la atención al cliente y dar la atención pertinente a los usuarios.
5. Realizar un borrador eficiente de los pasos a seguir del proyecto.

6. Ambientar y ejecutar un proceso riguroso para la ejecución del proyecto de esta forma minimizar reprocesos.
7. Buscar el plan de ventas en el año 2019 sobre la atención al cliente
8. Hacer una revisión general del presupuesto del proyecto.
9. Establecer los roles de las diferentes personas del proyecto a ejecutar
10. Realizar una recolección de información sobre los afiliados y no afiliados de la empresa en función de mejorar la calidad del servicio al cliente.
11. Hacer un diagnóstico sobre la aplicación de las estrategias de marketing
12. Hacer un estudio de caso de un usuario y un asesor y como este ha atendido al usuario y ha recibido la información.
13. Hacer un análisis de las diferentes personas que van a realizar el proyecto nos permite validar número de colaboradores que debemos integrar.

Métodos De Investigación

El tipo de método a trabajar es el enfoque cualitativo en el apoyo de unas entrevistas que se dirigen hacia la atención al cliente, por lo tanto, es de vital importancia el manejo en la parte técnica con diarios de campo, de los días trabajados en

• Modalidad de Investigación

- 1 Estudio de casos se incluyen:
- 2 Entrevistas, Encuestas de opinión / percepción

3 Grupos focales de clientes

Teniendo en cuenta esta información se remite a aplicar todas estas herramientas con la empresa compensar. Estas herramientas son una manera útil de recolectar activamente información masiva. El cuestionario debe ser diseñado con pericia y el ejercicio debe fundamentarse apropiadamente para asegurar un conjunto de datos suficientemente sólido, se prepara una secuencia de trabajo y preparación oportuna a pesar de la pandemia del covid 19, se restablecerá un plan de contingencia para que nuestro servicio mejore desde el área de tecnología y reinventarnos en a cada uno de nuestros canales.

Población

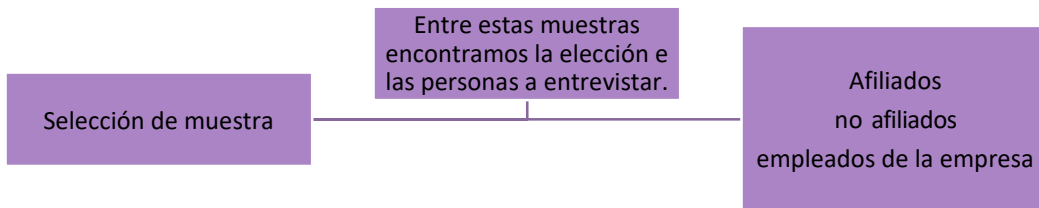
- Usuarios afiliados a la empresa compensar
- Usuarios del común no afiliadas a compensar
- Colaboradores de la empresa compensar.

Muestra

La ejecución del proyecto según las encuestas realizadas es una probabilidad del 50% de beneficio para este proyecto. Ya que las encuestas revelan que hay un 50% a favor del servicio al cliente en compensar y hay otra mitad que está a favor del servicio prestado por compensar.

Figura 2:

Selección de muestra



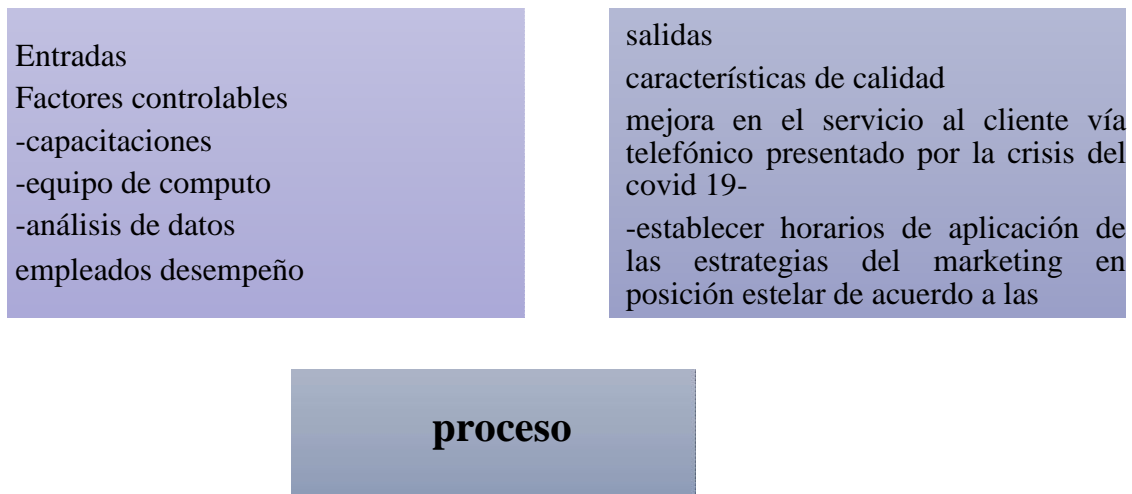
Fuente: elaboración propia

Diseño de Variables

Número y diseño de variables compensar

Figura 3:

Diseño de variables de la empresa Compensar



Fuente: elaboración propia

Recolección de Información

Encuesta de satisfacción estrategias marketing, en el servicio al cliente.

Se realizó una encuesta enfocada al personal de Compensar y a todos afiliados y no afiliados con una muestra de 13 personas.

Indicadores de salud

Los siguientes gráficos hacen parte los indicadores de salud del año 2019.

Figura 4:

Ranking de satisfacción por empresa en 2019



1

Indicadores de calidad:

El Ministerio de Salud mediante la resolución 0256 de 2016 definió los indicadores de calidad y la metodología de evaluación con la cual las EPS e IPS deben reportar los resultados de aspectos como la seguridad, gestión del riesgo, efectividad y la experiencia de la atención, con el objetivo de medir el desempeño de cada una de las entidades y evaluar las condiciones del sistema de salud.

Indicadores EPS

Indicadores Efectividad EPS		Compensar EPS	Media nacional
2017	Razón de mortalidad materna a 42 días	0.00	51.01
2017	Tasa de mortalidad por EDA en menores de 5 años	0.00	4.29
2017	Tasa de mortalidad por IRA en menores de 5 años	7.81	20.48
2018 - II	Proporción de nacidos vivos con bajo peso al nacer	12.96	9.22
2018 - II	Tasa de mortalidad en niños menores de un año (mortalidad infantil)	1.21	10.85

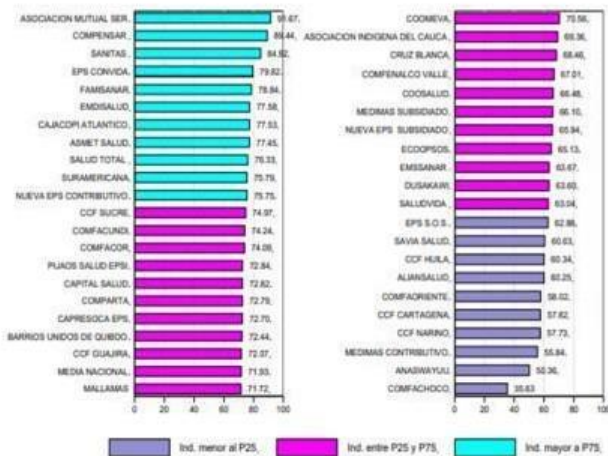
Indicadores Experiencia de la Atención EPS		Compensar EPS	Media nacional
2018 - II	Tiempo promedio de espera para la autorización de Cirugía de Reemplazo de Cadera	0,00	0,81
	Tiempo promedio de espera para la autorización de Resonancia Magnética	0,00	2,05
	Tiempo promedio de espera para la autorización de Cirugía de Cataratas	0,00	1,22
	Tiempo promedio de espera para la autorización de Cirugía de revascularización miocárdica	0,00	0,64

Indicadores Gestión del Riesgo	Compensar EPS	Media nacional
Captación de Diabetes Mellitus de personas de 18 a 69 años.	50.23	61.63
Captación de Hipertensión Arterial (HTA) de personas de 18 a 69 años.	23.68	31.52
Proporción de gestantes a la fecha de corte positivas para Virus de inmunodeficiencia Humana con Terapia Antirretroviral (TAR)	100.00	93.7
Proporción de gestantes que cuentan con serología trimestral	75.29	90.13
Proporción de pacientes diabéticos controlados (de los que tienen medición de hemoglobina glicosilada en último semestre)	48.59	50.33
Proporción de pacientes diabéticos controlados (del total de diabéticos)	34.22	16.88
Proporción de pacientes hipertensos controlados	77.71	60.86
Proporción de tamizaje para Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH) en gestantes	87.07	78.86
Tasa de incidencia de tumor maligno invasivo de cérvix	17.05	6.96
Tiempo promedio de espera para el inicio de tratamiento de cáncer de cuello uterino	31.47	69.94
Tiempo promedio de espera para el inicio de tratamiento de Leucemia Aguda Pediátrica (LAP)	37.33	19.65
Tiempo promedio de espera para el inicio del tratamiento de cáncer de mama	0.49	0.5
Tiempo promedio de espera para el inicio del tratamiento de cáncer de próstata	59.76	74.9
Tiempo promedio entre la remisión de las mujeres con diagnóstico presuntivo de cáncer de mama y la confirmación del diagnóstico	258.49	130.97
Proporción de niños con hipotiroidismo congénito que reciben tratamiento	64.10	20.91
Proporción de mujeres con citología cervico uterina anormal que cumplen el estándar de 30 días para la toma de colposcopia	7.26	11.56



30 Experiencia de la atención

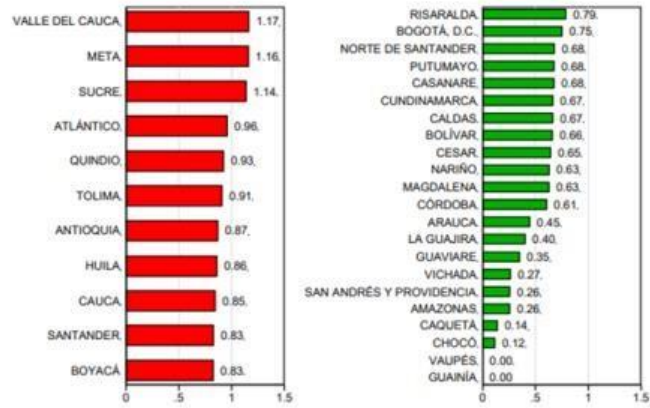
Satisfacción: Satisfacción Global con la EPS

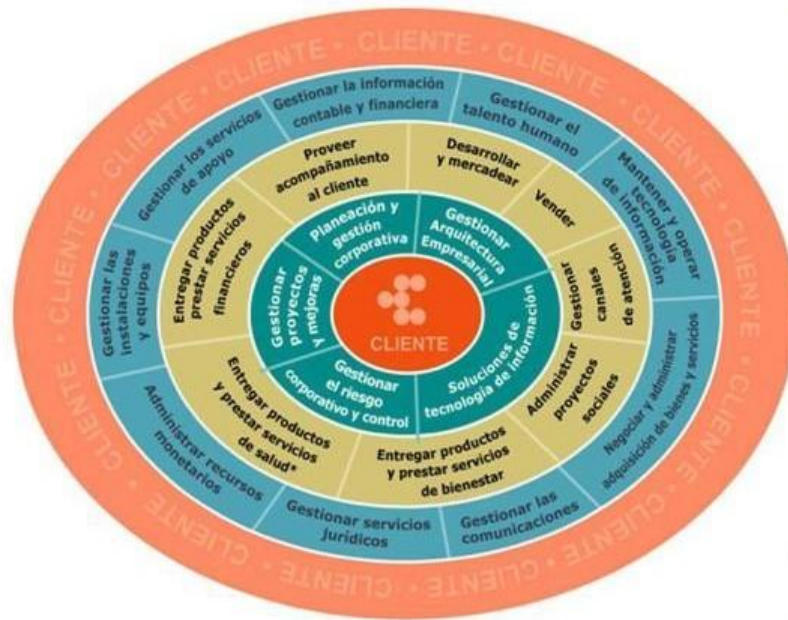


Fuente: Encuesta de Evaluación de las EPS 2018.

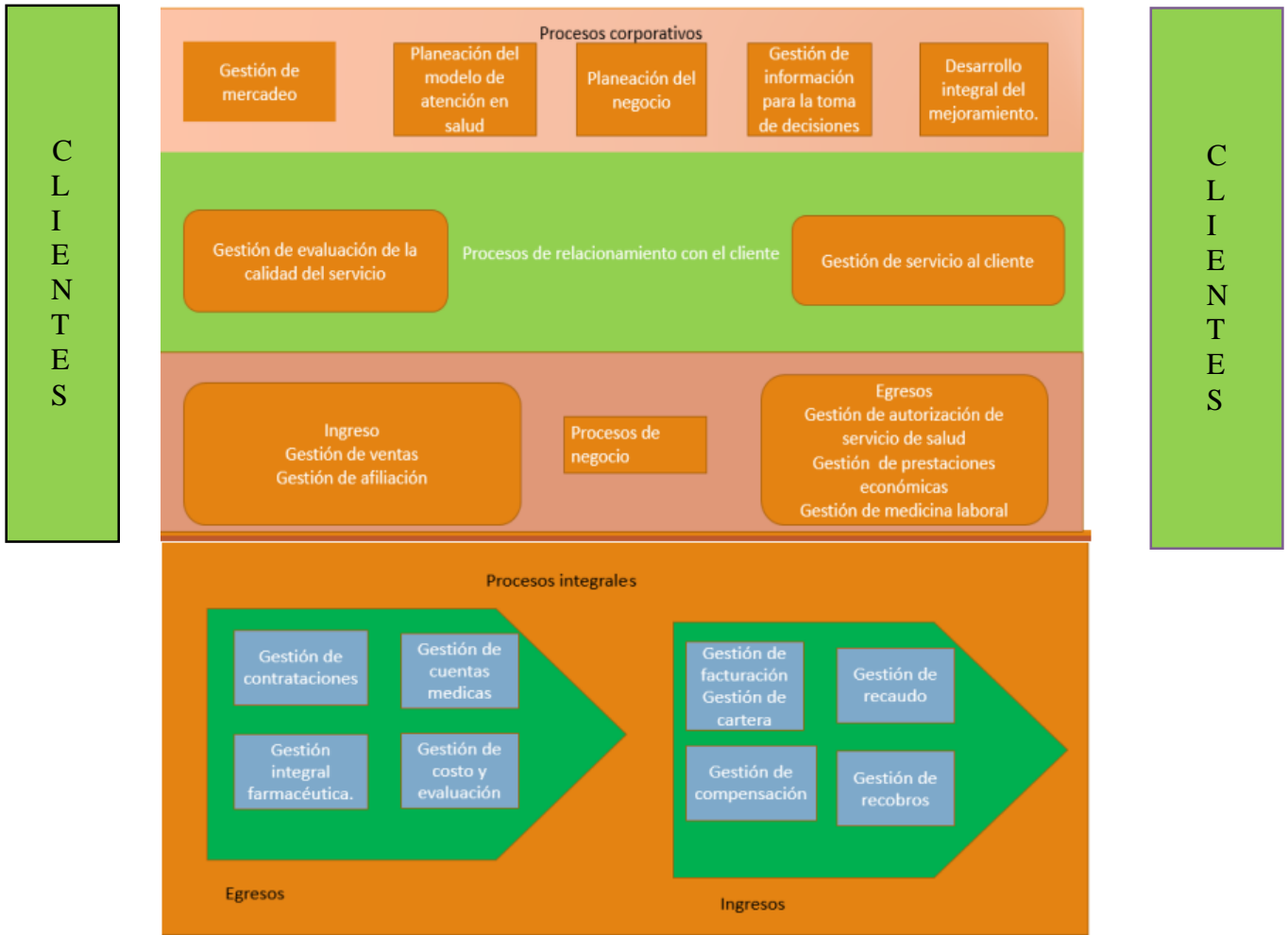
9 Efectividad

Enfermedades crónicas; Tasa de incidencia de Enfermedad Renal Crónica 5





Fuente: página de Compensar caja de compensación Familiar.



Fuente: Elaboración propia.

¿Dónde se registra la información del indicador?

Consortio EPS ha definido que la metodología para registrar la información de los indicadores de las hojas de vida, este instrumento permite documentar el proceso de formulación del indicador de tal manera que cualquier persona lo que pueda entender fácilmente; Así mismo permite consignar metas, registrar los resultados a evidenciar tantos los avances logrados, como las desviaciones en la mediación del indicador.

En la ruta oficial del sistema integral de gestión se encuentra oficializado el documento FOR-PNL-001 Hoja de vida del indicador y seguimiento del proceso planeador del negocio.



TABLA 1 CUADRO COMPARATIVO

EPS Compensar	EPS SANITAS
Mientras que la empresa Compensar EPS no cuenta con la capacidad de tener en sus servicios un call center completo.	La empresa de Seguros Sanitas cuenta con un call center virtual y llamadas a nivel nacional con servicio a las 24 horas.
La empresa Compensar maneja mejores páginas web con múltiples funciones en la información que el cliente solicite.	en cambio sanitas no provee los programas web desarrollados que debería tener por ser una empresa de seguros.
Hasta el momento compensar cuenta con 96.708 empresas afiliados en este 2020 y 1562.463 afiliados a salud POS.	La empresa sanitas no supera a compensar con esas cifras si acaso, llega a la mitad de los afiliados.
Compensar cuenta con diversas actividades de integración como es una caja de compensación familiar, sus servicios van por la odontología, nutrición, entre otras.	A diferencia de sanitas que solo maneja el sector salud porque dentro de sus servicios no ha adquirido los programas de cuidado y prevención en la nutrición.
Compensar en momentos de crisis cuenta con colaboradores y reglas de emprendimiento corporativo hacia sus clientes para ofrecer un mejor servicio.	Sanitas es una empresa que no potencializa el servicio de marketing ellos nos aplican estas estrategias, pero en su comparación compensar sí.

Tabulación de la Encuesta realizada a la muestra seleccionada

En la recolección de la información se encuestaron a 4 personas que son los empleados encargados de direccionar el área de las ventas, en la atención al cliente de la empresa Compensar. Debido a esta base de datos, se realizaron 5 preguntas que iban dirigidas a su producción y funcionamiento laboral.

Entrevista Compensar Bogotá Colombia

Empleados entrevista

1. De acuerdo a las estrategias de marketing ¿qué opina usted como empleado sobre la medición de las categorías de salud en la EPS Compensar del año 2019?

Según la encuesta se jerarquizo en opiniones diversas que tuvieron los encuestados referentes a estas situaciones del servicio.



Gráfico 1

2. ¿En una calificación del 1 al 10 como determinaría usted la calidad de trabajo que se emplea en la atención al cliente? Justifique su respuesta

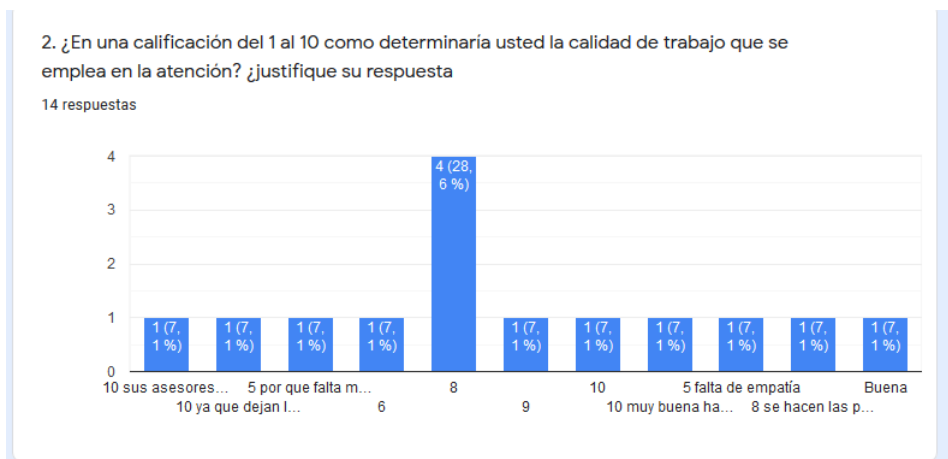
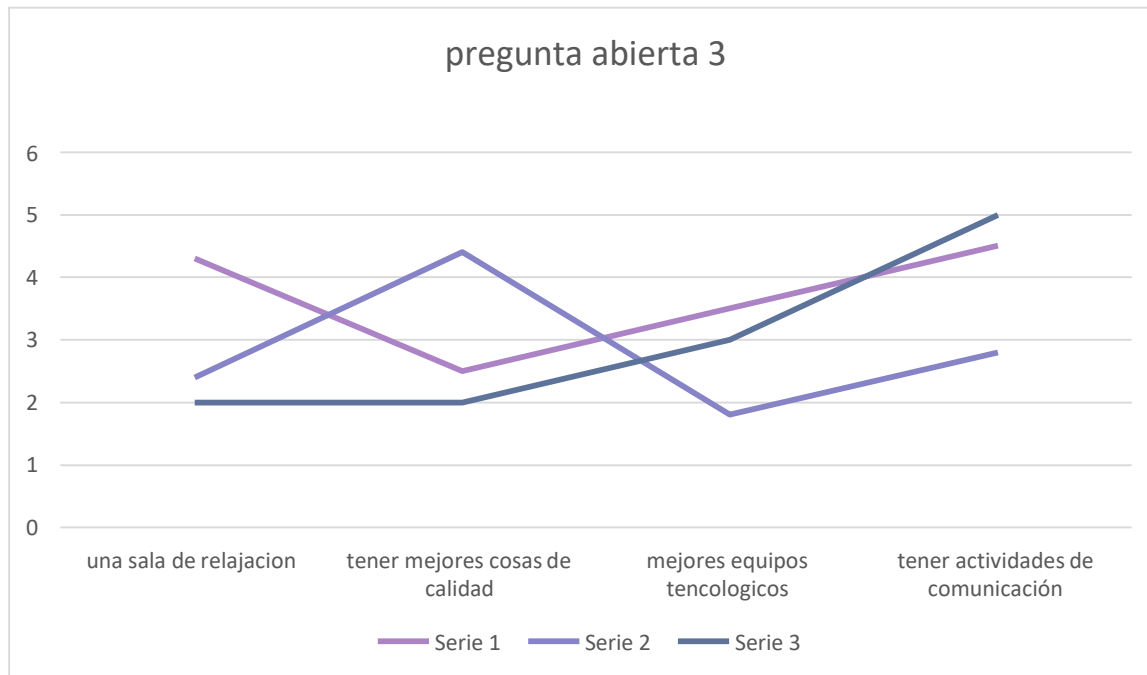


Gráfico 2

En la segunda respuesta está en un 50% de igualdad para los usuarios

3. ¿en el tiempo que lleva trabajando en la empresa Compensar que sugiere usted que se podría mejorar en los elementos de trabajo? Ejemplo tener mejores condiciones del lugar en los escritorios etc.



Estos resultados, demostraron un alto índice de valor social que las personas hacen a los trabajadores de Compensar.

4. ¿en su trabajo diariamente usted como empleado mide los tiempos que tarda en realizar un informe u otra respectiva función?

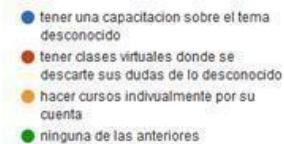
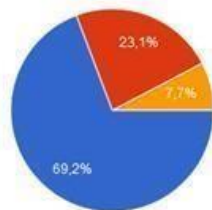
Estos resultados se frecuentan en la atención y disponibilidad de una atenta reflexión.

5. ¿cuál cree que sería una forma de solucionar los inconvenientes que puede tener en temas que usted considera como desconocidos?

- a. Tener una capacitación sobre el tema desconocido
- b. Tener clases virtuales donde descarte sus dudas de lo desconocido
- c. Hacer cursos individualmente por su cuenta
- d. Ninguna de las anteriores es correcta

5. ¿cuál cree que sería una forma de solucionar los inconvenientes que puede tener en temas que usted considere desconocidos?

13 respuestas



Implementación del instrumento

Entrevista para los usuarios

1. ¿Cómo calificaría el servicio de los asesores en cuanto a la información y solicitudes?

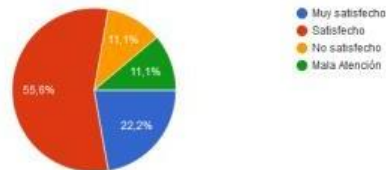
A: Muy satisfecho

B: Satisfecho

C: No Satisfecho

D: Mala Atención

1. ¿cómo calificarías el servicio de los asesores en cuanto a la información y las solicitudes?
9 respuestas



De acuerdo a este resultado, se puede analizar que van en partes iguales la opinión de las personas están en un 25%

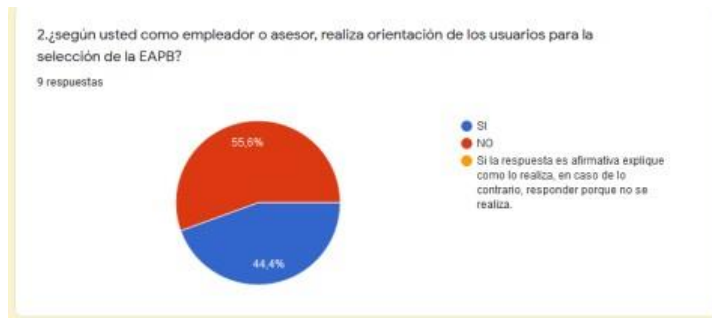
2. ¿Según usted como empleador o asesor, realiza orientación del comportamiento de los usuarios para la selección de la EAPB?

SI

No

Si la respuesta es afirmativa, explique cómo lo realiza, en caso de lo contrario, responder porque

no se realiza



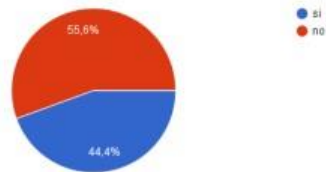
3. ¿Usted cree que recibe una buena atención, en las centrales de servicio al cliente vía telefónica?

Si

No

3. ¿usted cree que recibe una buena atención, en las centrales de Servicio via telefónica? explique el porque

9 respuestas



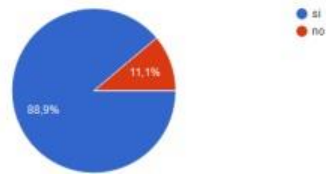
4. ¿Usted como asesor, considera que la empresa proporciona las herramientas para la atención a los usuarios de la empresa?

Si

No

4. ¿usted como asesor, cree que la Empresa proporciona las herramientas para la atención a los usuarios de la empresa?

9 respuestas



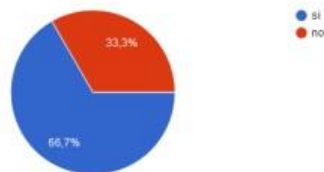
5. ¿Usted cómo dueño o administrador de la empresa, cree que hay falencias en la atención de las personas afiliadas y no afiliadas?

Si

No

5. ¿usted cómo dueño o administrador de la empresa, cree que hay falencias en la Atención de las personas afiliadas y no afiliadas?

9 respuestas



De manera atenta se puede analizar, que los resultados no fueron tan aceptables siempre se debe mejorar cada día, el servicio es como una oportunidad de implementar mejor estas estrategias del marketing. Y más, en la propuesta que lanzamos de ayudar crear e inventar nuevas oportunidades para los trabajadores de la empresa. Siempre se debe avanzar hacia el futuro crecimiento de la empresa, ahora bien, la oportunidad más significativa esta

en implementar instrumentos tecnológicos, y físicos que pueden atraer mejores resultados al rendimiento laboral.

CAPITULO 3

31 Administración del proyecto

TABLA 2

Tiempo	Calidad	Comunicaciones	Riesgos	Suministros
Análisis del lugar de investigación	La calidad del proyecto	Los medios que se llevaran a cabo para la comunicación del proyecto son los siguientes:	Los posibles riesgos:	Alimentos
Compensar	se define a partir del objetivo general el cual es el siguiente:	Vía Skype	1. Es no contar con el botiquín.	Botiquines
2. Hacer seguimiento de los asesores del servicio al cliente	Analizar las diferentes formas del marketing	WhatsApp	2. La seguridad de los equipos de trabajo.	Computadores
3. Hacer un análisis desde las llamadas recibidas del servicio al cliente		Messenger	3. Establecer unas auditorias para analizar	Video beam
		Google meet		Botas
		Zoom		Ropa
		Class room		

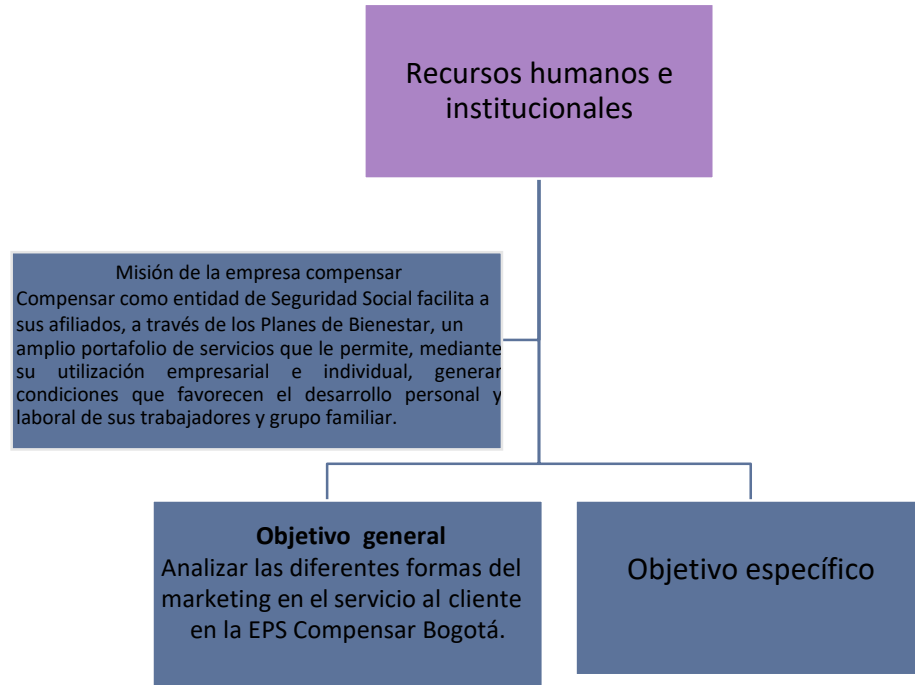
<p>en un lapso de 24 horas.</p> <p>4. Orientar capacitaciones sobre la atención al cliente y dar la atención pertinente a los usuarios.</p> <p>5. Hacer un borrador eficiente de los pasos a seguir del proyecto.</p> <p>6. Ambientar y ejecutar un proceso riguroso para la ejecución del proyecto para así mismo evitar</p>	<p>en el servicio al cliente en la EPS Compensar Bogotá.</p>	<p>Se llevara a cabo seminarios en vivo donde se establecerán la comunicación con la empresa Compensar, Bogotá Colombia.</p>	<p>las instalaciones de la empresa esto se hace para tener mejores prevenciones, y así evitar riesgos.</p>	
---	--	--	--	--

<p>errores en el proceso.</p> <p>7. Buscar el plan de ventas en el año 2019 sobre la atención al cliente</p> <p>8. Hacer una revisión general del presupuesto del proyecto.</p> <p>9. Establecer los roles de las diferentes personas del proyecto a ejecutar</p> <p>10. Realizar una recolección de información sobre los</p>				
--	--	--	--	--

<p>afiliados y no afiliados de la empresa en función de mejorar la calidad del servicio al cliente.</p> <p>11. Hacer un diagnóstico sobre la aplicación de las estrategias de marketing</p> <p>12. Hacer un estudio de caso de un usuario y un asesor y como este ha atendido al usuario y ha recibido la información.</p>				
--	--	--	--	--

<p>13. Hacer un análisis de las diferentes personas que van a realizar el proyecto para así saber si se requiere más personal o si se requiere despedir gente.</p>				
--	--	--	--	--

32 Recursos humanos, institucionales



Modelo de sistema de Gestión de la Calidad basada en Procesos

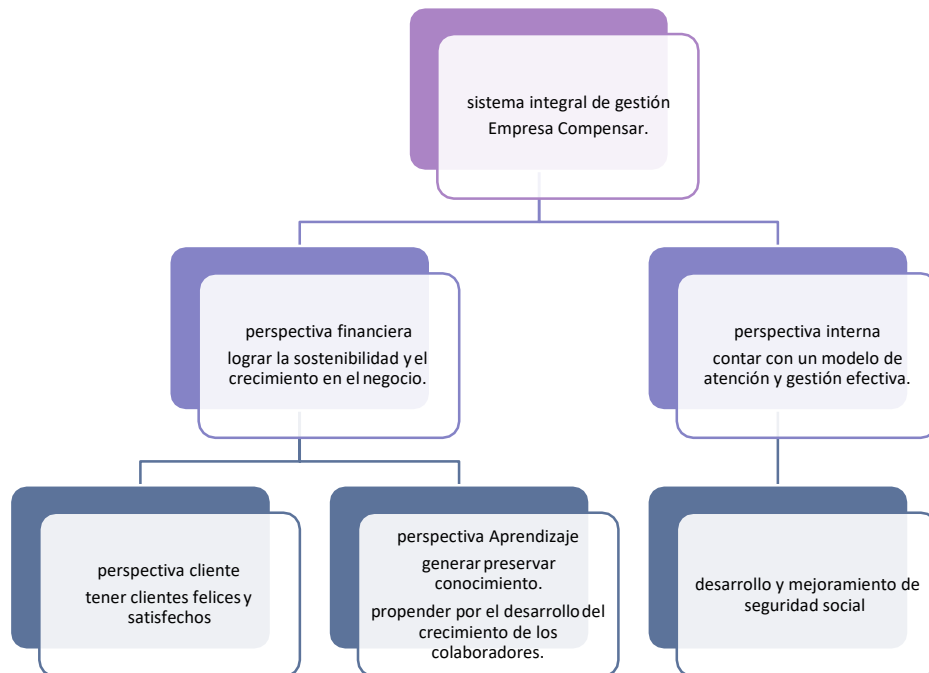
Empresa Compensar.



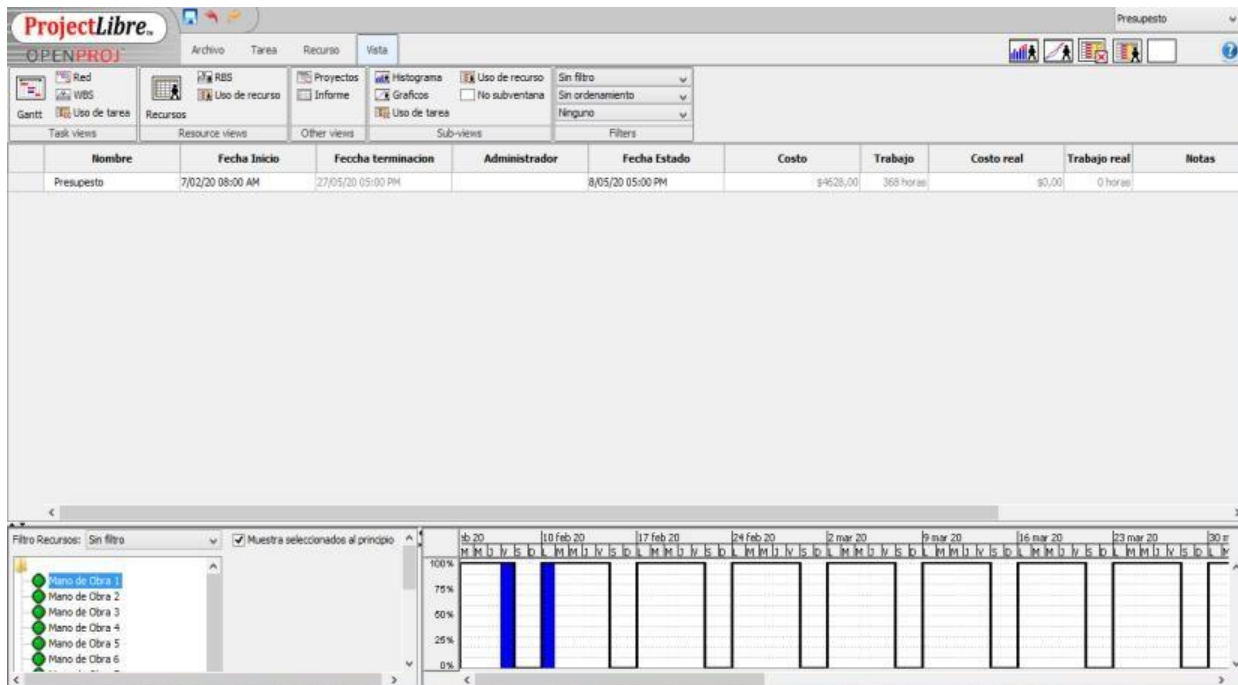
Fuente: Elaboración propia.

Se puede lograr el éxito implementando y fomentando un sistema de gestión de calidad esto que esto para mejorar continuamente su desempeño mediante la consideración de las necesidades de todas las partes interesadas.

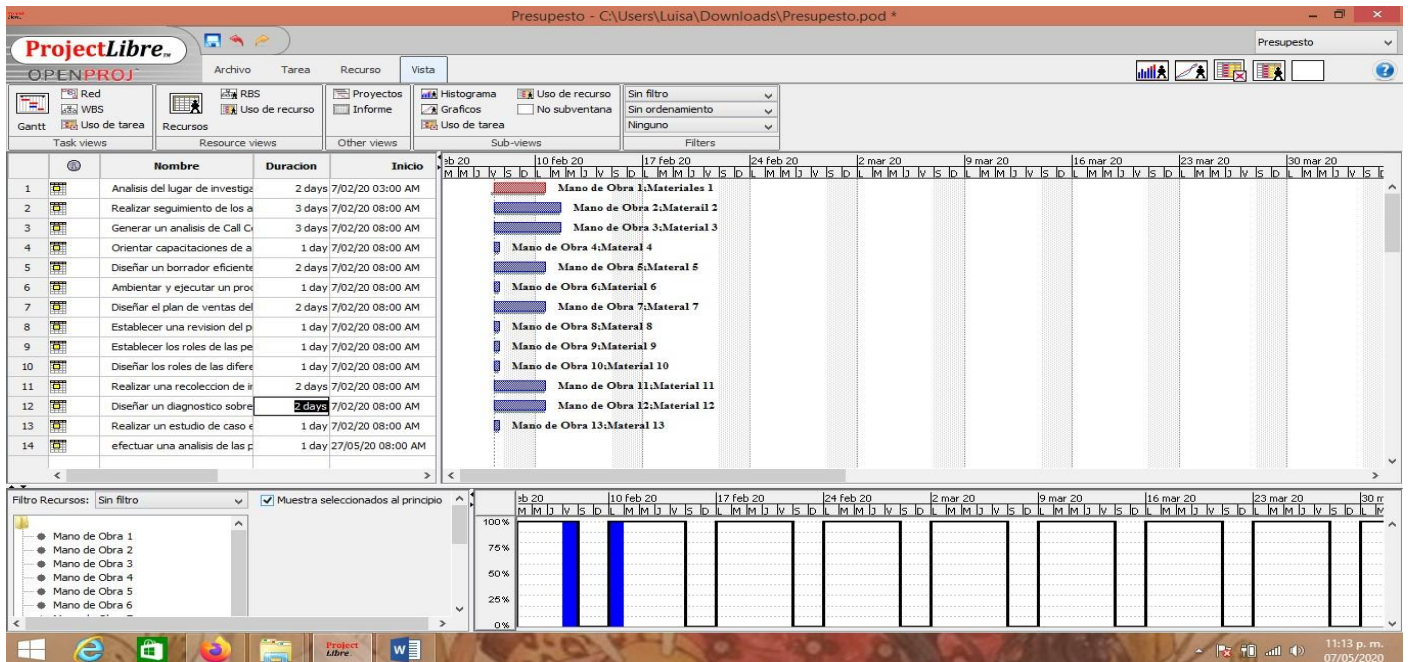
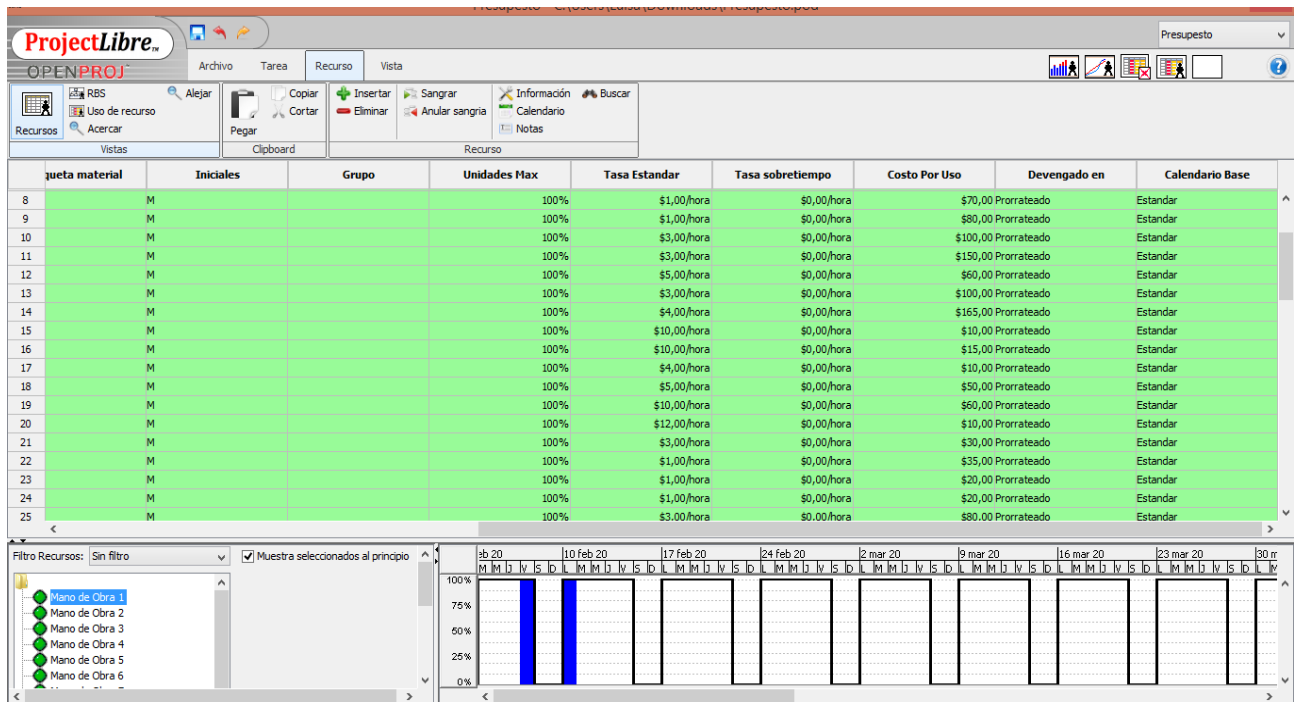
El sistema de gestión de calidad está enmarcado dentro de la norma ISO 9001 -2008, expedida por la internacional estándar de la organización y su versión en español y comercializada por el ICONTEC, Instituto Colombiano de Normas y Técnicas y Certificación



Presupuesto



El presupuesto que se ha estimado de acuerdo a las actividades que se tienen planeadas al rededor. El presupuesto tiene un total de \$ 4.628.000



Fuente: Elaboración propia

32 cronograma de evaluación

TABLA 3

1.1.1.1 fases	1.1.1.2 actividad	marzo	abril	abril	mayo	junio
planeación	1. Análisis del lugar de investigación Compensar	x				
	2. Realizar seguimiento de los asesores del servicio al cliente	x				
	2. Generar un análisis desde el call center validando las llamadas recibidas del servicio al cliente en un lapso de 24 horas.	x	x			
	4. Orientar capacitaciones sobre la atención al cliente y brindar la atención esperada por nuestros usuarios.		x			

ejecución	5. Diseñar un borrador eficiente de los pasos a seguir del proyecto.	x	x			
	6. Ambientar y ejecutar un proceso riguroso para la ejecución del proyecto de esta forma evaluamos el riesgo de los errores que es posible que se generen durante proceso		x			
	7. Diseñar el plan de ventas en el año 2019 sobre la atención al cliente	x				
	8. Establecer una revisión general del presupuesto del proyecto.	x				
	9. Establecer los roles de las diferentes personas del proyecto a ejecutar					
comunicación	9. Diseñar los roles de las diferentes personas del proyecto a ejecutar					

de los resultados	10. Realizar una recolección de información sobre los afiliados y no afiliados de la empresa en función de mejorar la calidad del servicio al cliente					
	11. diseñar un diagnóstico sobre la aplicación de las estrategias de marketing					
	12. Hacer un estudio de caso de un usuario y un asesor y como este ha atendido al usuario y ha recibido la información.	x				
	13. Efectuar r un análisis de las diferentes personas que van a realizar el proyecto de esta forma podremos saber si se cuenta con el persona requerido					

Tiempo	Descripción	Responsables
seis meses	hacer actualización, de los diferentes documentos correspondientes al archivo de la empresa compensar	Angélica Ávila
5 fases de febrero a mayo	construcción del proyecto.	Angélica Ávila

CAPITULO 4

Resultados de la investigación

Dentro de la muestra seleccionada se puede acordar un límite entre las dos encuestas de 23 personas encuestadas, entre empleados, personas no afiliadas y afiliados donde el casi 40% están insatisfechos con el servicio al cliente. Por tal motivo, la aplicación de este instrumento focaliza la virtud de responder a muchas inquietudes que se han ido formulando porque el servicio al cliente esta con una mala atención, las tic respondiendo ante las tecnologías han sido de mucha ayuda porque se rastrea en el área de las ventas cuando se les dirige una pregunta que es la siguiente

DATOS GENERALES	
1	CORREO ELECTRONICO
1	jfcastrop@ut.edu.co
2	lfuribev@ut.edu.co
3	giovannycastro00007@gmail.com
4	jm659152@gmail.com
5	jodaor24@hotmail.com
6	dricardobonilla@ut.edu.co
7	jmvalenciari@ut.edu.co
8	lapicero321808@gmail.com
9	fbedoya719@gmail.com

FUENTE: de las encuestas



Gráfico 4:

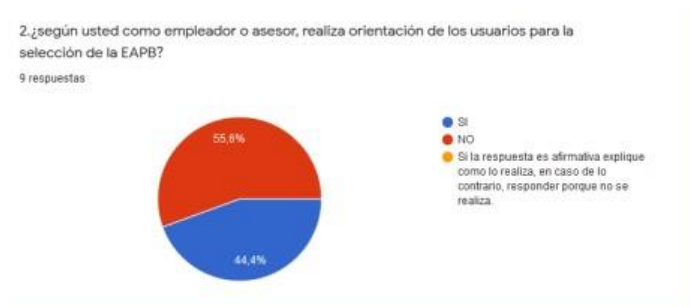


Gráfico 5:

3. ¿usted cree que recibe una buena atención, en las centrales de Servicio vía telefónica?
explique el porque

9 respuestas

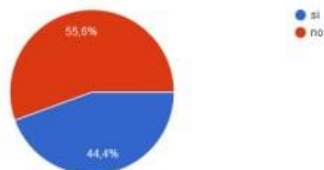


Gráfico 6:

4. ¿usted como asesor, cree que la Empresa proporciona las herramientas para la atención a los usuarios de la empresa?

9 respuestas

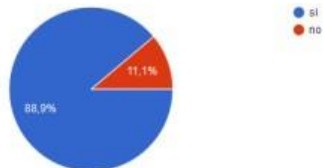


Gráfico 7:

5. ¿usted como dueño o administrador de la empresa, cree que hay falencias en la Atención de las personas afiliadas y no afiliadas?

9 respuestas

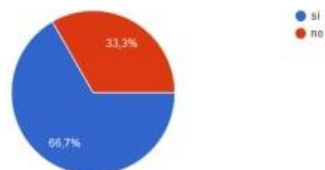


Gráfico 8:

En lo que concierne con las figuras anteriores son los resultados arrojados por los encuestados cada uno se beneficia, siendo objetivos y claro con lo que se busca en el gráfico 5 de las nueve respuestas el 35% manifiestan no reciben una atención adecuada, el otro

66.7% de las personas indican que son aceptables las condiciones de atención. Se analiza que más del 90% de la población encuestada se encuentran en un término medio con relación, al grafico 4 el 88.9% de los encuestados tienen un aspecto positivo frente a esta pregunta si ellos fueran asesores que funciones destacarían de su empresa, una pregunta muy objetiva. El grafico 2 el 56.6% desconoce la realidad que se vive con la atención al cliente esto es un impacto negativo se requiere ser más espontaneo y enfatiza que los recursos físicos tecnológicos y en capacitación proporcionados por la compañía no cumplen con las expectativas de los colaboradores.

Tabulación:

	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Dirección de correo electr	1. De acuerdo a las estr	2. ¿En una calificación d	3. ¿En el tiempo que llev	4. ¿En su trabajo diario	5. ¿cuál cree que sería una forma	de solucionar	los inconvenientes que puede te
2	dfjimenezu@ut.edu.co	n	Buena	si	no	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
3	lhjimenezro@ut.edu.co	Regular	5 por que falta mejorar	Que pongan una sala de i	Noo	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
4	camurciasa@ut.edu.co	Son muy malas		6 Tener mejores cosas de c	No, me aseguro de que le	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
5	ivangomr@hotmail.com	La solicitud de citas es r		8 Pausas activas en los pu	No	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
6	giovanncastro0000070	¿ muy buena	10 ya que dejan las cosa: mejores sillas	si par mejorar mi funcion	hacer cursos individualmente por su cuenta			
7	mairita_231997@hotmail	Soy buenas pues ayudar	10 sus asesores son exc	Tener mejores y más avai	Si por supuesto ya que h	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
8	gatamiau17@yahoo.es	Estan bien		8 Más comunicación y acti	Sí	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
9	jscardenas5@hotmail.com	Bueno		10 Mejorar el lugar de trabaj	Si	tener clases virtuales donde se descarte sus dudas de lo desconocido		
10	antanita@hotmail.com	Que han sido adecuadas.		8 Mejorar las pautas activa	Si	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
11	gatamiau17@yahoo.es	Están bien		8 Sí	Sí	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
12	jlism135@gmail.com	Que han sido muy signific		9 Nuevos implemento de trz	Algunas veces	tener clases virtuales donde se descarte sus dudas de lo desconocido		
13	giovanncastro00007@gr	Buena	10 muy buena hablan clai	Sillas para ayudar a la po	Si	tener una capacitacion sobre el tema desconocido		
14	agulariximena90@gmail.c	Servicio básico, poco des	5 falta de empatía	Mayor eficacia	Si, destino el tiempo adecuado para cada cosa			
15	ivangomr@hotmail.com	Bueno	8 se hacen las pausas ac	Que los escritos y los coi	No mido los tiempos	tener clases virtuales donde se descarte sus dudas de lo desconocido		
16								
17								
18								
19								

La siguiente tabla corresponde a las encuestas que se les realizo a los empleados de la empresa Compensar. Las trece personas se les pidió un correo y el responder cinco preguntas se relacionan con el diario vivir en su trabajo en la empresa. Por lo tanto, a esta población se le exige profundizar y reaccionar sobre ciertas situaciones que se crean

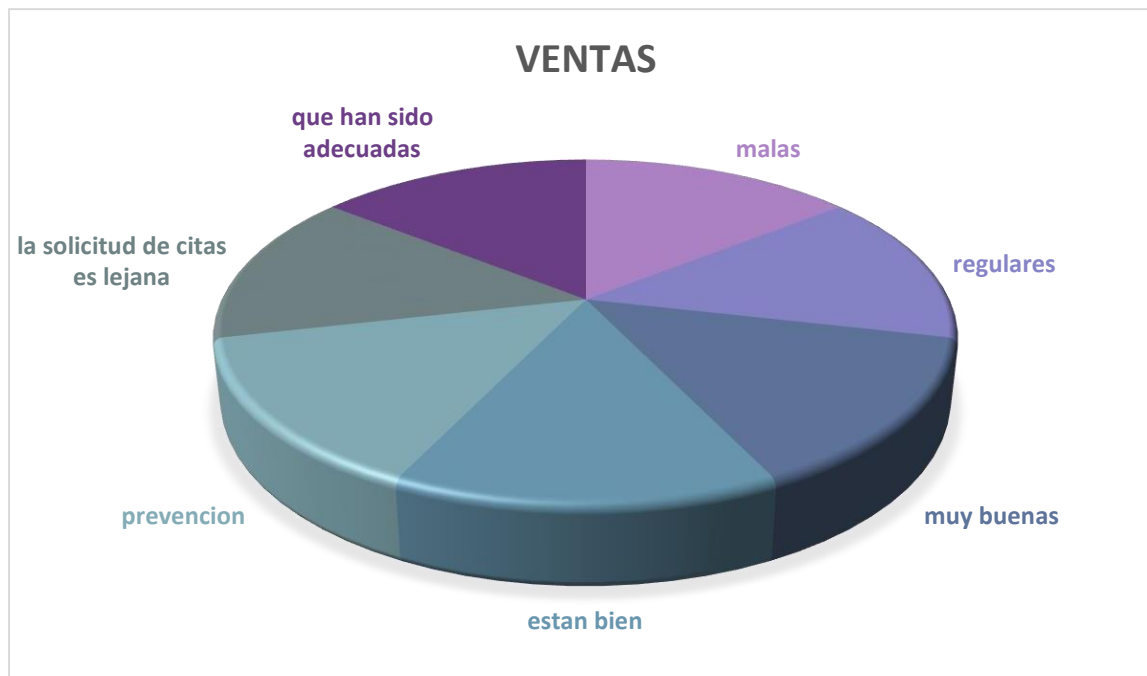
importantes, que las empresas deben mejorar y en la pregunta número cinco a tienden lo importante de tener capacitaciones sobre los temas desconocidos.

Pregunta Abierta

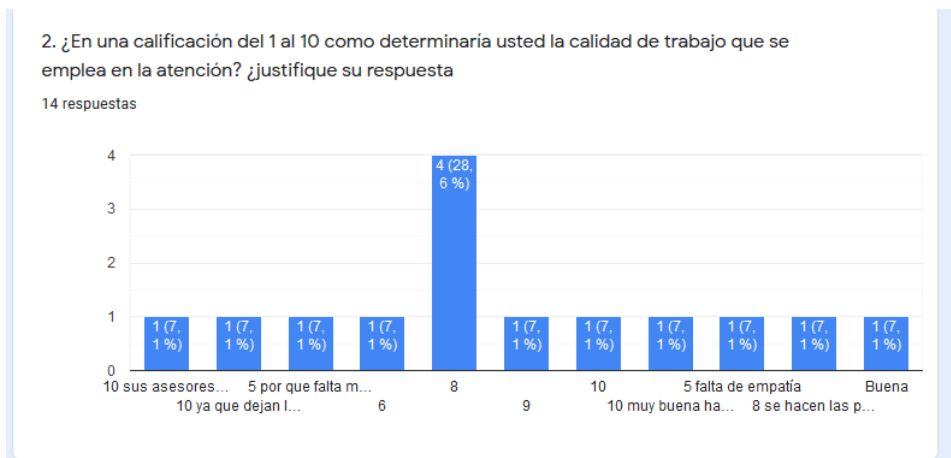
1. De acuerdo a las estrategias de marketing ¿Qué opina usted como empleado sobre la medición de las categorías de salud en la EPS Compensar del año 2019?

14 respuestas

n
Regular
Son muy malas
La solicitud de citas es muy fejas
muy buena
Soy buenas pues ayudar a la prevención de cualquier índole y su higiene es excelente
Estan bien
Bueno
Que han sido adecuadas.



Gráfica 8:



Gráfica 9:

3 ¿En el tiempo que lleva trabajando en la empresa Compensar que sugiere usted, que se podría mejorar en los elementos de trabajo ? Ejemplo tener mejores condiciones en los escritorios etc.

14 respuestas

- si
- Que pongan una sala de relajación y ocio
- Tener mejores cosas de calidad, tener más atención al público
- Pausas activas en los puestos de trabajo
- mejores sillas
- Tener mejores y más avanzados equipos tecnológicos
- Más comunicación y actividades conjuntas con los compañeros
- Mejorar el lugar de trabajo
- Mejorar las pautas activas

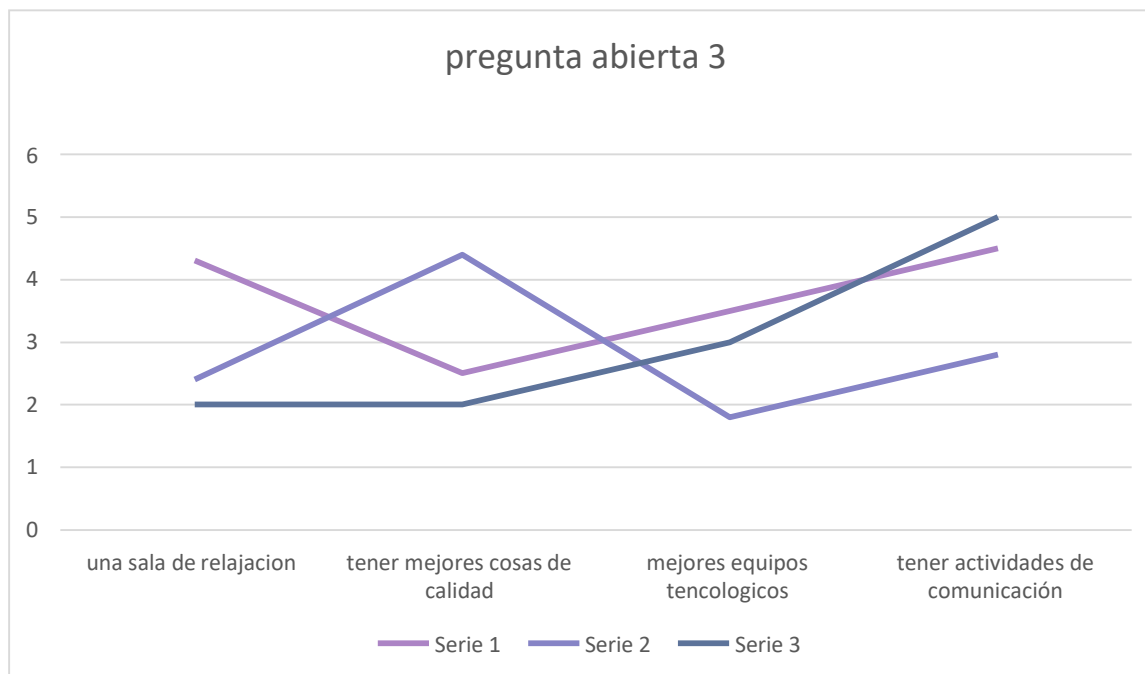


Gráfico 10:

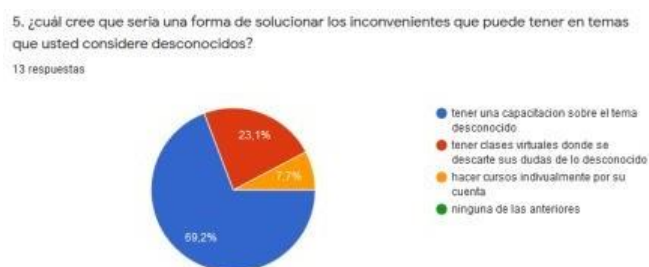
En esta pregunta se analiza que la mayoría de las personas prefieren que la empresa mejore en adquirir equipos tecnológicos de alta categoría. Y así, desarrollar un servicio adecuado a los usuarios de la empresa Compensar.

4. ¿ En su trabajo diariamente usted como empleado mide los tiempos que tarda en realizar un informe u otra respectiva función?

14 respuestas

- Si
- no
- Noo
- No, me aseguro de que las cosas queden bien hechas
- No
- si par mejorar mi funcionamiento
- Si por supuesto ya que hay que ser efectivos prácticos y rápidos en la buena atención de usuarios
- Si
- Si

Este es un caso especial la mayoría se confundió porque tenía muchas dudas de cómo responder a esta pregunta, como observación se debe manipular mejor el conocimiento del área de las ventas planear mejores actividades entre ellas estabilizar las funciones de ingreso y trabajo.



Gráfica 11:

Se analiza que el 23.1 % tiene una respuesta negativa con considerar solucionar temas e inconvenientes frente a la capacitación de temas desconocidos y demás en el ambiente de trabajo. Esto se puede interpretar como un llamado de atención a realizar mejores preparaciones e intervenciones con la capacitación de personal insatisfecho con su trabajo.

	B	C	D	E	F	G	H	I
	Dirección de correo electri	1 ¿ cómo calificarías el se	2 ¿ según usted como em	3 ¿ usted cree que recibe	4 ¿ usted como asesor,	5 ¿ usted cómo dueño o administrador de la empresa, cree que hay	falencias	en la
2	jcastrop@ut.edu.co	Mala Atención	SI	no	si	no		
3	flunbe@ut.edu.co	Muy satisfecho	NO	si	si	si		
4	giovannycastro00007@gn	Satisfecho	SI	si	si	no		
5	jm659152@gmail.com	No satisfecho	NO	no	no	si		
6	jodaor24@hotmail.com	Satisfecho	SI	no	si	si		
7	dricardobonilla@ut.edu.cc	Muy satisfecho	NO	si	si	si		
8	jmalencian@ut.edu.co	Satisfecho	SI	no	si	si		
9	lapicero321808@gmail.cc	Satisfecho	NO	si	si	si		
10	fbedoya719@gmail.com	Satisfecho	NO	no	si	no		
11								
12			SI = 4	NO = 5	SI = 8	SI = 6		
13			NO = 5	SI = 4	NO = 1	NO = 3		
14								

Tabulación

Diario de campo

Día 1

Mes: 15 de abril de 2020

Hora: 8 am a 3 pm

Nombre: Angélica Ávila

Al siguiente día, llego a mi lugar de trabajo me dirijo a mis compañeros de trabajo teníamos una reunión programada a las 10 am con nuestro jefe de área, Culminando el informe para presentar, enfocado en generar los indicadores de las personas atendidas mensualmente, la población se clasifica por género y edad usuarios de la tercera edad, jóvenes y adultos se realiza una previa clasificación y tamizaje de estos datos .Se proponen herramientas para fidelización y satisfacción de nuestros usuarios ,ya que el número de usuarios retirados de nuestra EPS aumenta de forma exponencial .

Día 2

Mes: 19 de abril de 2020

Hora: 2 pm a 5 pm

Nombre: Angélica Ávila

La crisis por la cual estamos atravesando como país del covid 19 genera una crisis económica a nivel organizacional los cual conlleva a una reducción de personal, Se estima que dentro de mi área de trabajo la reducción es de aproximadamente 40%, la compañía le hace una gran apuesta de confianza a los colaboradores que aun continuamos activos en nuestras labores, si bien es cierto el trabajo aumenta con reducción de personal tenemos reasignación de tareas, esto me permite ampliar mi visión al campo de la seguridad

ocupacional como estamos trabajando las condiciones labores a las cuales debemos ajustarnos.

Día 3

24 de abril de 2020

Hora: 8 am a 5 pm

Nombre: Angélica Ávila

En la mañana junto con mi equipo de trabajo revisamos una encuesta que realizamos basándonos en nuestra población de usuarios, De repente evidenciamos resultados positivos esto nos lleva a pensar que el trabajo plan de contingencia está funcionando , las llamadas vía telefónica funcionan con esta plan de contingencia hemos dado respuesta a nuestros usuarios a través de diferentes canales habilitados , el punto impositivo y a mejorar es la capacidad de nuestro call center en momento colapsa debido al número de llamadas , Es importante aportar a la organización ideas y planes de mejora , se sugiere habilitar habladores en nuestras sedes en las cuales aún se encuentran en atención de esta forma logramos brindar información clara a nuestros usuarios .

Día 4

27 de abril de 2020

Hora 8 am a 5 pm

Un nuevo día con trabajo parcial compartido desde casa y oficina, en el cual es muy importante contar con un plan de trabajo estructurado el cual me permite llevar a cabo todas las actividades del día, optimizando tiempos y recursos.

4.3 Análisis de datos y discusión de resultados

En esta ocasión se presentará algunos impactos que surgieron en el diario de Campo y las encuestas realizadas a los afiliados, no afiliados y empleados. Por lo tanto, esta discusión está dirigida a primero hacer observaciones sobre los diferentes aspectos a mejorar en la atención al cliente. Segundo a hablar un poquito sobre las estrategias de marketing, como es la influencia del tic para poder desarrollar esta propuesta en la empresa Compensar Bogotá Colombia.

El referente teórico que nos habla un poco sobre las estrategias de marketing las cuales aplicaremos a este proyecto es Klotter son:

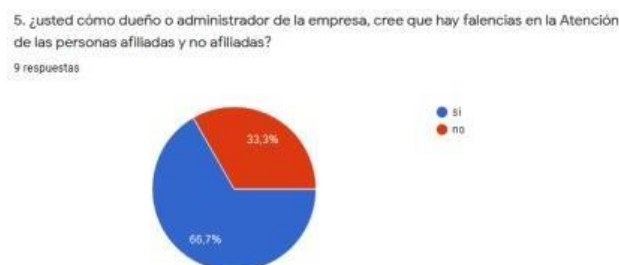
1. Calidad máxima en el producto. Se trata de asociar la marca a una imagen de calidad, de tal forma que, al llegar a la mente del consumidor, de inmediato la relacione con este aspecto.
2. Nichos de mercado. Si bien con el tema Millennials y Generaciones como la X los mercadólogos del mundo han popularizado la segmentación; también es cierto que muchos dejan de lado los nichos de mercado y para Klotter está comprobado que este tipo de estrategias son exitosas.

Para aclarar son más estrategias, pero se decide aplicar las tres primeras que son las pertinentes para este proyecto. Ahora nos ubicamos en explicar por qué hablar de las estrategias, pero no los resultados. Primero, se debe acatar unas normas de explicar el contexto general de donde se ajustan las encuestas. Luego, de cómo se desarrollan las

encuestas en los diferentes aspectos de la realidad humana y laboral Klotter (2008) es un autor de tantos, que hace una jerarquización de esas estrategias que se han presentado anteriormente.

Ahora bien, la idea es tomar una estrategia y ponerla en comparación de cómo podemos solucionar con algún impacto generado por las encuestas o el diario de campo. La pregunta número cinco que se realiza en la encuesta de los empleados es la siguiente:

5. ¿usted cómo dueño o administrador de la empresa, cree que hay falencias en la Atención de las personas afiliadas y no afiliadas?



Gráfica 12:

En esta grafica podemos analizar que casi el 33, 3 % de los encuestados no están de acuerdo con la atención al cliente y la respectiva calidad en este punto. Por ello, se tiene como objetivo Desarrollar mecanismos, para una atención satisfactoria del usuario usando estrategias del marketing en todas sus formas. Esa sería una respuesta a la estrategia uno propuesta por el autor Klotter, (2008)

“1. Calidad máxima en el producto. Se trata de asociar la marca a una imagen de calidad”, de tal forma que, al llegar a la mente del consumidor, de inmediato la relación con este aspecto.

Es decir, la imagen del producto es en este caso el servicio al cliente porque hace parte de la construcción principal de la empresa. Siempre debe de haber un mejoramiento

“La estrategia número 3 que el autor Klotter (2008) nos da a entender se denomina De bajo costo Definida como una la habilidad que se aplica, en todas las áreas de la compañía con el fin de no deteriorar la expectativa que el propio cliente tiene”.

Es decir, la compañía de Seguros Compensar debe de rehacer y aplicar la creatividad en ofrecerle mejores y agradables servicios a sus clientes, un ejemplo de esta afirmación son los resultados a la pregunta ¿usted cree que recibe una buena atención en las centrales de servicio vía telefónica?

3. ¿usted cree que recibe una buena atención, en las centrales de Servicio vía telefónica?
explique el porque
9 respuestas

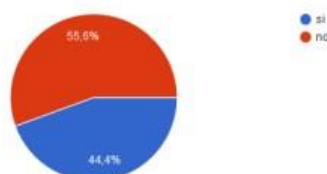


Gráfico 13:

El 56. % dijeron que la mala atención vía telefónica era muy baja por esta razón Si usted como asesor les pregunta a sus empleados como realizar un mejor servicio, permítase a los clientes que generen una opinión con la pregunta. Esto le abre, las razones a la empresa que el impacto social de su servicio es negativo e irrelevante. Por tal motivo, Compensar debe facilitar mejores líneas de atención, para su recibir un resultado satisfactorio, empezando por implementar unos equipos adaptables a las necesidades de los usuarios

Recomendaciones

- Compensar fortalece sus estrategias para fidelizar usuarios.
- Se concluye que más del 60% consideran apropiada la atención al cliente
- Se recomienda a la empresa Compensar mejoras en cuanto a su infraestructura y herramientas tecnológicas que le permita a los colaboradores, optimizar tiempos y generar resultados positivos.

Anexos

Formato de encuestas

En cuesta para los empleados de la empresa de seguros Compensar.

En el siguiente formulario te recomendamos mucha precisión y que esperamos y te agradecemos por el tiempo que te tomaste en responderlo.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

1. De acuerdo a las estrategias de marketing ¿Qué opina usted como empleado sobre la medición de las categorías de salud en la EPS Compensar del año 2019?

Texto de respuesta larga

2. ¿En una calificación del 1 al 10 como determinaría usted la calidad de trabajo que se emplea en la atención? ¿justifique su respuesta

Texto de respuesta corta

3 ¿En el tiempo que lleva trabajando en la empresa Compensar que sugiere usted, que se podría mejorar en los elementos de trabajo? Ejemplo tener mejores condiciones en los escritorios etc.

Texto de respuesta corta

4. ¿ En su trabajo diariamente usted como empleado mide los tiempos que tarda en realizar un informe u otra respectiva función?

Texto de respuesta larga

5. ¿cuál cree que sería una forma de solucionar los inconvenientes que puede tener en temas que usted considere desconocidos?

1. tener una capacitacion sobre el tema desconocido
2. tener clases virtuales donde se descarte sus dudas de lo desconocido
3. hacer cursos individualmente por su cuenta
4. ninguna de las anteriores



Encuesta de los Afiliados y no afiliados de la empresa de Seguros Compensar.

En el siguiente formulario encontrara unas preguntas acorde a las necesidades presentadas, agradecemos su tiempo y disposición.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

¿ cómo calificarías el servicio de los asesores en cuanto a la información y las solicitudes? *

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- No satisfecho
- Mala Atención

2. ¿según usted como empleador o asesor, realiza orientación de los usuarios para la selección de la EAPB?

- SI
- NO
- Si la respuesta es afirmativa explique como lo realiza, en caso de lo contrario, responder porque no se r ...

3. ¿usted cree que recibe una buena atención, en las centrales de Servicio vía telefónica? explique el porque

- si
- no

4. ¿usted como asesor, cree que la Empresa proporciona las herramientas para la atención a los usuarios de la empresa?

- si
- no

5. ¿usted cómo dueño o administrador de la empresa, cree que hay falencias en la Atención de las personas afiliadas y no afiliadas?

- si
- no

Referencias

- Announced, N. M. (17 de 07 de 2008). *race Chase for the Cup Crowns Series Champion*.
Obtenido de <https://hometracks.nascar.com/>
- Anonimo. (2010). *Estrategias en la aplicacion de las TIC, (Tesis Doctoral)*. Obtenido de
https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/16121/TESIS_SEGUROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Avila, A. (1 de Mayo de 2020). *Formulario, encuestas*. Obtenido de
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdmrq0e8ZzscTrJ2DvkqsLFqptNr6iV6JCtfPtrsV-cGHNOMg/viewform?usp=sf_
- Avila, A. (7 de Mayo de 2020). *Formulario Encuesta de los Afiliados y no afiliados de la empresa de Seguros Compensar*. Obtenido de
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfq_L7KQoKaOLo84zWsczJnQZGBLizLYBACAEi2yw-ERZhxqw/viewform?usp=sf_
- cnsf. (2020). *Ley General De Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros*. Obtenido de
de
[http://www.cnsf.gob.mx/Normativa/Leyes%20y%20Reglamentos/LGISMS%20\(Versi%C3%B3n%20Compilada%20al%2010-Ene-14\).pdf](http://www.cnsf.gob.mx/Normativa/Leyes%20y%20Reglamentos/LGISMS%20(Versi%C3%B3n%20Compilada%20al%2010-Ene-14).pdf).
- COLOMBIA, O. (14 de Diciembre de 2001). *Indicadores de Salud*. Obtenido de
https://www.paho.org/col/index.php?option=com_content&view=article&id=1882:datos-de-salud&Itemid=135

Compensar. (2016). *Informe de Gestión y sostenibilidad*. Obtenido de

<https://corporativo.compensar.com/nuestra-organizacion/Documents/informe-GRI-2016-opt.pdf>

Compensar. (2020). *Compensar*. Obtenido de <https://corporativo.compensar.com/>

Compensar. (7 de Mayo de 2020). *Compensar empresas Empresas*. Obtenido de

<https://www.compensar.com/empresas/>

maps, G. (2020). *Ubicacion de la empresa*. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Compensar+Sede+Cra+69/@4.6598117,-74.1061845,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9b9ef24cab49:0xf6c4bb668efb88da!8m2!3d4.6598064!4d-74.1039958?hl=es-MX>

Merca.20. (26 de Septiembre de 2018). *Las 7 estrategias de marketing de Philip Kotler que*

urgen al conocimiento del mercadólogo. Obtenido de

<https://www.merca20.com/las-7-estrategias-de-marketing-de-philip-kotler-que-urgen-al-conocimiento-del-mercadologo/>

Minsalud. (1 de Mayo de 2020). *Sistema de Información de Prestaciones de Salud*.

Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/rips.aspx>

OCDE. (2020). *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos*. Obtenido

de <https://www.oecd.org/acerca/>.

postcron. (s.f.). *27 Enseñanzas de Philip Kotler, el padre del Marketing Moderno, para*

aplicar a tus estrategias de Marketing OnLine. Obtenido de

<https://postcron.com/es/blog/philip-kotler-sus-consejos-para-el-marketing-online/>

Team, H. S. (2020). *Hablando de Innovacion Somos Seguros*. Obtenido de <http://hdimexicoinsurance.com/interior.aspx?id=70&lang=0>