



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y  
Contables - *Sociedad y Desarrollo***

*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables*

*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

# **INDICADORES DE GESTIÓN EN EMPRESAS ASEGURADORAS DEL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO**



**Vanessa Cuvides López**

Semillero de investigación  
Administración de Empresas  
VI Semestre

**Jesús García Guilianny**

## Descripción del problema

- Las empresas aseguradoras del departamento del atlántico, se han visto en la necesidad de utilizar enfoques de calidad de servicio para mantener y fidelizar a sus clientes, incorporando estrategias corporativas y desarrollando sus operaciones de manera efectiva, generando aceptación y beneficios rentables a la unidad de negocios.





## **PREGUNTA PROBLEMA**

¿Cómo es la calidad del servicio en las empresas aseguradoras del departamento del atlántico?

Las empresas en todos los sectores, entre estos el asegurador, se encuentran en dinámicas de cambios permanentes, a consecuencia de la complejidad del entorno y del proceso de globalización. En este sentido, realizar investigaciones orientadas a conocer un poco más sobre los procesos administrativos y operativos de las organizaciones y la forma como esto se traduce en elementos de productividad y competitividad, es de suma relevancia.

# OBJETIVOS

## ➤ OBJETIVO GENERAL

Describir la calidad del servicio en las empresas aseguradoras del departamento del atlántico para la validación teórica en la satisfacción del cliente.

## ➤ OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las dimensiones de la calidad de servicio en las empresas aseguradoras del departamento del atlántico
- Caracterizar los componentes de la calidad de servicio que garantizan la gestión operativa en las empresas aseguradoras del departamento del atlántico





# JUSTIFICACIÓN

TEORICA

PRACTICA

METODOLOGICA



## DELIMITACIÓN

La investigación se enmarcará dentro de la línea de investigación Desarrollo Organizacional de la universidad Simón Bolívar, La población de estudio corresponde a tres empresas aseguradoras del departamento del atlántico, afiliadas a la federación de aseguradores colombianos (FASECOLDA)



## FUNDAMENTACIÓN TEORICA

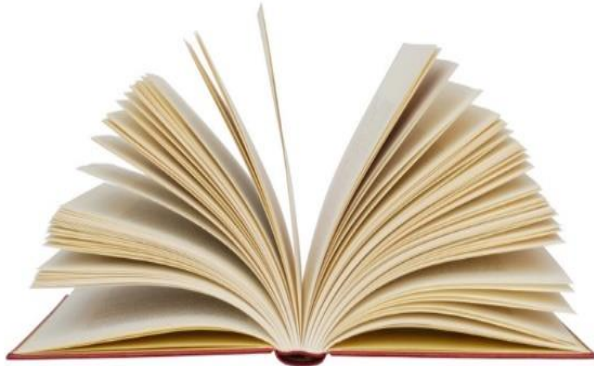
La calidad es un asunto importante para cualquier empresa que aspire ser competitiva. Al respecto, Cuatrecasas (2010), manifiesta que la gestión de la calidad, es un modelo con un enfoque en procesos en el que juega un papel importantísimo, entre otros aspectos, la satisfacción del cliente y la mejora continua. Sus requisitos son flexibles y fácilmente adaptables a las necesidades y características de cada organización.





# BASE TEORICA

De Andrés (2009) la calidad de servicios es el principal componente de las percepciones del cliente, predomina de manera fundamental en sus evaluaciones sobre el servicio recibido, sobre las características del servicio, situación emocional de los clientes y equidad entre el trato recibido y el precio, lo cual genera como resultado la fidelidad de los clientes.



Jones y George (2014) mencionan que la capacidad de respuestas lleva a las empresas de servicio a proporcionar mayor capacitación y entrenamiento, de modo que pueda optimizarse el funcionamiento de todas sus operaciones, lo cual es percibido por los que demandan el servicio. Para este sentido, si el personal muestra una atención personalizada con prontitud y de calidad, el cliente quedará satisfecho por el servicio prestado.



# METODOLOGIA

- La investigación se realiza con el propósito de describir la calidad del servicio en las empresas aseguradoras del departamento del atlántico para la validación teórica en la satisfacción del cliente. De esta forma, se implementa una investigación de tipo cuantitativa, transversal y de campo. La población corresponde a tres empresas aseguradoras del dpto. del atlántico, con la mayor cifra de primas netas acumuladas al 31 de enero del 2019.





# Resultados

**Variable: Calidad de servicio**  
**Dimensión: Componentes de la calidad**  
**Tabla 4**

Indicadores	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R
Capacidad de respuesta	77,00	24,44%	107	33,97%	91	28,89%	28	8,89%	12	3,81%
Credibilidad	143	45,40%	95	30,16%	57	18,10%	15	4,76%	5	1,59%
Mejora continua	130	41,27%	106	33,65%	56	17,78%	19	6,03%	4	1,27%
TOTAL	350	37,04%	308	32,59%	204	21,59%	62	6,56%	21	2,22%
	69,63%				21,59%		8,78%			

Fuente: elaboración propia (2019)

# Variable: Calidad de servicio

## Dimensión: Dimensiones de la calidad

Tabla 5

Indicadores	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R
Tangibilidad	139	44,13%	90	28,57%	60	19,05%	19	6,03%	7	2,22%
Confiability	98	31,11%	125	39,68%	71	22,54%	6	5,08%	5	1,59%
Sensibilidad	104	33,02%	116	36,83%	73	23,17%	13	4,13%	9	2,86%
Seguridad	123	39,05%	110	34,92%	60	19,05%	15	4,76%	7	2,22%
Empatía	91	28,89%	140	44,44%	66	20,95%	9	2,86%	9	2,86%
TOTAL	555	35,24%	581	36,89%	330	20,95%	62	4,57%	37	2,35%
	72,13%				20,95%		6,92%			

Fuente: elaboración propia (2019)

## Variable: Calidad de servicio

Dimensiones: Componentes de la calidad y dimensiones de la calidad

Tabla 6

Indicadores	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi nunca		Nunca	
	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R
Capacidad de respuesta	77,00	24,44	107	33,97	91	28,89	28	8,89	12	3,81
Credibilidad	143	45,40	95	30,16	57	18,10	15	4,76	5	1,59
Mejora continua	130	41,27	106	33,65	56	17,78	19	6,03	4	1,27
Tangibilidad	139	44,13	90	28,57	60	19,05	19	6,03	7	2,22
Confiabilidad	98	31,11	125	39,68	71	22,54	6	5,08	5	1,59
Sensibilidad	104	33,02	116	36,83	73	23,17	13	4,13	9	2,86
Seguridad	123	39,05	110	34,92	60	19,05	15	4,76	7	2,22
Empatía	91	28,89	140	44,44	66	20,95	9	2,86	9	2,86
TOTALES	905,00	35,91	889	35,28	534	21,19	124	5,32	58	2,30
	71,19%				21,19%		7,62%			

Fuente: elaboración propia (2019)

# CONCLUSIÓN

Se puede describir la calidad del servicio en las empresas aseguradoras del departamento del atlántico como:

- Confiable, a que se percibe que el servicio es prestado de manera oportuna.
- Segura, ya que el cliente se siente seguro de depositar su confianza en la empresa aseguradora, el nivel de confianza con el personal le genera tranquilidad en sus tramitaciones.
- Empática, ya que el personal entiende las inquietudes de los clientes, el servicio de las empresas se adaptan a las necesidades de los asegurados.

Así mismo para los clientes es importante:


- La apariencia de las instalaciones físicas.
- Los equipos
- El personal
- Medios de comunicación.



# REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Acuña, J. (2005) Mejoramiento de la calidad: un enfoque a los servicios primera edición. Editorial tecnológica de Costa Rica. Costa Rica.
2. Álvarez J, Ibarrola I, Álvarez G, Bullón J (2006) Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de la calidad. Editorial Vigo. España.
3. Eyans, J. & Lindsay, W. (2008). Administración y control de la calidad séptima Edición. México: Cengage learning editores, S.A.
4. Vargas, M & Aldana, L. (2014). Calidad y servicio: Conceptos y herramientas. Bogotá: Ecoe ediciones
5. Zeithaml, V.; Bitner, M. & Gremler, D. (2012). Services Marketing. McGraw-Hill Higher Education





6. Cuatrecasas, L. (2010). Gestión integral de la calidad, cuarta edición Editorial Profit. España.

7. De Andrés, J. (2008). Marketing en empresas de servicios, primera edición. De México: Editorial Alfaomega.

8. Fleitman J. (2008) Evaluación integral para implantar modelos de calidad. Tercera edición, editorial. Pax México.