

ANEXO No. 1

Entrevista estructurada dirigida a la fuerza de ventas

La presente entrevista tiene como objetivo identificar los comportamientos que conllevan a la competencia en el entorno del sector de seguros y su influencia en el desempeño organizacional.

De acuerdo a lo descrito anteriormente, en esta ocasión solicitamos su colaboración para identificar las características de la forma como su organización compite en el sector. Las respuestas serán analizadas de forma individual, garantizando total reserva tanto de sus datos como los de la organización.

DATOS GENERALES

Nombre:_____ Genero: F M <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Edad:_____ Estado civil: _____ Profesión:_____
1. ¿Cuántos años ha trabajado en el sector de seguros?
2. ¿Cuántos años lleva vendiendo seguros de vida?
3. ¿En cuántas compañías de seguros ha trabajado en los últimos diez años?
4. Los pagos laborales que realiza la compañía en la que labora actualmente son: a. Sueldo más comisión b. Únicamente comisión c. Otro. ¿Cuál?
5. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la compañía en la que labora actualmente? a. Alto b. Medio c. Bajo d. Otro. ¿Cuál?
6. Además del incentivo económico tiene algún otro incentivo a. No b. Si. ¿Cuál?

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO QUE OFRECE.

<p>7. Porcentualmente, ¿Con qué cifra cumple la meta mensual de ventas de su compañía?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Menos del 50%b. Entre 50% y 70%c. Entre 70% y 100%d. Más del 100%
<p>8. ¿Con qué frecuencia enfrenta clientes que requieren algo que la compañía no ofrece?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Semanalb. Mensualc. Anuald. Nuncae. Otro. ¿Cuál?
<p>9. ¿Alguna vez ha propuesto un nuevo producto o modificaciones a uno ya existente?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Nob. Si. ¿Cuántas veces?
<p>10. ¿Cada cuánto su compañía modifica el producto para adecuarlo a las necesidades del cliente?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Mensualb. Trimestralc. Semestrald. Anuale. Otro. ¿Cuál?
<p>11. De acuerdo a su criterio, identifique las tres principales causas de deserción de sus clientes.</p>
<p>12. ¿Con qué frecuencia se capacita usted en las características de los productos que ofrece?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Mensualb. Trimestralc. Semestrald. Anuale. Otro. ¿Cuál?

13. ¿Con qué frecuencia se comunica con sus clientes después de entregarles el producto?

- a. Mensual
- b. Semestral
- c. Próximo a vencer el seguro
- d. Nunca
- e. Otro. ¿Cuál?

14. ¿Considera que su compañía tiene productos que los diferencia de la competencia?

- a. No
- b. Si. ¿Cuál o cuáles?

CARACTERÍSTICAS DEL PRECIO DEL PRODUCTO QUE OFRECE.

15. ¿Cuáles son los criterios que se tienen en cuenta en su compañía para fija los precios de los seguros de vida?

16. Su compañía le permite tener flexibilidad para llevar a cabo la negociación en relación:

- a. Precio
- b. Producto
- c. Ambos
- d. No tiene flexibilidad

17. ¿Conoce el precio de los productos que tiene la competencia?

- a. No
- b. Si. ¿Qué características tiene?

18. Los precios de los productos que ofrece su compañía varían según:

- a. Estrato
- b. Sector
- c. Región de Colombia
- d. Otro. ¿Cuál?
- e. No varían

CARACTERÍSTICAS DE LA PLAZA

<p>19. ¿Recibe usted por parte de su compañía una base de datos de posibles clientes para ofrecer los productos?</p> <p>a. No</p> <p>b. Si. ¿Con que frecuencia?</p> <p>Si su respuesta es negativa preguntar la 19, de lo contrario continuar con la pregunta 20.</p>
<p>20. ¿De dónde obtiene la base de datos de sus posibles clientes?</p> <p>a. Sectorización o cuadrantes</p> <p>b. Por tipo de cliente</p> <p>c. Por directorio telefónico</p> <p>d. Otro. ¿Cuál o cuáles?</p>
<p>21. Cuando usted interactúa con sus clientes, ¿De qué manera lo hace?:</p> <p>a. Personal</p> <p>b. Virtual</p> <p>c. Ambas</p>
<p>22. ¿En qué lugares puede usted vender seguros de vida?</p> <p>a. A nivel nacional</p> <p>b. En una zona específica. ¿Cuál?</p> <p>c. Otro. ¿Cuál?</p>
<p>23. ¿A qué estratos están dirigidos los productos que usted ofrece?</p> <p>a. 1-2-3</p> <p>b. 3-4-5</p> <p>c. 4-5-6</p> <p>d. Indiferente</p>

CARACTERÍSTICAS DE LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO QUE OFRECE

24. ¿Cada cuánto se lanzan al mercado nuevos productos en vida seguros? a. Mensual b. Trimestral c. Semestral d. Anual e. Otro. ¿Cuál?
25. ¿Cuál es su(s) estrategia(s) de renovación de clientes?
26. ¿Sus clientes obtienen beneficios por renovar el seguro con su compañía? a. No b. Si. ¿Cuál o cuáles?
27. ¿Qué medios utiliza su compañía para anunciar sus productos?
28. ¿Con qué frecuencia se capacita en negociación? a. Mensual b. Trimestral c. Semestral d. Anual e. Otro. ¿Cuál?
29. ¿Cuál es el enfoque que tienen las capacitaciones en negociación?

CARACTERÍSTICAS DE SUS COMPETIDORES DIRECTOS

30. ¿Cuáles son los competidores directos de su compañía en el producto de vida?
31. ¿Cuál es la compañía líder en ventas en seguros de vida?
32. ¿Tiene conocimiento de nuevas compañías que estén por entrar al sector? a. No b. Si. ¿Cuál o cuáles?
33. ¿Tiene conocimiento de compañías aseguradoras que han salido del mercado los últimos 10

<p>años?</p> <p>a. No</p> <p>b. Si. ¿Cuál o cuáles?</p>
<p>34. ¿Tiene conocimiento de compañías aseguradoras que han migrado a nuevos nichos de mercado en los últimos 10 años?</p> <p>a. No</p> <p>b. Si. ¿Cuál o cuáles?</p>
<p>35. ¿Son los brókers competencia directa?</p> <p>a. No</p> <p>b. Si. ¿Por qué?</p>
<p>36. ¿Conoce usted cual es el mercado potencial del sector de seguros de vida?</p> <p>a. No</p> <p>b. Si. ¿Cuál es la cifra aproximada?</p>
<p>37. ¿Conoce usted cuál es el mercado cautivo del sector de seguros de vida?</p> <p>a. No</p> <p>b. Si. ¿Cuál es la cifra aproximada?</p>
<p>38. ¿Conoce usted las condiciones salariales y de comisiones que tiene la competencia para su fuerza de ventas?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>
<p>39. Considera usted que las condiciones salariales y de comisiones que tiene la compañía en la que trabaja son:</p> <p>a. Excelentes</p> <p>b. Aceptables</p> <p>c. Las cambiaría si pudiera</p> <p>d. Otro. ¿Cuál?</p>
<p>40. ¿Qué características identifica usted en la fuerza de ventas de la competencia en relación a los procesos de negociación?</p>
<p>41. ¿Qué fortalezas identifica usted dentro de su compañía en los procesos de negociación?</p>
<p>42. ¿Qué debilidades identifica usted dentro de su compañía en los procesos de negociación?</p>

ANEXO No. 2

Entrevista semi-estructurada dirigida a los directores comerciales

La presente entrevista tiene como objetivo identificar los comportamientos que conllevan a la competencia en el entorno del sector de seguros y su influencia en el desempeño organizacional.

De acuerdo a lo descrito anteriormente, en esta ocasión solicitamos su colaboración para identificar las características de la forma como su organización compete en el sector. Las respuestas serán analizadas de forma individual, garantizando total reserva tanto de sus datos como los de la organización.

DATOS GENERALES.

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuántos años lleva en el negocio de Seguros?
3. ¿Cuántos años lleva ofreciendo el producto de seguros de vida?
4. ¿Cuál es el criterio de la compañía para contratar personal de la fuerza de ventas?
5. ¿Entre que edades la compañía acoge su fuerza de ventas?
6. ¿Cuál es la forma de devengar de la fuerza de ventas de la compañía?
7. ¿Cómo mide la compañía el grado de satisfacción de la fuerza comercial con la compañía?
8. ¿La compañía da incentivos adicionales? ¿Cuáles?

CARACTERISTICAS DE PRODUCTO.

9. ¿Cuál es el criterio de fijar la cuota de ventas mensual?
10. En promedio, ¿Con que porcentaje cumplen con la meta de ventas?
11. ¿Si no se cumple con la cuota comercial proyectada, que acciones realiza la organización para compensarla?
12. ¿La fuerza de ventas se enfrenta en altos porcentajes a clientes que requieren algo que la compañía no ofrece?
13. ¿Qué ocurre cuando se presentan estos casos?
14. ¿Qué hace la organización ante dichas sugerencias?

15. ¿Cada cuanto se lanza o se modifica el producto para adecuarlo a las necesidades del cliente?
16. ¿Cada cuanto hace usted exploración de campo en relación a necesidades de sus clientes?
17. ¿Cuál es el porcentaje de deserción de sus clientes y cuáles son las principales causas de deserción de clientes?
18. ¿Usted está de acuerdo que la mayor deserción de clientes es por los precios más bajos de la competencia y por la incapacidad de pago?
19. ¿Cada cuanto y como apoya la compañía las capacitaciones en producto?
20. ¿Qué seguimiento realizan al proceso de capacitación?

CARACTERISTICAS DEL PRECIO

21. ¿Cuál es el criterio de fijación de precio de producto?
22. ¿Existe una política de fijación de precios?. ¿Su fuerza de ventas conoce dicho criterio?
23. ¿Existe alguna flexibilidad en precio para la negociación?
24. ¿Conoce el precio de los seguros que ofrece la competencia?
25. ¿Para fijar sus precios tienen en cuenta el precio de la competencia?
26. ¿Su fuerza de ventas conoce el precio de los productos de la competencia?

CARACTERISTICA DE PLAZA.

27. ¿Qué herramientas de gestión comercial entrega la compañía a su fuerza de ventas?.
28. ¿Cuál es el criterio para entregar BD como herramienta comercial?
29. ¿En qué lugares puede su fuerza de ventas vender seguros de vida?

CARACTERISTICAS DE PROMOCION DE PRODUCTO.

30. ¿Como establece la política de promoción la compañía?
31. ¿En su criterio cual es la estrategia más efectiva para conseguir y cerrar a un cliente?
32. ¿Cada cuanto se capacita la fuerza de ventas específicamente en negociación?

CARACTERISTICAS DE LOS COMPETIDORES DIRECTOS.

33. ¿Para usted cual es el líder del sector de seguros de vida y que características tiene?
34. ¿Conoce usted cual es el mercado potencial del sector de seguros de vida?

35. ¿Conoce usted cual es el mercado cautivo del sector de seguros de vida?
36. ¿Su fuerza de ventas conoce el mercado potencial y el mercado cautivo?
37. ¿Qué características identifica usted en la fuerza de ventas de la competencia en los procesos de negociación?
38. ¿Qué fortalezas identifica usted dentro de su compañía en los procesos de negociación?
39. ¿Qué debilidades identifica usted dentro de su compañía en los procesos de negociación?
40. ¿Cada cuanto usted se habla con sus pares de otras compañías en relación al producto que maneja? y ¿Qué temas específicos tratan en sus reuniones?