

**Investigación de Mercados para Conocer las Expectativas de Empresas Clientes Afiliadas a
ARL SURA**

Presentado a:

ARL SURA

Oscar Mauricio Flórez Hernández

Luis Eduardo González Lotero

Tutor:

Jahir Fernando Sanabria Amaya

Gerente General de Sanabria Franco Consultores

Institución Universitaria ESUMER

Maestría de Mercadeo

Medellín, Colombia, 2015

Tabla de Contenido

	P.
Introducción	11
1. La Empresa	13
2. Problemática	17
3. Objetivos	18
3.1 Objetivo General.....	18
3.2 Objetivos Específicos	18
4. Marco de Referencia	19
5. Marco Metodológico.....	34
5.1 Ficha Técnica.....	36
5.2 Guía Encuesta	36
5.3 Guía Sesiones de Grupo	45
5.4 Descripción de Actividades y Herramientas	48
5.5 Cronograma y Fases del Trabajo	49
6. Recolección y Compilación de Datos	51
6.1 Resultados Investigación Cuantitativa.....	54
7. Análisis e Interpretación de Resultados	98
8. Formulación de la Ruta de Soluciones.....	100
8.1 Solución propuesta N° 1: Plan de Visitas.....	101

8.2 Solución propuesta N° 2: Plan de Invitaciones “Vive con ARL SURA”.....	102
9. Presupuesto para la Ruta de Soluciones.....	109
10. Costos de la Consultoría.....	116
11. Conclusiones	117
11.1 Conclusiones de Investigación	111
11.2 Conclusiones de Trabajo de Grado.....	112
Referencias	121
Anexos.....	125

Lista de Figuras

Figura 1. Gráfico de Motivo de desafiliadas	17
Figura 2. Gráfico de cronograma de la consultoría basada en el diagrama de gantt.....	50
Figura 3. Gráfico integración con la web 2.0	70
Figura 4. Grafico usuario redes sociales	72
Figura 5. Grafico redes sociales de mayor frecuencia	73
Figura 6. Visita a la página web www.arlsura.com.co	74
Figura 7. Grafico recibe información virtual sobre gestión de riesgos laborales por parte de arl sura?	75
Figura 8. Gráfico de ser contactado por arl sura por algún medio.....	76
Figura 9. Grafico qué capacitación debería ofrecer arl sura?.....	77
Figura 10. Grafico horario, modo y lugar para recibir una capacitación gratuita ofrecida por arl sura	79
Figura 11. Grafico que tan satisfecho se encuentra con el servicio que presta arl sura fuente: construcción de los consultores.....	80
Figura 12. Grafico percepción de arl sura.....	81
Figura 13. Grafico atributos arl sura	82
Figura 14. Otros atributos arl sura.....	83
Figura 15. Afirmaciones.....	86
Figura 16. Calidad de servicio arl sura.....	87
Figura 17. Grafico continuidad con arl sura.....	89
Figura 18. Gráfico aceptacion invitacion a charla arl sura.....	90

Figura 19. Gráfico de matriz de segmentación	91
Figura 20. Gráfico Tabulación Observaciones Encuestas.....	96

Lista de tablas

	p.
Tabla 1. Descripción de actividades y herramientas	48
Tabla 2. Lista de empresas	56
Tabla 3. Respuestas pregunta 2	69
Tabla 4. Respuestas pregunta 3	70
Tabla 5. Respuestas pregunta 4	72
Tabla 6. Respuestas pregunta 5	73
Tabla 7. Respuestas pregunta 6	74
Tabla 8. Respuestas pregunta 7	75
Tabla 9. Respuestas pregunta 8	76
Tabla 10. Respuestas pregunta 9	77
Tabla 11. Respuestas pregunta 10	78
Tabla 12. Respuestas pregunta 11	79
Tabla 13. Respuestas pregunta 12	80
Tabla 14. Respuestas a pregunta 13	81
Tabla 15. Respuestas a pregunta 14	83
Tabla 16. Respuestas pregunta 14	84
Tabla 17. Respuestas pregunta 16	85
Tabla 18. Respuestas pregunta 17	86

Tabla 19. Respuestas pregunta 18.....	87
Tabla 20. Respuesta pregunta 19.....	88
Tabla 21. Número de oficinas regional antioquia ARL SURA.....	97
Tabla 22. Participación segmento atención específica.....	100
Tabla 23. Participación asistida CGR	101
Tabla 24. Segmento asistida en línea	102
Tabla 25. Presupuesto ruta de soluciones.....	106
Tabla 26. Presupuesto de la consultoría	107

Lista de Anexos

p.

Anexo A. Modelo de Invitación Grupos Focales	125
Anexo B. Pantallazo Mails de clientes desactualizados.....	12626
Anexo C. Carta permiso trabajo de Grado	12727
Anexo D. Empresas desafiliadas 2013.....	128

Resumen Ejecutivo

La organización (**ARL SURA**) es una entidad que tiene como objetivo prevenir, proteger y atender a los empleados contra accidentes de trabajo y enfermedades que puedan ocurrir como consecuencia de alguna actividad laboral. Pertenece al *subholding* SURAMERICANA S.A., organización con alta trayectoria en el manejo de seguros con más de 65 años de experiencia en el mercado. Sus principales accionistas son el Grupo de Inversiones Suramericana (81.13%) y la reaseguradora alemana Munich Re (18.87%). En la actualidad, es la **ARL** líder en el mercado colombiano y es un referente internacional en cuanto a la gestión de riesgos laborales.

Actualmente, cuenta con una participación en el mercado de 28.64% y sus principales competidores son ARL Positiva (26.37%), ARL Colpatria (13.45%), **ARL** Colmena (13.03%) y **ARL** Bolívar (6.42%) (**ARL SURA**, 2014).

ARL SURA hace parte del Sistema General de Riesgos Laborales colombiano (**SGRL**), el cual es un conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan. Sus servicios son asesorías a clientes empresariales con quienes de manera conjunta realizan un diagnóstico de su gestión administrativa para el aseguramiento de sus trabajadores, revisan su gestión en seguridad y salud ocupacional e identifican sus riesgos inherentes (expresados y potenciales). Finalmente establece un plan de trabajo ajustado al momento exacto que vive la empresa, enmarcado en la Cultura del Cuidado.

Su direccionamiento estratégico está orientado para obtener una rentabilidad sostenible superior al costo de capital, con enfoque en la atracción y fidelización de los clientes y la generación de ventaja competitiva por medio del talento humano, la tecnología y la gestión de riesgos laborales.

ARL SURA tiene cobertura a nivel nacional, mediante una Oficina Central localizada en la ciudad de Medellín y cuatro oficinas regionales: Regional Antioquia y Eje Cafetero (Medellín, Manizales, Pereira y Armenia), Regional Centro (Bogotá, Ibagué, Neiva, Bucaramanga y Cúcuta), Regional Occidente (Cali) y Regional Norte (Barranquilla y Cartagena). Adicionalmente, cuenta con oficinas promotoras en 13 departamentos del país. A junio de 2014 tenía 42.920 empresas afiliadas a nivel país. De éstas, 13.542 se encuentran asignadas a la oficina Regional Antioquia y Eje Cafetero.

Ahora bien, la Gerencia de la Oficina Regional Antioquia y Eje Cafetero, manifestó que algunas de sus empresas clientes, sobre todo las (**Pyme**), están percibiendo a **ARL SURA** como una organización sólo interesada en “Empresas Grandes” y poco proactiva frente a algunos servicios que deben prestar. Este tipo de empresa se afilia a **ARL SURA** por ser obligatorio.

Este trabajo de consultoría fue una investigación de mercado para conocer exactamente cómo perciben este tipo de empresas la marca **ARL SURA**, adicionalmente se entregó a la gerencia de la oficina Regional Antioquia y Eje Cafetero de **ARL SURA** información pertinente para la correcta definición de estrategias, que le permitan mejorar su posicionamiento en estas empresas. Por esta razón, se realizaron investigaciones cualitativas y cuantitativas de tipo exploratorio a las empresas clientes ubicadas en el departamento de Antioquia, por medio de encuestas y sesiones de grupo, con los actores de afiliación (personal encargado de la toma de decisión) a la Administradora de Riesgos Laborales.

La consultoría fue de tipo colaborativo y como este trabajo es un ejercicio académico, se hizo como si fuera real, con el presupuesto de gastos estimados para su realización, luego en la carta al empresario se indicó la advertencia sobre la no obligación de la empresa de asumir ese presupuesto. Así mismo, su duración fue de 400 horas de trabajo por parte de los estudiantes aspirantes a la Maestría de Mercadeo. Cabe resaltar que, en el mercado actual, esta consultoría tendría un costo aproximado de \$ 53.000.000 millones de pesos colombianos.

Introducción

ARL SURA es una organización que busca ser un aliado estratégico de sus clientes en la gestión de sus riesgos laborales mediante asesorías integrales, cercanas y efectivas, enmarcada en la Cultura del Cuidado. Pertenece al Grupo de Inversiones SURAMERICANA, la cual es una compañía *holding* multilatinas con más de 65 años de experiencia en inversiones estratégicas en los sectores de banca, seguros, pensiones, ahorro e inversión con presencia en 8 países: Colombia, Chile, México, Perú, Uruguay, El Salvador, Panamá y República Dominicana.

El sistema asegurador está inmerso en el contexto de la protección social, un panorama que pretende mejorar las condiciones de vida de los colombianos. Su finalidad es establecer actividades de promoción y prevención tendientes a mejorar las condiciones de seguridad y salud en el trabajo. El grupo de instituciones públicas que componen el sistema son: Compañías Aseguradoras (Seguros), las **EPS** (Salud), las **ARL** (Riesgos Laborales) y los Fondos de Pensiones y Cesantías (AFP), las Cajas de Compensación, el **SENA**, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y el **FOSYGA**.

La organización **ARL SURA** tiene presencia a nivel nacional bajo el esquema de regionales, recibiendo un lineamiento desde su oficina central ubicada en la ciudad de Medellín. En cada regional cuenta con Unidades Estratégicas de Negocios (**UEN**) especializadas por sectores económicos que buscan brindar una mejor asesoría y acompañamiento a sus clientes por medio de un grupo especializado de profesionales al servicio de la empresa y los trabajadores.

Hoy por hoy, cuenta con 25 Unidades Estratégicas de Negocio (**UEN**) que atienden los diferentes departamentos del territorio colombiano. Cada **UEN** está compuesta por un equipo

interdisciplinario de profesionales para atender, asesorar y escuchar las necesidades de los clientes.

Estas asesorías a clientes empresariales, buscan de manera conjunta realizar un diagnóstico de su gestión administrativa, revisar su gestión en seguridad y salud ocupacional e identificar sus riesgos inherentes, para así, establecer un plan de trabajo ajustado al momento exacto que vive la empresa. Adicionando a lo anterior, estas asesorías profesionales buscan garantizar las mejores condiciones de trabajo en las empresas afiliadas y el control de la accidentalidad y la enfermedad. Las coberturas que ofrece **ARL SURA** a sus clientes empresariales son los seguros de riesgos laborales según lo estipula la ley vigente: prevención de riesgos, atención en salud, compensación económica y seguros de vida.

Ahora bien, debido a la magnitud de la *Holding*, se está percibiendo la marca **ARL SURA** como una organización sólo interesada en afiliar y atender a las “Empresas Grandes”. Esta percepción está presente sobre todo en las empresas denominadas **Pyme**. Por esta razón, la Gerencia de la Regional Antioquia y Eje Cafetero de **ARL SURA**, apoyó la realización de esta investigación con el fin de crear estrategias de planeación que logren acercar más la organización con este tipo de empresas.

1. La Empresa

ARL SURA es la Administradora de Riesgos Laborales líder en el mercado privado de Colombia que pertenece al holding de seguros y seguridad social **Grupo SURA**, Compañía del Grupo Empresarial Antioqueño, creada para satisfacer integralmente las necesidades de protección y ahorro de la comunidad, con productos como seguros de daños, seguros de vida, salud y riesgos laborales.

ARL SURA hace parte del Sistema General de Riesgos Laborales colombiano (**SGRL**), el cual es un conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan. Sus servicios son asesorías a clientes empresariales con quienes de manera conjunta realizan un diagnóstico de su gestión administrativa para el aseguramiento de sus trabajadores, revisan su gestión en seguridad y salud ocupacional e identifican sus riesgos inherentes (expresados y potenciales). Finalmente establece un plan de trabajo ajustado al momento exacto que vive la empresa, enmarcado en la Cultura del Cuidado.

Actualmente, cuenta con una participación en el mercado de 28.64% y sus principales competidores son **ARL Positiva** (26.37%), **ARL Colpatria** (13.45%), **ARL Colmena** (13.03%) y **ARL Bolívar** (6.42%) (**ARL SURA**, 2014).

ARL SURA es una sociedad anónima que está comprometida con el progreso de Colombia, dedicada a satisfacer las necesidades de Seguridad Social en Administración de Riesgos Laborales en el país y Latinoamérica.

Sus acciones están encaminadas a contribuir con el mejoramiento continuo de la calidad de vida de la población trabajadora y estudiantil, propiciando la creación de ambientes laborales y

educacionales sanos y seguros, permitiendo alcanzar un mayor desarrollo social, industrial y económico.

Su compromiso es ser una Compañía orientada al cliente, con una clara diferenciación del servicio, mediante la innovación y personalización de los productos de calidad, tecnología de vanguardia, un sólido respaldo y talento humano calificado y comprometido.

ARL SURA cuenta con cuatro oficinas regionales, las cuales están conformadas por Unidades Estratégicas de Negocios especializadas por sectores económicos, conformadas por equipos interdisciplinarios de profesionales para el acompañamiento a las empresas en la gestión integral del riesgo laboral, las cuales son autónomas y líderes, garantizando cercanía, agilidad y conocimiento de los clientes. Cada regional cuenta además con un *staff* técnico de apoyo para el área de prevención, salud y operaciones.

Las Unidades Estratégicas de Negocio (**UEN**) están conformadas por un equipo interdisciplinario que buscan proporcionar al cliente atención integral, especialización por actividad económica para los riesgos propios de cada empresa o institución, personalización de los servicios, empoderamiento en la toma de decisiones y eficiencia administrativa.

Estas unidades están conformadas por un equipo interdisciplinario conformado por:

Gerente de la Unidad Estratégica: líder de la Unidad Estratégica de Negocios autónomo para la atención de las necesidades de los clientes, en las actividades de Salud Ocupacional y en las reclamaciones por la ocurrencia de accidentes de trabajo y enfermedades laborales, además del direccionamiento técnico y administrativo del equipo de trabajo.

Profesional en Prevención de Riesgos: coordina y orienta el desarrollo del plan estratégico conjuntamente con el equipo de salud ocupacional de la empresa cliente para dar cumplimiento a ofrecimientos definidos y de manera sistemática identifica, analiza, evalúa los riesgos y define los objetivos prioritarios en dicho plan para la disminución de la probabilidad de ocurrencia de

accidentes de trabajo o de enfermedad laboral. Pone en marcha los modelos o estrategias requeridos según el tipo de riesgo, hace seguimiento a su desarrollo (gestión e impacto) y define estrategias en conjunto con el equipo Gerencial y de Salud Ocupacional de la empresa cliente, para la mejora continua, gestionando además los recursos y la consecución de expertos para la intervención de cada tema.

Medico Laboral: garantiza una asistencia pertinente, cálida y oportuna en caso de presentarse un Accidente de Trabajo o Enfermedad laboral buscando minimizar las consecuencias en caso de un evento de accidente de trabajo y enfermedad laboral. Igualmente coordina la atención integral con red de instituciones y especialistas, buscando una recuperación en las mejores condiciones para que la persona pueda reintegrarse lo más pronto posible a su trabajo y a su núcleo familiar.

Terapeuta Ocupacional: garantiza procesos de atención integral en rehabilitación, reentrenamiento y reintegro laboral de acuerdo a las patologías de los colaboradores derivadas de accidentes de trabajo y enfermedades laborales.

Analista de Procesos Administrativos: acompaña permanentemente en los temas administrativos permitiendo procesos ágiles y oportunos garantizando la cobertura de los afiliados a **ARL SURA** en todo momento, a través del trabajo conjunto con el área de salarios y prestaciones, garantizando una adecuada transferencia del riesgo.

Ejecutivo de cuenta: gestiona la afiliación de nuevos clientes de ARL SURA incluyendo los trabajadores independientes de las empresas clientes.

ARL SURA, como compañía de seguros especializada en el ramo de riesgos laborales, reconoce a la seguridad social como un pilar básico para el desarrollo sostenible, la cual se soporta gran parte en la dinámica de la sociedad y la economía del país. En nuestro país, la afiliación al Sistema General de Riesgos Laborales se hace por medio de la empresa, la cual

decide a cuál ARL afilia todos sus trabajadores y por ellos cotiza un porcentaje de la nómina acorde con su clase de riesgo. Esto significa la transferencia de los riesgos a un tercero asegurador para que cuando ocurra un accidente de trabajo o enfermedad laboral, éste proteja y reponga el menoscabo económico al que se podría ver expuesta la empresa y la familia del trabajador afiliado. Así los clientes afiliados están asegurados y la ARL asume los costos necesarios para recuperar la salud del trabajador.

Es innegable la presencia de los factores de riesgo en los ambientes laborales, de hecho vivir ya implica riesgos, sin embargo, su existencia no significa que no puedan ser controlados y ese es uno de los objetivos de **ARL SURA**. La gestión integral de los riesgos es un estilo y filosofía de trabajo que **ARL SURA** ha adaptado para mejorar las pérdidas de productividad derivadas de los accidentes y enfermedades laborales.

En ese orden de ideas, toda su labor está orientada a asesorar la seguridad y salud ocupacional en las empresas por medio del fomento e implementación de un Sistema de Gestión de Riesgos que favorezca el control de los factores de riesgo prioritarios, impactando las pérdidas y accidentes más importantes. Para lograr todo lo anterior, cuentan con herramientas técnicas y un equipo humano de alto desempeño que ponen a disposición de los clientes, para orientar la estrategia de seguridad de sus afiliados.

2. Problemática

Debido a la magnitud de la Holding a la cual pertenece **ARL SURA**, algunas de sus empresas clientes, sobre todo las **Pyme**, están percibiendo la organización como una entidad sólo interesada en “Empresas Grandes”. Por lo tanto, algunas empresas clientes están prefiriendo afiliarse a otras **ARL**. Por esta razón, la Gerencia de la Regional Antioquia y Eje Cafetero de **ARL SURA** manifestó que es de gran importancia crear estrategias que logren acercar más la organización a este tipo de empresas. Expresaron que es fundamental lograr que estas empresas clientes se mantengan afiliadas a la organización y no consideren irse después de que se ha invertido tiempo y dinero en atraerlos. Lo anterior porque a nivel general, es menos costoso para **ARL SURA**, por su modelo de negocio, mantener un cliente que lograr atraer uno nuevo.

La situación fue identificada por la Gerencia de ARL SURA al ver que durante el año 2013, se desafilieron 214 empresas solo en la Regional Antioquia, dejando de percibir \$ 3.873.433.314 millones de pesos en cotizaciones, de un total de 25.532 trabajadores desafilados. Al analizar el motivo de desafiliación se dan cuenta de este problema. Ver anexo.

Falta de acompañamiento ARL Sura	Oferta mejor de otra ARL	Otras razones o Sin información
97	54	62

Figura 1. Motivo Desafiladas

Fuente: los consultores

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Evaluar el nivel de satisfacción al cliente que perciben las empresas pymes sobre la marca **ARL SURA** ubicadas en la ciudad Medellín, para así plantear y cuantificar soluciones conducentes al mejoramiento de la satisfacción.

3.2 Objetivos Específicos

Realizar un diagnóstico de las variables internas y las fuerzas externas para **ARL SURA** que permita identificar las posibles debilidades y amenazas de la compañía.

Determinar mediante un análisis exploratorio las variables que afectan la satisfacción del usuario sobre la marca **ARL SURA**.

Identificar los posibles problemas y causas del posicionamiento actual de la marca **ARL SURA** para diseñar el modelo esperado por los clientes.

Establecer los principales indicadores de gestión que permitan medir el nivel de satisfacción al cliente en **ARL SURA**.

Plantear acciones conducentes para mejorar el posicionamiento de la marca **ARL SURA**.

Estimar el presupuesto para implementar el plan de mejoramiento de la marca **ARL SURA**.

Socializar los resultados de la presente investigación al Comité de Gerencia de **ARL SURA** de la Regional Antioquia.

4. Marco de Referencia

El sistema asegurador colombiano está inmerso en el contexto de la protección social, un panorama amplio e incluyente que pretende mejorar las condiciones de vida de todos los seres humanos, por medio de una cobertura integral de necesidades socialmente reconocidas. Es un esquema de protección que ofrece el Estado a sus ciudadanos, en conjunto con un grupo de instituciones públicas.

Los operadores que componen dicho sistema en Colombia son las Compañías Aseguradoras (Seguros), las **EPS** (Salud), las **ARL** (Riesgos Laborales) y los Fondos de Pensiones y Cesantías (**AFP**).

Es importante también mencionar que este sistema es complementado con otras series de instituciones y mecanismos que permiten una mayor protección social, entre otras: las Cajas de Compensación, el **Sena**, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y el **Fosyga** con sus diversas cuentas estatales para proteger a los ciudadanos.

El eje central del Sistema Asegurador, apunta al bienestar de una población. Sin embargo, ésta es una responsabilidad compartida, pues su cumplimiento depende del compromiso de todos los implicados. **El Grupo SURA** los categoriza de la siguiente manera (**ARL SURA**, 2013):

El Estado: realiza las actividades de regulación, dirección, vigilancia y control, permitiendo la correcta ejecución de las funciones de los operadores.

Compañías del **Grupo SURA**: garantizan el acceso de los usuarios a los productos y servicios, según sus necesidades, velando así por la satisfacción de los mismos.

El individuo: es el principal garante de su cuidado y su protección. Consciente del importante papel que juega cada persona en función de su propia conservación, SURA fomenta en el día a día, la Cultura del Cuidado.

La principal dificultad de la región para el sistema asegurador es estructural, pues, debido a la informalidad en las economías latinoamericanas, el contexto general del esquema diseñado se ha desvirtuado un poco, ya que no se están generando los cotizantes suficientes para garantizar la estabilidad futura, sobre todo del régimen de salud y el de pensiones.

La participación en el mercado asegurador mundial de la región latinoamericana alcanza sólo un 1.70%, sólo superando al 1.62% de Oceanía y al 1.23% de África. Frente al mercado latinoamericano, la cuota regional en el mercado asegurador según país, arroja los siguientes resultados (**FUNDACIÓN MAPFRE**, 2014): Colombia tiene una cuota de 4.7%, frente a un 40.8% de Brasil y el 21.8% de México. A nivel de Suramérica, Colombia está por debajo de países como: Argentina 7.9%, Chile 7.7% y Venezuela 5.7%.; claro está, que se encuentra por delante de sus vecinos: Perú 1.7%, Ecuador 0.9% y Panamá 0.7%.

En **SURA** están convencidos de que el mayor beneficiado de este esquema es el ciudadano del común, el cual debe confiar en la empresa que lo protege, en la medida que amplía sus coberturas y reduce el gasto de bolsillo, optimizando la capacidad adquisitiva de los colombianos permitiéndoles que el dinero se reoriente a otras necesidades básicas como su propio desarrollo, mejoramiento de vivienda, recreación, entre otros.

Así mismo, inmerso en este régimen, está enmarcado el Sistema General de Riesgos Laborales, cuya finalidad es establecer actividades de promoción y prevención tendientes a mejorar las condiciones de seguridad y salud en el trabajo. Igualmente de fijar, reconocer y pagar las prestaciones de atención en salud y prestaciones económicas de los afiliados, derivadas de eventos de un accidente de trabajo o enfermedad laboral.

El Sistema General de Riesgos Laborales es dirigido, orientado, controlado y vigilado por el Estado. Este sistema obliga a todos los empleadores a afiliarse a todos sus trabajadores dependientes. Si hay omisión de esta responsabilidad, el empleador deberá asumir, además de las sanciones legales, todas las prestaciones derivadas en caso de un accidente de trabajo o una enfermedad laboral.

Suramericana S.A es una *subholding* que hace parte del Grupo de Inversiones Suramericana, el cual pertenece al Grupo Empresarial Antioqueño. En ella se agrupan inversiones en seguros y seguridad social. Su objetivo básico es satisfacer integralmente las necesidades de protección y ahorro de la comunidad, entregándoles soluciones a sus clientes mediante servicios diferenciados, innovadores, con tecnología de vanguardia y un equipo humano calificado.

ARL SURA es una empresa que hace parte de la Vicepresidencia de Seguridad Social de Suramericana S.A. Es una Administradora de Riesgos Laborales que nació a partir del momento en que se realizó la reestructuración del Sistema General de Riesgos Laborales en Colombia, con el decreto 1295 de 1994, y desde entonces ha venido trabajando en la gestión integral del riesgo ocupacional.

Actualmente, todas las empresas del **Grupo SURA** presentan una identidad corporativa similar, donde su principal función es presentar unas compañías con una marca moderna e innovadora, clara en su comunicación y vinculada a una organización con presencia importante en Latinoamérica. Para lograr lo anterior, invierten gran capital en la promoción de sus productos en publicidad tradicional como: televisión, prensa y radio. Igualmente, está presente en diferentes eventos que se realizan en el país y en Latinoamérica con material **Pop**.

Según su presidente, David Bojanini García: “la arquitectura de marca de **SURA** busca, además de generar identidad unificada, hablar un mismo lenguaje, manteniendo la calidad en el

servicio, y comunicar de una manera inspiradora y convocante lo que ofrece la Compañía a sus clientes. Es una marca que impone grandes retos, el más importante: una evolución en la actitud, la mentalidad y el trabajo, en la forma de acercarnos a nuestros clientes, de presentarnos ante el mercado y de hacer negocios”.

Ahora bien, debido a la magnitud de la *Holding*, algunas de sus empresas clientes, sobre todo las **Pyme**, están percibiendo la marca **ARL SURA** como una organización sólo interesada en “Empresas Grandes”. Por lo tanto, algunas empresas clientes están prefiriendo afiliarse a otras **ARL**. Por esta razón, la Gerencia de la Regional Antioquia y Eje Cafetero de **ARL SURA** manifestó que es de gran importancia crear estrategias que logren acercar más la organización a este tipo de empresas. Expresaron que es fundamental lograr que estas empresas clientes se mantengan afiliadas a la organización y no consideren irse después que se ha invertido tiempo y dinero en atraerlos. Lo anterior porque a nivel general, es menos costoso para **ARL SURA**, por su modelo de negocio, mantener un cliente que lograr atraer uno nuevo.

En ese orden de ideas, durante este trabajo de Consultoría se detecta que el enfoque fundamental del posicionamiento, no es partir de algo diferente, sino manipular lo que ya está en la mente, reordenar las conexiones existentes. El posicionamiento es lo primero que viene a la mente cuando se trata de resolver el problema de cómo lograr ser escuchado en una sociedad sobre comunicada, el posicionamiento es un sistema organizado para encontrar ventanas en la mente del consumidor, se basa en el concepto de que la comunicación sólo puede tener lugar en el tiempo adecuado y bajo circunstancias propicias. (Jack Trout y Al Ries, 1990).

Una empresa líder, por ejemplo en un sector de servicios, sabe que se encuentra allí, posiblemente porque su marca llegó primero a la mente de los consumidores, y alcanzó de manera más profunda entrar al cerebro de cada uno de ellos, sin duda, generando una percepción de seguridad.

Ahora bien, cuando se presenta el fenómeno de la deslealtad de marca de los consumidores hacia la empresa líder, esa deslealtad de los clientes se puede deber a múltiples situaciones, una buena razón para la deslealtad, puede ser el abandono por mal servicio, puesto que, la estructura de servicio de la empresa líder es tan densa y pesada, que varios de sus segmentos se sienten desatendidos.

El proceso de prestación de servicio es el origen de las valoraciones que realiza el consumidor, no sólo para emitir sus juicios de valor y satisfacción, sino también para desarrollar respuestas posteriores a la experiencia de compra (Kim y Cha, 2002). Cuando ese grupo, o esos segmentos valoran el proceso de servicio de una empresa líder, posiblemente pueden percibir que existe alguna diferenciación de servicio, lo que podría originar una deserción del cliente.

Es oportuno ahora señalar que, este trabajo de consultoría inició con el concepto de posicionamiento, pues se puede preguntar si posicionamiento, es lo primero que viene a la mente del consumidor y lo que evidentemente ya está en su mente, sería válido pensar que la desatención por servicio, ya está en la mente de ese consumidor.

Los mercados también pueden segmentarse por las tasas de usos (...), así pues una compañía puede sacar mucho provecho si analiza los patrones de lealtad de su mercado (P. Kotler, 1997). Al realizar segmentación por tasa de uso, inevitablemente algunos segmentos sienten la diferencia por la calidad y oportunidad en el servicio.

La lealtad de marca se asocia con niveles superiores de satisfacción del cliente (Lambin, 2003). Pero en este caso sólo algunos segmentos se sentirán muy satisfechos o satisfechos, y con esto se infiere una lealtad de marca mayor. Pero el cuestionamiento debe hacerse sobre los segmentos que están un poco más alejados de la atención total en servicio, dado su frecuencia e intensidad de compra, seguramente su satisfacción sería muy diferente de los primeros, con estos se encontraría un escenario de poca lealtad de marca.

La lealtad incluye inicialmente aspectos psicológicos de evaluación y toma de decisiones que configuran actitudes y emociones respecto a una marca o grupo de marcas de la misma categoría, que posteriormente se convierten en comportamientos efectivos y repetitivos de compra (Colmenares & Saavedra, 2007).

Después de esta exposición, es notable señalar, que nuestra posición de consultores es que algunas empresas de los segmentos menos atendidos, han incorporado en su mente un posicionamiento negativo hacia **ARL SURA**, aunque sea la líder.

En un plano gerencial la lealtad de los consumidores es hoy en día considerada como una Fuente básica de competitividad organizacional y de fortaleza en el mercado (Dick & Basu, 1994), entonces, emerge una pregunta importante, ¿debe **ARL SURA** centrarse sólo en sus segmentos más rentables? ¿ó debe repensar su estructura de servicio para abarcar a todos los segmentos para que éstos no se sientan desatendidos?

Estas preguntas, posiblemente son suficientemente planteadas con anterioridad, pero en la toma de decisiones de hoy, en un mercado tan competido, no se observan demasiadas posiciones concretas al respecto, la sensación es que siempre ha sido una pregunta con respuestas amplias, difusas y poco concretas. He allí la importancia de este trabajo de Consultoría y sus posibles soluciones a esta realidad que presenta hoy en día **ARL SURA**.

Adicionalmente, Thorsten Hennig-Thurau y Alexander Klee (2000), exponen que la satisfacción del cliente es a menudo vista como la clave del éxito de una empresa para su competitividad a largo plazo. En el contexto del mercadeo de relaciones la satisfacción del cliente es vista como una clave determinante para la retención de los mismos. Así mismo, en diversos estudios se ha manifestado que la satisfacción del cliente no es sinónimo de éxito en la retención de los clientes.

Las transacciones del valor de cliente deben ser complementadas con percepciones de calidad relacionadas con el servicio del cliente, la cual es una percepción efímera y emocional de cada individuo. Existen diferentes tipos de percepción de calidad, la identificación de estos tipos mediante la caracterización de cambios en el patrón interno y de evaluaciones de calidad subyacentes, permite una predicción más exacta de retención de clientes. Las estrategias para la retención de clientes es el objetivo fundamental de esta consultoría, y es el valor agregado que se entregó a la gerencia de **ARL SURA**.

Los juicios relativos de calidad que incorporan la evaluación de productos o servicios, predicen la retención de los clientes mejor que las evaluaciones y apreciaciones absolutas de calidad. Recientemente algunos autores han discutido este tema bajo la perspectiva del mercadeo de relaciones. Para distinguir entre satisfacción efímera y percepciones de calidad, que son diferentes dimensiones de influencia en la retención de clientes, en este trabajo de consultoría se realizó grupos focales para determinar la percepción de calidad de los clientes entrevistados. La ventaja de estos grupos focales fue su capacidad para brindar interconexiones y matices que permitieron la comprensión de entornos y situaciones.

El compromiso se define (Young y Denize, 1995) como una orientación a largo plazo hacia una relación basada en un vínculo emocional, en el vínculo afectivo y en la convicción que la permanencia en la relación va a suponer beneficios netos superiores. El compromiso y la confianza son dimensiones centrales del complejo constructo de la calidad de la relación, los cuales juegan un papel importante en las decisiones de permanencia del cliente.

Para abordar el desarrollo de un modelo de Marketing Relacional se deben revisar varios conceptos como calidad, satisfacción del cliente, fidelización, lealtad, retención, entre otros. Debe hacerse una diferenciación entre ellos y además entender su impacto final en la ejecución de un modelo de Marketing Relacional.

Iniciando entonces esta conceptualización, tenemos a (Kotler, 1994) donde afirma que la clave para la retención de clientes es la satisfacción del cliente. De otro lado están (Peyrot, Cooper, y Schnapf, 1993; Woodside, Frey, y Daly, 1989) donde afirman que la satisfacción del cliente se basa en la confirmación de las expectativas asociadas por un comprador con el servicio o producto que brinda una compañía. Adicional también mencionan una variable muy importante dentro del desarrollo de la satisfacción del cliente, los autores (Peyrot, Cooper, y Schnapf, 1993; Woodside, Frey, y Daly, 1989) enuncian que la calidad se entiende como un antecedente de la satisfacción del cliente, haciendo que la satisfacción del cliente sea una evaluación de la calidad del producto o servicio que ofrece una compañía. Basados en esto, se evidencia que para que haya satisfacción del cliente debe existir calidad del producto o servicio, sin embargo para el tiempo actual se puede notar que como antecedentes a la satisfacción del cliente hay muchas más variables además de la calidad y con el mismo peso e incluso más como lo son la disponibilidad, canales, formas de pago, moda, entre otros. También podemos inferir que la satisfacción del cliente es un punto de partida o una variable inicial del mercadeo que busca establecer y desarrollar estrategias para la retención de clientes en las empresas.

Sin embargo debemos notar que según (Reichheld, 1993) el porcentaje de migrantes satisfechos es muy elevado, informa que entre el 65% y el 85% de los clientes que desertan dicen estar satisfechos, incluso muy satisfechos con su antiguo proveedor. De acuerdo a esto, se evidencia que satisfacción del cliente es diferente a retención de clientes y que la retención de clientes no sólo depende de variables como calidad y satisfacción. La satisfacción del cliente y la retención de clientes son variables que pueden arrojar resultados diferentes, es decir, un cliente altamente satisfecho no es igual a un cliente retenido.

Además de la percepción complementaria entre satisfacción del cliente y calidad, tenemos a (Moorman, Zaltman y Deshpandé, 1992) y (Palmer y Bejou, 1994) que hablan de la relación que tiene el cliente con la empresa, esa relación tiene un impacto importante y debe ser considerado según los autores. Ellos lo denominan como calidad de la relación. Según lo anterior, se puede considerar dos tipos de relaciones que las empresas deben desarrollar con sus clientes, 1. cliente – producto y 2. cliente - empresa. La empresa debe vincular o conectar al cliente tanto con el producto o servicio como con la compañía. Desde la relación cliente – producto o servicio se agrupan conceptos de calidad, precios, disponibilidad, otros y desde la relación cliente - empresa se agrupan conceptos de imagen, valores, convicciones y más. Cada una de estas relaciones deberá ser identificada, evaluada y desarrollada con estrategias y actividades acorde a los objetivos estratégicos de las compañías.

Apoyando a (Moorman, Zaltman y Deshpandé, 1992) y (Palmer y Bejou, 1994) quienes resaltan la calidad de la relación como factor predominante para la retención de clientes, tenemos a (Thorsten Hennig-Thurau y Alexander Klee University of Hanover, 1997) quienes incorporan la confianza y el compromiso como las dos construcciones básicas en la conceptualización teórica de calidad de la relación, puesto que la confianza lleva al compromiso y son cruciales para la eficacia de la relación. Por ejemplo, sirve como un sustituto de los acuerdos contractuales y aumenta la eficiencia de la interacción, disminuyendo así los costos de transacción. Adicional la confianza se ocupa de las necesidades tanto operativas como sociales conduciendo a un compromiso afectivo en la relación.

Justificados en lo anterior, la valoración de la satisfacción del cliente, la calidad del producto o servicio y la calidad de la relación con la empresa, deben complementarse dentro de las estrategias que diseñe el área de mercado y ventas de una compañía para lograr un impacto favorable en la retención de clientes. Definiendo la retención de clientes según (Thorsten Hennig-

Thurau y Alexander Klee University of Hanover, 1997) como el comportamiento de repetición de compra que se desencadena por las actividades del comercializador o vendedor haciendo que su estudio se centre en los aspectos de gestión.

Siguiendo con esta conceptualización esta (Grönroos, 1994; Sheth y Parvatiyar, 1994) quienes afirman que la satisfacción del cliente ha adquirido una nueva atención en el contexto del cambio de paradigma del marketing transaccional al marketing relacional. Entendiendo Marketing relacional según (Morgan y Hunt, 1994) como todas las actividades de marketing dirigidas a establecer, desarrollar y mantener intercambios relacionales exitosos. Por otro lado (Reinares y Ponzoa, 2004) explica el marketing relacional como una estrategia que abarca las diferentes acciones e iniciativas desarrolladas por una empresa hacia sus diferentes públicos o hacia un determinado grupo o segmento de los mismos, dirigidas a conseguir su satisfacción en el tiempo, mediante la oferta de servicios y productos ajustados a sus necesidades y expectativas, incluida la creación de canales de relación estables de intercambio de comunicación y valor añadido, con el objeto de garantizar un clima de confianza, aceptación y aportación de ventajas competitivas que impida su fuga hacia otros competidores. También (Sheth, 1996) define el marketing relacional como "la retención de clientes rentables a través de actividades de colaboración y la asociación en curso de uno a uno. Dice (Reinares y Ponzoa, 2004) que "El marketing relacional nos ayuda a concretar ese importante algo, nos permite detectar la relación existente entre la expresión del deseo y el tipo de remedio esperado"

Basados en las definiciones anteriores del Marketing Relacional podemos inferir que la percepción de satisfacción del cliente, la calidad del producto o servicio y la calidad de la relación con la empresa, son acciones que se ejecutan dentro de las estrategias del Marketing Relacional puesto que cada variable mencionada anteriormente se reflejan en estas definiciones

de Marketing Relacional y dentro de las definiciones de las variables estudiadas y el modelo mencionado el resultado de su aplicación y ejecución es la retención de los clientes de una organización. Sin embargo cabe notar que en el modelo de Marketing Relacional predomina la variable calidad de relación.

Ahora tenemos a (Munuera y Rodríguez, 2006) definiendo el marketing estratégico como el análisis y la comprensión del mercado a fin de identificar las oportunidades que permiten a la empresa satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores mejor y más eficientemente que la competencia y el marketing operativo como el que desciende al plano de la acción para hacer frente a la puesta en marcha de esas estrategias. Entonces tenemos que el Marketing Relacional enfatiza en el desarrollo de la relación con el cliente a través de la confianza y el compromiso de los mismos, para que luego desde el Marketing Estratégico se haga el análisis de los resultados y así establecer estrategias a desarrollar desde el Marketing Operativo.

Según (Reinares y Ponzoa, 2004) (Weinstein, 1999) los tres objetivos primarios del marketing relacional que es en el cual se centra este trabajo son “obtener el máximo valor posible, en el máximo plazo posible, en cada consumidor, incrementar el plazo de vida del valor en cada consumidor y usar cuanto beneficio sea posible”. Dice también el mismo autor (Reinares y Ponzoa, 2004) que “el objetivo del marketing relacional es convertir el actual monólogo existente entre las marcas y los consumidores en un diálogo, en el que ambas partes se beneficien del intercambio de información convirtiendo lo que antes era una transacción en una relación”.

Conforme a esta información podemos enunciar que las empresas de hoy para el cumplimiento de sus objetivos estratégicos deben tener su enfoque en el tipo de relación que

crean con sus clientes y tener completo conocimiento de ellos, entre más los conozcan más acertada será la oferta, mayor el valor percibido y mayor su duración e intensidad en las relaciones que constituyen con la compañía.

Considerar que (Reinares y Ponzoa, 2004) dice que “Existe una tendencia generalizada a asociar fidelización con programas de recompensa, privilegios, descuentos o puntos y, con ello, a convertir un objetivo estratégico para la compañía en una mera herramienta táctica, cuando no en una simple acción promocional”. Por lo anterior es importante tener la diferenciación clara entre cada una de las variables relacionadas en el desarrollo de un modelo de Marketing Relacional para luego poder hacer correctamente su planeación y desarrollo.

Como herramienta para programar las actividades del Marketing Relacional, (Reinares y Ponzoa, 2004) menciona el e-CRM como un modelo de negocio basado en internet, el e-CRM que supone ser el centro de conocimiento de la empresa y permite ofrecer al cliente respuestas satisfactorias y programar las actividades de marketing”

Además de las ayudas tecnológicas como el e-CRM (Reinares y Ponzoa, 2004) menciona la importancia sobre la orientación y el enfoque al cliente que debe tener toda la organización para el desarrollo de un modelo de Marketing Relacional. Dice “Las relaciones con el cliente se extienden por todas las áreas de la organización. La actitud, los valores y las normas de la organización influyen en todas las interacciones con el cliente, antes, durante y después de la venta”. Según (Reinares y Ponzoa, 2004) “Los empleados deben ser considerados centros de creación de valor añadido y, exactamente igual que se hace con los consumidores, será preciso identificarlos y segmentarlos de acuerdo a unos objetivos”. Contamos también con (Munuera y

Rodríguez, 2006) quienes definen la orientación al mercado como una cultura organizativa que genera las actitudes necesarias para la creación de un valor superior para los consumidores.

Según lo anterior notamos porque las empresas actuales están teniendo claro este enfoque hacia el cliente, siendo éste en últimas el más beneficiado puesto que las ofertas que tiene día a día están cada vez más dispuestas a atenderlo mejor. Sin embargo a pesar de que empresas tienen claro la importancia de este planteamiento para tratar de retener a sus clientes se encuentran dificultades para la ejecución, por ejemplo lograr que todas las áreas y todos los empleados entiendan el planteamiento y la integración entre áreas respecto a este enfoque son los principales obstáculos para obtener los resultados favorables que este planteamiento ofrece. Como se vio en la información anterior es un enfoque que debe establecerse desde la gerencia puesto que se requiere la participación de sus integrantes en su totalidad.

De otro lado (Munuera y Rodríguez, 2006) define Estrategia Empresarial como “un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos y las capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, y a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella”. De acuerdo a esta definición el desarrollo de un modelo de Marketing Relacional es una estrategia empresarial puesto que tiene acciones encaminadas a obtener una ventaja competitiva sostenible y defendible frente a la competencia para lograr objetivos tanto de la empresa como de los clientes.

En trabajos de tipo empírico, (Neil Rackham, SPIN Selling, 1988) argumentan que las ventas importantes requieren que se construya una relación continua con el cliente,

fundamentalmente porque éstas requieren de soporte post-venta, adicional los clientes son más cautos a medida que el tamaño de la decisión a tomar se incrementa.

Resalta también el autor la importancia de los vendedores de una compañía y señala que deben entrenarse para poder formular más y mejores preguntas abiertas.

Según (Neil, SPIN 1988), propone 4 fases o estadios que atraviesan las ventas:

Estadio preliminar: El primer estadio se inicia antes de que la venta comience. Incluye la forma en la que usted se presenta y cómo comienza la conversación. Muchos vendedores coinciden en que los primeros dos minutos de encuentro con el cliente son cruciales e influyen el resto de la venta.

Investigación: Toda venta requiere averiguar algo mediante la formulación de preguntas. Es necesario descubrir las necesidades y comprender mejor a los clientes y a sus organizaciones. Investigar es la habilidad de ventas más importante y es particularmente crucial en las ventas importantes.

Demostrar capacidad: Es necesario demostrar a los clientes de que uno tiene algo valioso para ofrecer. Uno vende soluciones para los problemas que los clientes tienen. Algunos vendedores demuestran su capacidad a través de una presentación formal, otros mostrando el producto en acción y otros describiendo algunos de los beneficios potenciales que el producto tiene para ofrecer.

Lograr compromiso: Finalmente, la venta concluye con algún tipo de compromiso por parte del cliente. En las ventas pequeñas el compromiso se materializa como compra, pero en las ventas grandes existe una amplia gama de otros compromisos que uno debe obtener. Las ventas

importantes contienen un número de pasos intermedios que denominamos avances. Con cada paso, el compromiso avanza hacia la decisión final. Ejemplos de avances son: que el cliente se comprometa a asistir a una demostración de producto o a probar un nuevo material. De este modo se alcanzan niveles más altos de compromiso, aunque todavía la compra no se haya efectivizado.

5. Marco Metodológico

Esta investigación inicia con el modelo de diagnóstico **Pest EI**, marco utilizado para examinar el macroentorno estratégico externo en el que trabaja la organización **ARL SURA**. **PEST EL**, es una sigla de los siguientes factores: político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal (OIT, 2005):

Político: políticas fiscales, estabilidad política, normativa y protección medio ambiental, normativa sobre comercio, legislación sobre cumplimiento de contratos y protección de los consumidores, legislación en materia de empleo y organización y actitud de la administración.

Económico: crecimiento económico, tipos de interés y políticas monetarias, gasto público, políticas en materia de desempleo, tributación, tipos de cambio y etapa del ciclo empresarial.

Social: distribución de la renta, demografía, movilidad laboral y social, cambios en el estilo de vida, actitudes respecto al trabajo, educación, sensibilización respecto a la salud, bienestar y seguridad.

Tecnológicos: gasto en I + D de la administración, prioridad otorgada por la industria a los avances tecnológicos, nuevos desarrollos, ciclo de vida y velocidad de la obsolescencia tecnológica, usos y costos de la energía, Internet.

Ecológico (Medio Ambiente): legislación de protección medio ambiente, legislación de control de residuos y consumos de energía.

Legal: legislación laboral, legislación sobre salud y seguridad industrial.

Es interesante examinar el problema de investigación con el modelo **Pest EI**, sin embargo, en aras de realizar un diagnóstico mucho más completo y profundo, se desarrolló adicionalmente en esta etapa, el modelo **Williams**, el cual busca contemplar a la organización como un todo que interactúa con cuatro subsistemas básicos (Marketing Global, 2012):

1. Subsistema Humano: compuesto por la gente que proporciona a la organización habilidades, conocimientos e ideas técnicas y administrativas. También incluye aspectos tales como motivos, necesidades, expectativas, modos de pensar y actuar.
2. Subsistema Tecnológico: está conformado por la tecnología, herramientas, maquinaria, procesos y métodos técnicos requeridos para producir bienes y servicios.
3. Subsistema Administrativo: configurado por la estructura organizacional, funcional y las responsabilidades. Altamente influenciado por la tecnología de la organización e incluye aspectos tales como políticas, procedimientos, reglas administrativas, sistemas y estilos de supervisión, la forma en que se toman decisiones, el sistema de castigos y recompensas y todos los aspectos utilizados para facilitar el proceso administrativo de la compañía.
4. Subsistema Entorno: considera el contexto externo, interno y competitivo.

Seguidamente, para esta consultoría se realizaron investigaciones cualitativas y cuantitativas de tipo exploratorio a una muestra de las empresas clientes ubicadas en el departamento de Antioquia, por medio de sesiones de grupo y encuestas, con los actores de afiliación (personal encargado de toma de decisión) a la Administradora de Riesgos Laborales.

El cambio constituye la razón de ser de la consultoría; los consultores de empresas deben procurar introducir cambios que mejoren el desempeño de las organizaciones y, al mismo tiempo, hagan más interesante y satisfactorio el trabajo del personal.

Un concepto útil en el proceso de cambio es el modelo de secuencia en tres etapas de Kurt Lewin: la descongelación, o sea el deshielo (descomposición) de las pautas de comportamiento establecidas; el cambio, o sea, la transición hacia unas nuevas pautas, y la recongelación, o sea, el establecimiento y consolidación de unas nuevas pautas.

Otro modelo útil es el que describe los niveles y ciclos de cambio que los consultores deben considerar al elaborar la estrategia adecuada para efectuar el cambio propuesto, se

distinguen cuatro niveles de cambio: cambio en los conocimientos, cambio en las actitudes, cambios en el comportamiento individual y cambios en el comportamiento colectivo. (Rincón, 2012).

El modelo de diagnóstico de Patrick Williams hace parte de los llamados modelos de cambio planeado, junto al modelo de análisis de campos de fuerzas de Kurt Lewin, y el modelo de diagnóstico organizacional de M. Weisbord.

El Análisis de Campos de Fuerzas, realiza el análisis desde el nivel de producción a través de fuerzas impulsoras (desarrollo del personal, clima laboral y baja rotación, adecuada demanda de producto y apertura al cambio) y de las fuerzas restrictivas (fallas en la supervisión, obsolescencia tecnológica, altos costos por reproceso y salarios inadecuados).

El Modelo de Diagnóstico Organizacional, hace un análisis más enfocado a estructura de la organización, a través de un estudio de escenarios como la división de tareas y funciones, los incentivos de la organización, relaciones humanas y liderazgo.

El Modelo de Diagnóstico Tridimensional, tiene como sus principales características la visión total de la organización, los esfuerzos hacia la efectividad demandan una clara visión del todo y la organización es un sistema complejo compuesto por varios subsistemas que se influyen mutuamente y con su medio ambiente: subsistema tecnológico, subsistema humano, subsistema administrativo. Este modelo revela una mirada más integral de la organización. (Rincón, 2012).

Por ello, se realizaron **4** sesiones de grupo con los contactos de Salud Ocupacional, quienes son los principales clientes con los cuales se relacionan los colaboradores de ARL SURA debido a que es el personal encargado de la toma de decisión a la hora de afiliarse a alguna ARL, estos son los responsables de riesgos, seguridad y recursos humanos. En estas sesiones de grupo compartieron sus experiencias y expectativas sobre la empresa **ARL SURA**. Adicionalmente, se realizaron **200** encuestas en las empresas del segmento PYME previamente

seleccionadas. La consultoría fue de tipo colaborativo, por lo tanto la base de datos para la elección fue suministrada por la empresa. Las encuestas se direccionaron a los clientes por medio de un correo electrónico corporativo.

5.1 Ficha Técnica Estudio Cuantitativo y Cualitativo

Universo: el universo para este estudio estuvo compuesto por los actores de afiliación (contactos de salud ocupacional) a la Administradora de Riesgos Laborales.

Selección de la Muestra: la muestra que se utilizó en el estudio fue seleccionada de una base de datos proporcionada por **ARL SURA**. Se realizaron por medio de sesiones de grupo y encuestas a empresas ubicadas en el departamento de Antioquia

Técnica de recolección de información: se realizaron sesiones de grupo y encuestas *online* a través de un correo corporativo de **ARL SURA**.

Trabajo de Campo: la recolección de la información se llevó a cabo entre el 26 de Febrero y el 23 de Mayo de 2014.

Error Muestral: muestreo aleatorio simple con un error muestra del 5% como es costumbre trabajar este tipo de métodos. Con un 95% de confianza.

5.2 Guía Encuesta

Le agradecemos diligenciar esta encuesta teniendo en cuenta su experiencia con ARL SURA.

Nombre de empresa donde labora:

1. ¿Tiene algún tipo de integración con la Web 2.0?

Teniendo en cuenta que 5 es repetidamente (todos los días) y 1 es nada de integración (no la usa)

1

2

3

4

5

2. Actualmente, usted es usuario de alguna de las siguientes redes sociales: *(ARL Sura busca escenarios, en donde pueda acercarse más a todo tipo de empresa, por tal razón, quiere conocer si sus contactos – responsables de las áreas de Salud Ocupacional, riesgos laborales o recursos humanos- conoce y maneja las diferentes redes sociales para establecer estrategias de comunicación con este público a través de este medio).*

Facebook

Twitter

LinkedIn

Instagram

Flickr

Badoo

- Youtube
- Ninguna de las anteriores
- No utiliza ninguna red social

3. Cuál de las siguientes redes sociales usted utiliza con mayor frecuencia: *(ARL Sura busca escenarios, en donde pueda acercarse más a todo tipo de empresa, por tal razón, quiere conocer si sus contactos – responsables de las áreas de Salud Ocupacional, riesgos laborales o recursos humanos- conoce y maneja las diferentes redes sociales para establecer estrategias de comunicación con este público a través de este medio).*

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Instagram
- Flickr
- Badoo
- Youtube
- Ninguna de las anteriores
- No utiliza ninguna red social

4. ¿Alguna vez ha visitado la página web www.ARLSURA.com.co?

- Una o más veces a la semana
- Dos o tres veces al mes
- Una vez al mes
- Menos de una vez al mes
- Nunca la he utilizado

5. ¿Le gustaría recibir información virtual sobre gestión de riesgos laborales por parte de ARL SURA? *(ARL SURA conoce que 214 empresas del segmento PYME, se desafilieron en el año 2013, por lo tanto busca conocer si la interacción virtual con este tipo de empresas es recibida de buena manera, para sobre este hallazgo, generar estrategias basadas en la virtualidad).*

- Si
- No

Ayúdenos a calificar los siguientes atributos de ARL SURA teniendo en cuenta su Experiencia.

¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio que presta ARL SURA?

Teniendo en cuenta que 5 es muy satisfecho y 1 nada satisfecho

- 1
- 2

3 4 5

¿Qué percepción tiene de ARL SURA?

Siendo 5 excelente y 1 es deficiente

 1 2 3 4 5

Ayúdenos a calificar los siguientes atributos de (ARL SURA) teniendo en cuenta su experiencia.

Siendo 5 excelente y 1 es deficiente

	1	2	3	4	5
Las soluciones son rápidas y efectivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
Posee avances tecnológicos y proyección a futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accesible y cercana con el cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amable y correcta con el trato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transparente y clara con la información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Calidad de la asesoría	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Calidad del servicio y atención al cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preocupada por el entorno social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
Preocupada por el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ayúdenos a calificar los siguientes atributos de ARL SURA teniendo en cuenta su experiencia.

Siendo 5 excelente y 1 es deficiente

	1	2	3	4	5
La asesoría es cercana y efectiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Conocimiento y dominio del tema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La asesoría está enmarcada en la Cultura del Cuidado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las metodologías empleadas generan impacto en su	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
organización					
Se siente seguro estando afiliado a ARL SURA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Queremos que nos ayude a definir qué tan de acuerdo se encuentra usted con las siguientes afirmaciones:

	Totalmente de De acuerdo acuerdo	Medianamente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
El servicio de ARL SURA responde a mis expectativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
El conocimiento recibido en las asesorías aporta valor a mi compañía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es de fácil asimilación el conocimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Medianamente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
recibido en las asesoría					
Me siento motivado a seguir trabajando por el cuidado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En comparación con otras ARL, el servicio de ARL SURA es...

- Mucho mejor
- Algo mejor
- Más o menos igual
- Algo peor
- Mucho peor
- No lo sé

¿Recomendaría usted a ARL SURA a otras organizaciones?

- Recomendaría con toda seguridad

- No tendría problema en recomendar
- No lo recomendaría
- Desaconsejaría

Si llegado el momento, usted tuviera la oportunidad de cambiarse de ARL:

- Seguiría con ARL SURA
- Me cambiaría a otra ARL
- No sé qué haría

Si usted es invitado a una Sesión de Grupo para compartir su experiencia sobre el servicio que presta ARL SURA, usted asistiría?

- Si
- No

Tiene algún comentario o sugerencia.

Tiene algún comentario o sugerencia.

Enviar

Muchas gracias por su Colaboración

5.3 Guía Sesiones de Grupo

Ítems a considerar para el objetivo “satisfacción del usuario” y “posicionamiento objetivo”:

1. Qué elementos son importantes a la hora de elegir una ARL?
2. ¿Cuáles atributos pesan más? Hacer una propia tabulación
3. ¿De los elementos antes mencionados, cuál ARL usted relaciona inmediatamente con ese atributo?
4. ¿Cómo evalúan a **ARL SURA** frente a cada atributo? Score de 1 a 5
5. ¿Cuáles son los principales competidores de **ARL SURA**? Combinación de variables,
6. ¿En su concepto, **ARL SURA** cuenta con servicios técnicos (cuales son los aspectos técnicos) complementarios adecuados que permiten gestionar todos los riesgos ocupacionales en la empresa donde usted trabaja?
7. ¿Qué hace que usted prefiera a **ARL SURA** como su administradora de riesgos laborales?
8. ¿Qué haría que usted prefiriera otra administradora de riesgos laborales por sobre **ARL SURA**?
9. Como siente la oportunidad de respuesta ante un requerimiento ante **ARL SURA**?
10. Si **ARL SURA** fuera una persona, ¿cómo sería esa persona?

5.4 Descripción de Actividades y Herramientas

Esta descripción busca enseñar las herramientas que se van a usar para alcanzar los objetivos propuestos en este trabajo de investigación.

Tabla 1. Descripción de Actividades y Herramientas

Objetivos Específicos	Actividad	Herramientas
Realizar un diagnóstico de las variables internas y las fuerzas externas para ARL SURA que nos permita identificar las posibles debilidades y amenazas de la compañía.	Recopilar información sobre factores del entorno (interno y externo)	Modelo Pest El. Modelo de Williams
Determinar mediante un análisis exploratorio las variables que afectan la satisfacción del usuario sobre la marca ARL SURA.	Obtener datos sobre las variables	Encuestas y sesiones de grupo
Identificar los posibles problemas y causas del posicionamiento actual de la marca ARL SURA para diseñar	Obtener datos sobre las variables	Encuestas y sesiones de grupo

Objetivos Específicos	Actividad	Herramientas
el modelo esperado por los clientes.		
Establecer los principales indicadores de gestión que permitan medir el nivel de satisfacción al cliente en ARL SURA.	Análisis y clasificación de los datos obtenidos	Herramientas informáticas que ayudan a tabular la información. Excel.
Establecer los principales indicadores de gestión que permitan medir el nivel de satisfacción al cliente en ARL SURA.	Análisis y clasificación de los datos obtenidos	Herramientas informáticas que ayudan a tabular la información. Excel.
Plantear acciones conducentes para mejorar el posicionamiento de la marca ARL SURA.	Análisis y clasificación de los datos obtenidos	Herramientas informáticas que ayudan a tabular la información. Excel.
Estimar el presupuesto para implementar el plan de mejoramiento de la marca ARL SURA.	Calcular todos los gastos inherentes a la investigación.	Herramientas informáticas que ayudan a tabular la información. Excel.
Socializar los resultados de la presente investigación al Comité	Agendar el comité de Gerencia para informar	Presentación y ayudas audiovisuales. Power Point.

Objetivos Específicos	Actividad	Herramientas
de Gerencia de ARL SURA de la Regional Antioquia.	sobre los resultados	
Fuente: elaboración de los consultores		

5.5 Cronograma y Fases del Trabajo

Para alcanzar el objetivo del trabajo de investigación, se hace necesario, ineludiblemente, el desarrollo de una serie de actividades para su alcance. Estas actividades tienen que ver con la planeación de las sesiones de grupo, en cuanto a guías de preguntas, fechas y horario de las citas, el medio para hacer las citas y el reclutamiento como tal. Así mismo, se estima que para el desarrollo de las guías de encuesta es necesario una semana, y para la aplicación de las mismas, se estiman dos semanas.

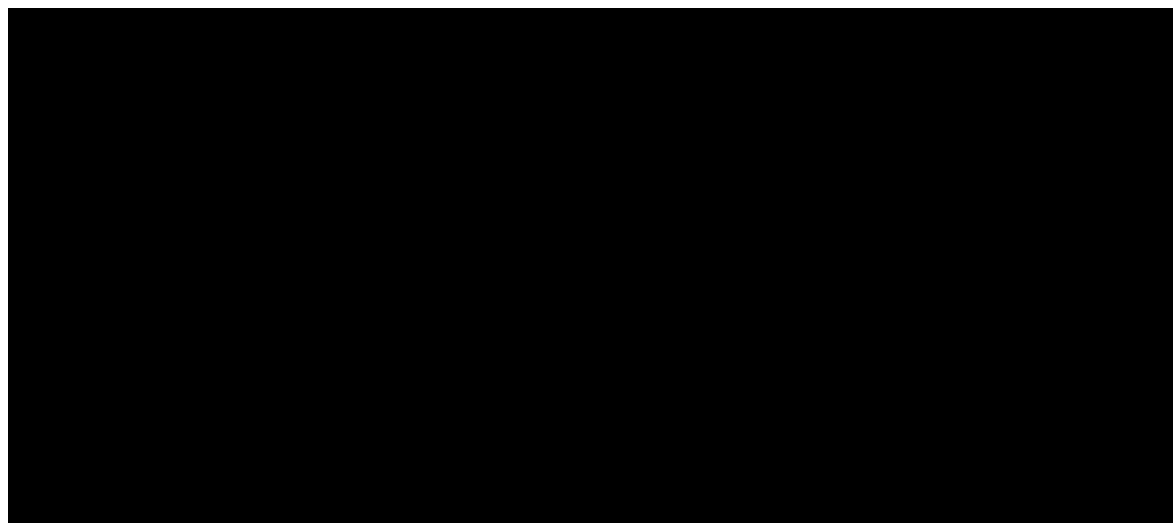


Figura 2. Gráfico de Cronograma de la consultoría basada en el Diagrama de Gantt.

Fuente: los consultores

6. Recolección y Compilación de Datos

El modelo de diagnóstico **PEST EL** identifica los factores del entorno general que van a afectar a las empresas. Este análisis se realiza antes de llevar a cabo el análisis FODA en el marco de la planificación estratégica. El término proviene de las siglas inglesas para "Político, Económico, Social y Tecnológico". También se usa las variantes **PESTEL** o **PESTLE**, incluyendo los aspectos "Legales" y "Ecológicos" (*AYALA Y ARIAS*, 1998). Este modelo se desarrolló de forma colaborativa con **ARL SURA**, y se empleó la técnica de intercambio de ideas. En relación con el modelo, se realizó su análisis con los siguientes factores:

Político: la magnitud de la organización **ARL SURA**, sus inversiones y rentabilidad dan paso a una importante influencia en la política del país, sobre todo en la defensa de regulaciones en favor de la empresa por medio de funcionarios o entidades políticas que la respaldan. Su participación en el Grupo Empresarial Antioqueño, también le da un status dentro de la política del país, igualmente al pertenecer en el gremio asegurador **Fasecolda**, cuenta con respaldo para la legislación y promoción del sector. **El Grupo SURA** cuenta con una alianza política con el gobierno para la implementación de leyes constitucionales, donde se incluyen los seguros obligatorios tanto para empresas como para particulares, teniendo así un amplio portafolio de productos con un mercado estable, con necesidades creadas. Además actualmente se mantienen relaciones estratégicas con entidades extranjeras. Internamente, **ARL SURA** siempre busca contar con gente feliz, entienden que cuidar a su equipo es que todos y cada uno se comprometa a desarrollar un ambiente laboral donde:

- Se trabaje en equipo
- Se desarrollen las capacidades
- Se mantenga una comunicación abierta

Económico: mantiene un importante respaldo económico por pertenecer al holding **Grupo SURA** y a su vez al Grupo Empresarial Antioqueño, además al reasegurar la misma empresa con la aseguradora alemana **Munich Re**, dan confiabilidad a sus clientes. Adicionalmente, se evidencia un leve ascenso en el ciclo económico del mercado debido a la correlación positiva existente entre el crecimiento económico del país y la utilización de seguros por parte del público. Internamente, **ARL SURA** cuida su viabilidad financiera con unas reservas adecuadas, con eficiencia en gastos administrativos y con un buen manejo adecuado del portafolio. Así mismo, no busca clientes que puedan afectar la reputación de la compañía.

Social: **ARL SURA** participa permanentemente en iniciativas que promueven el desarrollo social por medio de alianzas público – privadas que generan proyectos de interés regional y nacional, buscando mantener una relación estrecha con el pueblo y con los intereses del gobierno. **ARL SURA** también se preocupa por desarrollar en sus colaboradores competencias personales y técnicas que les permitan construir y ofrecer soluciones de alto impacto a las empresas. También se respeta la individualidad y la diferencia bajo el enfoque de principios corporativos.

Tecnológicos: la infraestructura tecnológica de **ARL SURA** permite que la gestión de las áreas de control y riesgos cuente con información clara y oportuna para profundizar en la implementación de los modelos de gestión. Existe una dinámica en la medición de riesgos basada en metodologías que permiten, con un alto grado de confiabilidad, identificar la exposición de la organización a los diferentes riesgos. Adicionalmente, **ARL SURA** ofrece a sus colaboradores gran variedad de Servicios administrativos para soportar y agilizar la gestión de los riesgos laborales, buscando contribuir con su productividad, competitividad y seguridad jurídica. Muchas de las transacciones que se realizan arrojan automáticamente una constancia de transacción exitosa, la cual puede ser impresa para almacenarla en las hojas de vida de los trabajadores

afiliados. Además permite otorgar accesos a distintos usuarios y perfilarlos para acceder a las diferentes opciones de los Servicios en Línea, generando seguridad en el manejo de información confidencial por perfiles.

Ecológico (Medio Ambiente): dentro de **ARL SURA** hay un compromiso con los principios éticos y su propósito de garantizar que las actuaciones de cada colaborador sean transparentes y responsables con las personas y el medio ambiente. **ARL SURA** trabajó en la actualización de su Código de BUEN Gobierno, en el cual se consagraron los principios y valores señalados desde la sociedad matriz Suramericana S.A., y que deben regir todas las compañías que hacen parte integrante del Grupo de Inversiones Suramericana S.A. Este código contiene a su vez un Código de Ética que rige para todos los empleados, así como las principales reglas para el manejo de conflictos de interés y régimen de aceptación de regalos y/o reconocimientos de parte de proveedores, clientes y otros terceros que constantemente es divulgado entre los empleados con la finalidad de que estos se comprometan a darle cumplimiento y se interioricen los principios y valores en ellos contenidos. En este mismo sentido, **ARL SURA** tiene implementada la Línea Ética como medio de contacto al alcance de empleados, clientes, proveedores y de cualquier persona o institución que considere necesario informar acerca de una situación que se considere contraria a la ética de la organización. La junta directiva y la alta gerencia a partir del pleno conocimiento que tienen sobre la responsabilidad que implica el adecuado manejo de los diferentes riesgos, promueve las condiciones y estructuras necesarias que propicien una cultura de administración de riesgos, además de brindar total respaldo y aprobación frente a la gestión de riesgos que realiza la Organización.

Legal: **ARL SURA** es una sociedad comercial anónima, de carácter privado, constituida por las leyes de Colombia; con domicilio social en la ciudad de Medellín, constituida mediante la Escritura Pública No. 1328 del 22 de marzo de 1996 de la Notaría 14a de Medellín. Es una

institución financiera que tiene como objeto la realización de operaciones de seguros individuales y de reaseguros sobre la vida y las que tengan carácter complementario. Su vigilancia y control la ejerce la Superintendencia Financiera de Colombia, organismo oficial adscrito al Ministerio de Hacienda.

Modelo de diagnóstico **Williams**. En aras de realizar un diagnóstico mucho más completo y profundo, se desarrolló adicionalmente este modelo el cual contempla la organización como un todo que interactúa con cuatro subsistemas básicos. Ahondando en el modelo, Rojas América y Ojeda Gustavo (1984) afirman que este enfoque es conocido como un modelo de diagnóstico organizacional, cuyo substrato es una visión de la organización, entendida como un sistema complejo, compuesto de varios subsistemas que se influyen mutuamente y con su medio ambiente.

Cualquier organización madura y sana debe tener balanceados estos tres aspectos, pues un desequilibrio en alguno de ellos producirá tensiones por ende problemas organizacionales; por ejemplo una empresa cuya orientación hacia los procesos administrativos de control descuida tanto la operación técnica como las relaciones humanas, presentará una burocratización que a la larga producirá malestar en los trabajadores así como una disminución de la efectividad operativa, lo que repercute en una baja en la producción y en la productividad. Así mismo, una planta industrial cuyo eje central en la gerencia sea la producción y sólo la producción, sin desarrollar sistemas administrativos de apoyo y sin preocuparse de las personas que en ella laboran tarde o temprano presentará graves problemas de personal y administrativos.

De allí la necesidad de mantener equilibradas las dimensiones humano-social, tecnológica y administrativa. El desarrollo de las organizaciones debe planificarse teniendo presente, en todo

momento y para cada situación, el crecimiento armónico, coordinado y equilibrado de los subsistemas que la integran.

Ahora conviene hacer una revisión de los elementos o variables involucradas en cada dimensión, lógicamente referidos al caso de la gestión de la tecnología. Las variables que de seguida vamos a presentar son, a nuestro juicio, las más relevantes, sin que por ello se dejen de lado otras no menos importantes. Comenzaremos por la dimensión relativa a los aspectos de carácter tecnológico, para continuar luego con la administrativa y lo humano-social.

Profundizando más sobre el modelo, conviene hacer una revisión de los elementos o variables involucradas en cada dimensión, lógicamente referidos al caso de la gestión de la tecnología. Las variables que de seguida vamos a presentar son, a nuestro juicio, las más relevantes, sin que por ello se dejen de lado otras no menos importantes. Comenzaremos por la dimensión relativa a los aspectos de carácter tecnológico, para continuar luego con la administrativa y lo humano-social.

Dimensión Tecnológica: esta dimensión viene determinada por la naturaleza y tamaño de la empresa. En el área técnica la empresa debe tomar en consideración los siguientes aspectos:

a. Diagnóstico tecnológico global: Consiste en identificar la tecnología que posee la empresa y si la misma se ajusta a sus necesidades. La organización debería responder a preguntas como las siguientes: ¿Qué conocemos de la tecnología que utilizamos? ¿Cuáles equipos o procesos operamos óptimamente? ¿Cuánto sabemos de su mantenimiento?, etc.

b. Prospección tecnológica: Implica tener un conocimiento acerca de cómo se está desarrollando el área tecnológica en la cual está inmersa la empresa; saber por cuáles campos vendrán las próximas innovaciones y cuáles serán los desarrollos del futuro.

c. Diagnóstico de la asistencia técnica y de los asesores en áreas administrativas o financieras. En este sentido es importante conocer cuál es la problemática que se está enfrentando con ayuda externa. Conviene asimismo que la empresa organice la asistencia técnica y asesoramiento administrativo, con miras a lograr el aprendizaje necesario.

d. Establecimiento de metas y prioridades tecnológicas, donde se especifique claramente el dominio de la tecnología que se desea lograr en cada área.

e. Delimitar los procesos de operación, mantenimiento, optimización e innovación.

f. Planificar, con base a las necesidades reales de la empresa programas de mantenimiento preventivo, programas de optimización y programas de desarrollo.

Dimensión Administrativa: Para poder enfrentar esos programas a mediano y largo plazo es necesario que la organización se prepare para ello, por lo tanto necesita:

a. Diferenciar administrativamente las áreas de producción, mantenimiento y desarrollo, y establecer a cada una de ellas sus respectivas responsabilidades.

b. Diseñar los perfiles de cargo para los ingenieros de desarrollo, de producción y de mantenimiento.

c. Lo anterior implica, el establecimiento de carreras técnicas y la elaboración de planes de desarrollo del personal.

d. Establecer los medios de coordinación de las labores de producción, mantenimiento y desarrollo, a fin de buscar la integración de las distintas áreas, ya que de lo contrario se corre el riesgo de generar un grupo de investigación y desarrollo alejado de la realidad (producción y mantenimiento) de la empresa.

e. Establecer sistemas de evaluación por resultados para cada una de las áreas diferenciadas.

f. Dependiendo de la naturaleza de la empresa, si hay que crear alguna estructura, es necesario que se establezcan las relaciones estructurales (vertical y horizontal) de la nueva área, así como el establecimiento del flujo de autoridad y de las líneas de comunicación formales del área de desarrollo con las distintas unidades de la empresa.

g. Establecimiento y regulación del sistema administrativo financiero, que asegura el buen desempeño de la nueva configuración funcional.

Dimensión Humano-Social: Hasta aquí hemos dicho que la empresa debe desarrollar un sistema administrativo para poder enfrentar la problemática tecnológica. Ahora nos corresponde abordar el aspecto más importante y piedra angular para obtener con éxito el cambio tecnológico que se desea lograr, el cual se refiere a las personas que van a desarrollar esos programas. En la dimensión humano-social conviene tomar en consideración los siguientes factores:

a. Lograr un cambio de actitud que garantice una alta motivación.

b. Asegurarse una baja rotación, pues el desarrollo y capacitación de estas personas es de alto costo y una de las características específicas a la naturaleza de la empresa.

c. Disminuir al máximo la ambigüedad en las funciones que desempeñan, pues esta nueva función de desarrollo al no estar claramente definida genera ansiedad en las personas que la practican.

d. Establecer perfiles permitan definir programas de evaluación de desempeño y programas de incentivos al personal.

e. Garantizar los recursos necesarios, tales como bibliotecas, equipos, espacio físico, etc.

f. Establecer los mecanismos que permitan lograr un alto grado de compromiso del trabajador con la empresa.

g. Planificar programas de rotación por producción y mantenimiento para los ingenieros de desarrollo, a fin de buscar una armonía de funciones y lograr, a su vez, que el personal de desarrollo se acerque a la realidad tecnológica de la organización. Otros modelos contemplados como el de French Y Bell, el cual se basa en que la organización es analizada e integrada en tres grandes componentes: estructural, estratégico (analiza metas y objetivos) y el cultural (analiza componentes humano social); este modelo se observa que no toma en cuenta el componente entorno, siendo este último, de vital importancia para el análisis de la problemática. El modelo Williams es seleccionado con el modelo de diagnóstico a utilizar en este estudio.

Subsistema Humano: para **ARL SURA**, su equipo de trabajo son quienes dan vida a los compromisos adquiridos por la organización. Asumen el Respeto, la Responsabilidad, la Equidad y la Transparencia como fundamento para el desarrollo del negocio y para su sostenibilidad. El Ser Humano es el eje de la filosofía corporativa en **ARL SURA**, desde allí definen los lineamientos que orientan su trabajo y compromiso con cada grupo de interés. Es por esto que en

ARL SURA, por medio del servicio buscan tangibilizar su filosofía en cada uno de los momentos de verdad con los clientes, y en general con todos los grupos de interés con los que se relacionan. Su promesa de servicio está enfocada en acompañar a sus clientes permanentemente, con una relación de calidad y oportunidad, demostrando real y genuino interés por el cliente para generar confianza en él, por medio de todos los canales de atención en cada unidad de negocio. Su reto es lograr una rentabilidad sostenible a través de un permanente desarrollo de mercados con innovación en canales y coberturas, basada en la gestión del costo de operación, procesos eficientes y en la optimización de la selección de riesgos y los procesos de administración de riesgos, para el control de la siniestralidad. Relacionamiento de largo plazo, crecimiento, creación de valor y eficiencia operativa son los lineamientos estratégicos de **ARL SURA**.

Subsistema Tecnológico: garantizan el acompañamiento de sus clientes en la gestión de sus riesgos y en los eventos asegurados, contando para esto con un equipo humano profesional apoyado con alta tecnología y soportado por proveedores, distribuidores y prestadores, en el campo de reaseguro, de la salud, la prevención, ayudas diagnósticas de laboratorio y de la administración de riesgos.

Subsistema Administrativo: **ARL SURA** se preocupa por el suministro oportuno de la información, la ejecución de asambleas, la participación y trato equitativo para los accionistas, representados por los miembros de la junta directiva, garantizan que la administración se desarrolle de acuerdo con los principios establecidos para la óptima operación del negocio. Así mismo, adoptó de manera voluntaria desde 2002 el Código de BUEN Gobierno, que regula los derechos y deberes de sus grupos de interés, garantizando la responsabilidad en la toma de decisiones y estabilidad en las relaciones con cada parte. También incluye un código de ética que determina las normas de conducta de los funcionarios y las personas relacionadas con la sociedad. La divulgación y sensibilización alrededor del Código de BUEN Gobierno, ha

permitido interiorizar prácticas que permean la cultura organizacional y fortalecen la credibilidad para la inversión. Según **ARL SURA**, el comportamiento ético no es una opción, es parte integral del ejercicio de sus negocios.

Subsistema Entorno: es una institución financiera según la definición del Artículo 90 de la Ley 45 de 1990. Su vigilancia y control la ejerce la Superintendencia Financiera de Colombia, organismo oficial adscrito al Ministerio de Hacienda. Se adoptan las directrices externas y generales impartidas por la Superintendencia Financiera de Colombia, así como las establecidas internamente que son concebidas por la Junta Directiva y el Comité de Inversión y Riesgo, dando cumplimiento con las responsabilidades y atribuciones que corresponden a los involucrados en el proceso de inversión. La participación en nuevos mercados, productos, operaciones y sistemas de negociación cuentan con el visto bueno del área jurídica respecto a los contratos, la documentación y al régimen de inversiones, esto con el fin de dar respaldo, soporte y certificando de esta forma su legalidad y el cumplimiento de las normas correspondientes.

6. 1 Resultados Investigación Cuantitativa

1. Nombre Empresa

Tabla 2. Lista de empresas

FECHA	EMPRESA
22/04/2014 08:16	ILIMITADA SAS
22/04/2014 08:20	DISEÑO Y FABRICACION DE MAQUINARIA SA
22/04/2014 08:22	INTERCALCO IMPRESORES
22/04/2014 08:23	OLE PARKING SA

FECHA	EMPRESA
22/04/2014 08:24	DERIVADOS LÁCTEOS DEL NORTE
22/04/2014 08:26	NUVAL S.A.
22/04/2014 08:29	CV INGENIERIA E.U
22/04/2014 08:30	LFC CONSTRUCCIONES Y MONTAJES SAS
22/04/2014 08:33	LOGISTIC FREIGHT SOLUTIONS SAS
22/04/2014 08:34	COOMITAN
22/04/2014 08:34	SANÍN ALIANZA LTDA.
22/04/2014 08:37	REDESISTEMAS SAS
22/04/2014 08:37	EIE
22/04/2014 08:38	NETBEAM SAS
22/04/2014 08:40	MEMES S.A.
22/04/2014 08:42	LABORATORIOS DUBEN BENJUMEA Y CIA S.EN C.
22/04/2014 08:42	INVERSIONES EN EXPANSION
22/04/2014 08:44	INVERSIONES SUPERVAQUITA LA 33 SAS
22/04/2014 08:44	VIAMERICAS COLOMBIA LTDA
22/04/2014 08:45	CAMPOS DE PAZ
22/04/2014 08:47	TEXTILES SARAY S.A.S
22/04/2014 08:49	COOPEOCCIDENTE
22/04/2014 08:50	RODANDO LTDA
22/04/2014 09:03	FUKUTEX S.A
22/04/2014 09:09	LAMINADOS TERMOFORMADOS SAS
22/04/2014 09:11	UNIVERSAL PACK GROUP S.A.S

FECHA	EMPRESA
22/04/2014 09:17	OR GABRY S.A
22/04/2014 09:21	PATH SAS
22/04/2014 09:35	DISTRIBUCIONES MEDIFE S.A.S
22/04/2014 09:40	CARGRANEL
22/04/2014 09:42	CI CONFECCIONES OLAS S.AS.
22/04/2014 09:52	HELPHARMA S.A.
22/04/2014 09:58	FRENOS NUTIBARA S.A.
22/04/2014 10:12	ACABADOS Y FORMAS
22/04/2014 10:12	ARROZ CARIBE S.A.S
22/04/2014 10:17	CLAMASAN SAS
22/04/2014 10:24	ORALMEDIC
22/04/2014 10:47	NORIA SAS
22/04/2014 10:49	PROINTEX S.A.S
22/04/2014 10:54	OXIGENANDO S.A.
22/04/2014 11:04	CJ TEXTILES S.A
22/04/2014 11:11	SALON VERSALLES S.A.
22/04/2014 11:11	CORTINEROS LIDER S.A.
22/04/2014 11:36	HNAS. OBLATAS DE SAN FRANCISCO DE SALES
22/04/2014 11:41	ARBELÁEZ ESTRADA Y CIA S.C.S.
22/04/2014 11:57	COOTRAMED
22/04/2014 12:27	PREVISORA SOCIAL COOPERATIVA VIVIR
22/04/2014 12:47	MUELLES Y FRENOS SIMON BOLIVAR S A S

FECHA	EMPRESA
22/04/2014 13:31	DISCONFER
22/04/2014 14:05	S&S INGENIERIA ELECTRICA S.A.S
22/04/2014 14:09	INDUSTRIAS DIYONS SAS
22/04/2014 14:39	MAS SAS
22/04/2014 16:06	CONFENTRENTELAS LTDA.
22/04/2014 16:32	REDDEMARCAS DISTRIBUCIONES S.A.S.
22/04/2014 20:35	IMAGINE S.A.S.
23/04/2014 07:19	MACROLAB ASOCIADOS S.A.S.
23/04/2014 07:49	LUCIA DEL CARMEN GÓMEZ GÓMEZ
23/04/2014 07:57	ASPERLA
23/04/2014 08:34	METÁLICAS Y MADERAS HERNANDO LOPEZ SAS
23/04/2014 08:37	ACADEMIA SUPERIOR DE ARTES
23/04/2014 08:39	RED EAGLE MINING
23/04/2014 08:40	CONFECCIONES BERLIN S.A.S
23/04/2014 08:44	GERENCIA Y CONTROL LTDA
23/04/2014 08:44	TRIARIO SAS
23/04/2014 08:50	ANIMODO DISEÑO Y PRODUCCION SAS
23/04/2014 08:56	DIANA CAROLINA
23/04/2014 08:57	GRUPO ROCAMAR SAS
23/04/2014 08:59	TECNIQUIMICA SAS
23/04/2014 09:05	FEDERATION HANDICAP INTERNATIONAL
23/04/2014 09:09	CORPORACION FOMENTO DE LA MUSICA

FECHA	EMPRESA
23/04/2014 09:09	COMERCIALIZADORA DE FRUTAS Y LEGUMBRES SAS
23/04/2014 09:23	CONPROPIEDAD S.A.S
23/04/2014 09:24	FABRICA DE ESCOBAS Y TRAPEROS LA NEGRA LTDA
23/04/2014 09:29	PRE-EXEQUIALES LOS LAURELES
23/04/2014 09:33	FIBRATEXCO MEDELLIN S.A.S
23/04/2014 09:42	PLASTICOS G1
23/04/2014 10:05	UNIVERSAL DE BORDADOS
23/04/2014 10:12	SESAMOTEX SAS
23/04/2014 10:13	PINTURAS INDUSTRIALES LTDA.
23/04/2014 10:22	ACADEMIA YURUPARY S.A.S.
23/04/2014 10:26	RAMASU SAS
23/04/2014 10:41	BORDADOS Y SOLUCIONES SAS
23/04/2014 11:19	INVERSIONES RÍOS GALLEGO S.A.S
23/04/2014 11:33	TRILLADORA UNION S.A.
23/04/2014 11:42	CENTRO ONCOLÓGICO DE ANTIOQUIA S.A
23/04/2014 11:55	HIDRAMSA S.A
23/04/2014 12:26	ISC SA
23/04/2014 12:54	TRANSFERENCIA AGRICOLA COLOMBIA SAS
23/04/2014 14:11	DILASER S.A
23/04/2014 14:12	ANQUIMICO S.A.S.
23/04/2014 14:29	DIGITAL EXPRESS LTDA.
23/04/2014 14:29	EXEQUIALES EL TAVOR - LA CANDELARIA

FECHA	EMPRESA
23/04/2014 15:23	NOTARIA 28 DE MEDELLIN
23/04/2014 18:40	DIMELCO S.A.
24/04/2014 08:02	J.J ZAPATERIA S.A.S
24/04/2014 08:55	FLORANDINA S.A.S.
24/04/2014 10:02	MEDICINA 2000 S.A
24/04/2014 17:54	CENTRO RESIDENCIAL COLSEGUROS
25/04/2014 07:30	CELUTECH
25/04/2014 07:44	CORPREVENIR
25/04/2014 10:31	ES INGENIERÍA ELÉCTRICA S.A.S
28/04/2014 08:40	GRANDES IMPRESIONES SAS
28/04/2014 15:31	TRANSFORMAR SERVICIOS SAS
28/04/2014 15:42	MARIAN LORENA TABORDA
28/04/2014 15:47	INVIVO BIOINGENIERÍA SAS
28/04/2014 15:51	ENCOLOR S A S
28/04/2014 15:55	ELECTROMIOGRAFIA DE ALTA TECNOLOGIA
28/04/2014 15:57	CONJUNTO COMERCIAL ALAMCENTRO.
28/04/2014 15:59	IMPREGON S.A.
28/04/2014 15:59	METALCAFÉ S.A.S.
28/04/2014 16:04	ARQUEPAC SAS
28/04/2014 16:05	ARQUEPAC, S.A.S
28/04/2014 16:12	COMPLEMENTOS HUMANOS (CONFECCIONES PORKY)
28/04/2014 16:20	DOING ESTUDIO DE INGENIERIA SAS

FECHA	EMPRESA
28/04/2014 16:27	POSITIVO GROUP
28/04/2014 16:30	COMPAÑÍA COLOMBIANA DE EVALUACIÓN AUTOMOTRIZ S.A., AUTOTEST S.A.
28/04/2014 16:40	DREAM MOLD SAS
28/04/2014 16:44	NIGOOON S.A
28/04/2014 16:49	RACORES Y PARTES LTDA
28/04/2014 16:59	E.S.E. HOSPITAL LA INMACULADA
28/04/2014 17:02	VASCULAB SAS
28/04/2014 17:12	SUR SAFE SA
28/04/2014 17:13	GESINCO ABOGADOS S.A.S.
28/04/2014 17:18	CAR CENTER INERNATIONAL S.A.S.
28/04/2014 18:39	NEDIAR SAS
28/04/2014 21:14	CLINICA DOMICILIARIA EN SUS MANOS SAS
29/04/2014 06:53	COLEGIO DE MARÍA
29/04/2014 08:01	ANDESCOL S.A.S
29/04/2014 08:32	EVENTOS Y TRANSPORTE
29/04/2014 08:42	TEÑIDOS Y PROCESOS INDUSTRIALES MODA Y DISEÑOS S.A.
29/04/2014 12:14	AVALCREAR LTDA
29/04/2014 14:01	FLORES DEL CAMPO
30/04/2014 07:32	INDUSTRIAS ARIAS JF SAS
30/04/2014 08:01	ALIVIUM SAS
30/04/2014 08:04	JORGE IVAN CÁRDENAS GALVIS

FECHA	EMPRESA
30/04/2014 09:35	CORPORACIÓN HOGAR INFANTIL LA CASA DEL CAMINO
30/04/2014 09:52	VISION SEGURA Y CIA LTDA
30/04/2014 14:30	SANTA COLOMA STUDIO S.A.S.
01/05/2014 11:25	COMERCIALIZADORA PLOW
05/05/2014 07:26	LA STAMPERIA S.A.
06/05/2014 10:50	TISSUE BANK
08/05/2014 11:17	MAYORITARIA DE BOBINADOS S.A.S.
12/05/2014 17:14	LA TIPOGRAFIA LTDA
13/05/2014 10:04	TEÑIMOS S.A.
13/05/2014 10:06	COSELECSA SAS
13/05/2014 10:08	SIN ESCOMBROS SAS
13/05/2014 10:09	SOCIEDAD ANTIOQUEÑA DE INGENIEROS Y ARQUITECTOS
13/05/2014 10:12	OBRAS METALICAS DE COLOMBIA
13/05/2014 10:13	HORTALIZAS SAN ANTONIO S.A
13/05/2014 10:15	CAMILO ARANGO Y CIA LTDA
13/05/2014 10:28	GLOBO PUBLICIDAD S.A.S.
13/05/2014 10:35	UNION TEMPORAL SETSA
13/05/2014 10:40	S.I SOLUCIONES IMPRESAS
13/05/2014 10:45	E.S.P MUNICIPIO DE PEQUE
13/05/2014 10:57	EXPONENCIAL BANCA DE INVERSIÓN SAS
13/05/2014 11:01	TECHNOLOGY PARTNERS S.A.S
13/05/2014 11:02	E&S INGENIERIA INTREGRAL SAS

FECHA	EMPRESA
13/05/2014 11:09	FACTORÍAS ASOCIADAS
13/05/2014 11:25	CUBICO CUBIERTAS DE COLOMBIA
13/05/2014 11:26	KHEMIK SAS
13/05/2014 11:37	LATITUD COMUNICACIONES LTDA
13/05/2014 11:46	DIANA AGUIRRE
13/05/2014 11:47	ASCAVI GROUP SAS
13/05/2014 12:47	ARQUITECTURA Y CONCRETO SAS
13/05/2014 13:35	SOLESEM S.A.S.
13/05/2014 14:26	MAFRICCION S.A.
13/05/2014 15:50	DINAMICA CONTABLE S.A.S
13/05/2014 17:01	ROTOTECH S.A.S.
14/05/2014 07:29	MARIA PATRICIA SALAZAR MEJIA
14/05/2014 07:58	TORRE MEDICA LAS AMERICAS
14/05/2014 08:00	SOMERSET SAS
14/05/2014 08:03	TERMIMODA S.A.
14/05/2014 08:03	COINSI S.A.S
14/05/2014 08:10	ROOSEVELT DIAZ HERNANDEZ
14/05/2014 08:14	CONSUMIDOR DE MERCADO INTELIGENTE S.A.S
14/05/2014 08:15	TODO PARA MOTORES Y REPUESTOS S.A.S.
14/05/2014 08:30	DATAGRAFICAS SAS
14/05/2014 08:39	FONDOUNE
14/05/2014 09:06	CATHAY COLOMBIA S.A.

FECHA	EMPRESA
14/05/2014 09:12	PRODUCCIONES ELECTRONICAS LTDA
14/05/2014 09:24	ASELAN LTDA.
14/05/2014 09:49	NEGOCIOS Y SERVICIOS INTERNACIONALES S. A.
14/05/2014 17:05	CORPORACION ARQUIDIOCESANA PARA LA EDUCACION CARED
15/05/2014 10:42	TALLER G DIEZ S.A.S
23/05/2014 08:46	VARIADORES S.A.
23/05/2014 10:01	FUNDACIÓN EDUCATIVA EL NIÑO JESÚS
23/05/2014 10:18	COSPINASERVICIOS
23/05/2014 11:15	HOGAR NUEVA ILSUION
23/05/2014 11:24	FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA AGROPECUARIA
23/05/2014 13:01	ENCOFORMAS
23/05/2014 13:39	ALPHA B/D. JHOBERT LOPEZ
26/05/2014 07:44	BENZAI

Fuente: construcción de los consultores

2. ¿Tiene algún tipo de integración con la Web 2.0?

Teniendo en cuenta que 5 es repetidamente y 1 es nada de integración.

Tabla 3. Respuestas pregunta 2

Respuestas	Cantidad Respuestas	Porcentajes
5	40	20 %

4	38	19%
3	29	15%
2	15	8%
1	31	16%
NS/NC	47	24%
	200	100%

Fuente: construcción de los consultores

El 39 % manifiesta tener una interacción constante con la web 2.0 lo que representa una oportunidad para generación de estrategias basadas en la virtualidad.

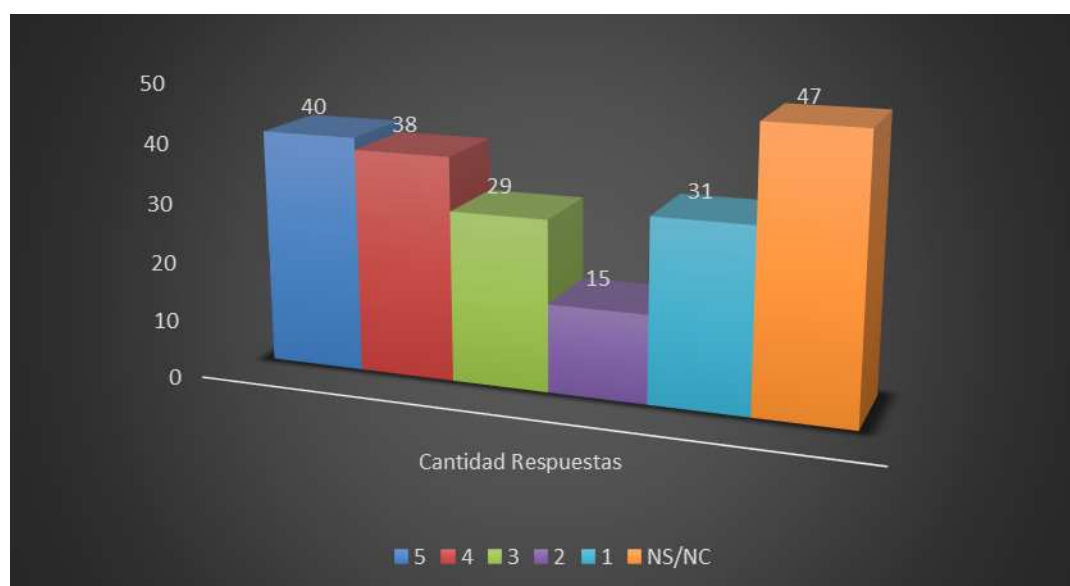


Figura 3. Gráfico integración con la Web 2.0

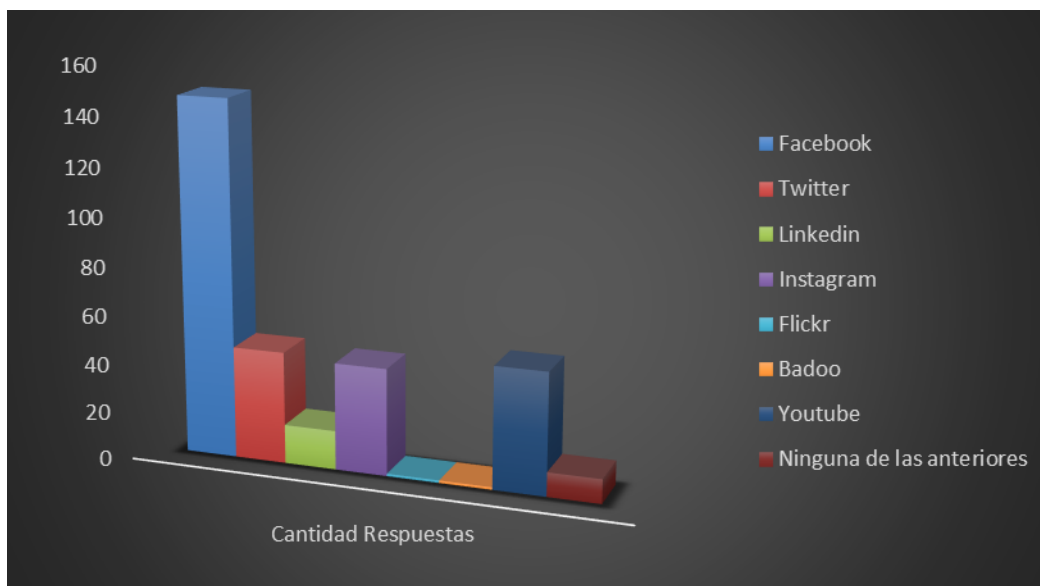
Fuente: construcción de los consultores

3. Actualmente, usted es usuario de alguna de las siguientes redes sociales:

Tabla 4. Respuestas pregunta 3

Respuestas	Cantidad Respuestas
Facebook	146
Twitter	46
Linkedin	16
Instagram	44
Flickr	1
Badoo	1
Youtube	50
Ninguna de las anteriores	10
No utiliza ninguna red social	30
NS/NC	3
	336

Fuente: construcción de los consultores



Fuente: construcción de los consultores

Figura 4. Grafico usuario redes sociales

4.Cuál de las siguientes redes sociales usted utiliza con mayor frecuencia:

Tabla 5. Respuestas pregunta 4

Respuestas	Cantidad Respuestas
Facebook	136
Twitter	26
LinkedIn	8
Instagram	26
Flickr	0
Badoo	1
Youtube	46
NS/NC	41
	280

Fuente: construcción de los consultores

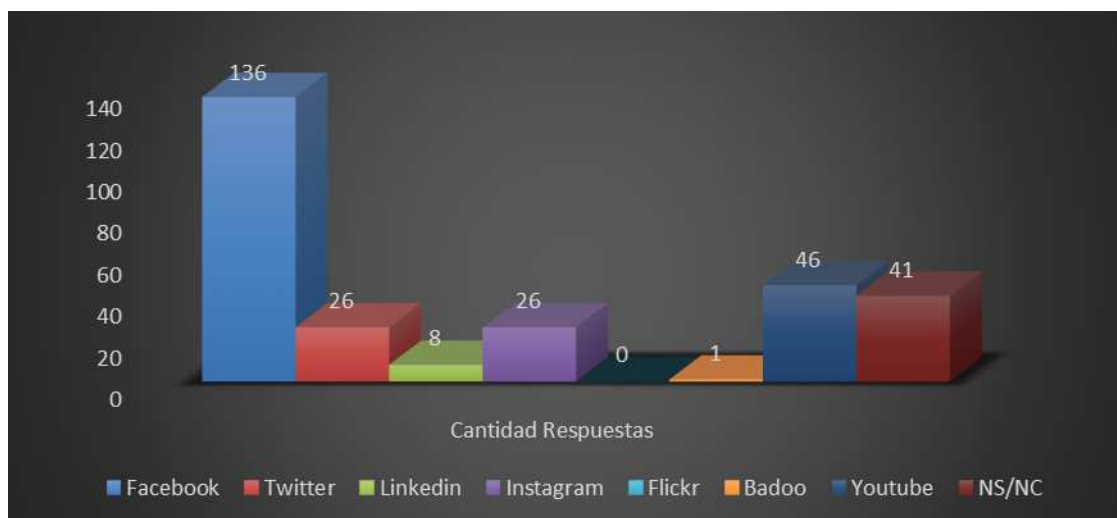


Figura 5. Grafico redes sociales de mayor frecuencia

Fuente: construcción de los consultores

Está demostrado que Facebook y Twitter son las redes preferidas para realizar estrategias virtuales para relacionarse con este tipo de clientes. Así mismo, YouTube es una plataforma interesante para que la Organización pueda crear un canal de videos tutoriales e instructivos para los clientes.

5. ¿Alguna vez ha visitado la página web www.ARLSURA.com.co?

Tabla 6. Respuestas pregunta 5

Respuestas	Cantidad Respuestas
Una o más veces a la semana	78
Dos o tres veces al mes	61
Una vez al mes	30
Menos de una vez al mes	27

Nunca la he utilizado	4
NS/NC	0
	200

Fuente: construcción de los consultores



Figura 6. Visita a la página web www.ARLSURA.com.co

Fuente: construcción de los consultores

El 39 % de los encuestados manifiesta ingresar una vez o más a la semana, un 31 % expresa hacerlo 2 o 3 veces al mes, por lo tanto se evidencia que este medio es utilizado por un número importante de clientes del segmento PYME.

6. ¿Le gustaría recibir información virtual sobre gestión de riesgos laborales por parte de ARL SURA?

Tabla 7. Respuestas pregunta 6

Respuestas	Cantidad Respuestas
SI	186

NO	12
NS/NC	2
200	

Fuente: construcción de los consultores

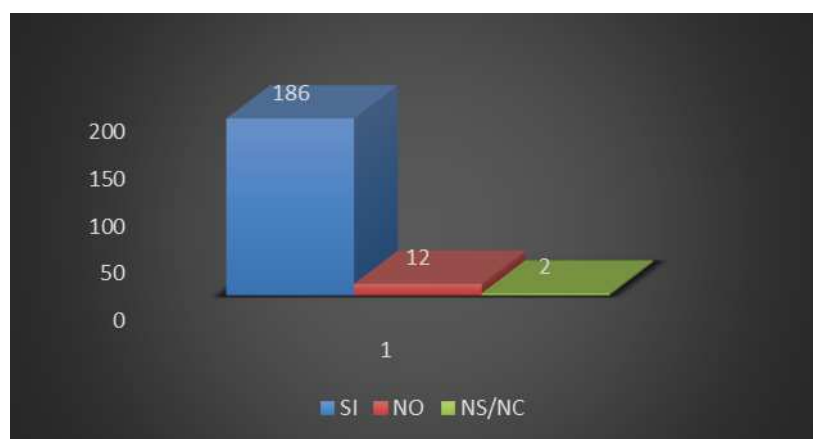


Figura 7. Grafico recibe información virtual sobre gestión de riesgos laborales por parte de ARL SURA?

Fuente: construcción de los consultores

7. ¿En los últimos 12 meses lo ha contactado ARL SURA por algún medio?

Tabla 8. Respuestas pregunta 7

Respuestas	Cantidad Respuestas
SI	166
NO	30
NS/NC	3
198	

Fuente: construcción de los consultores

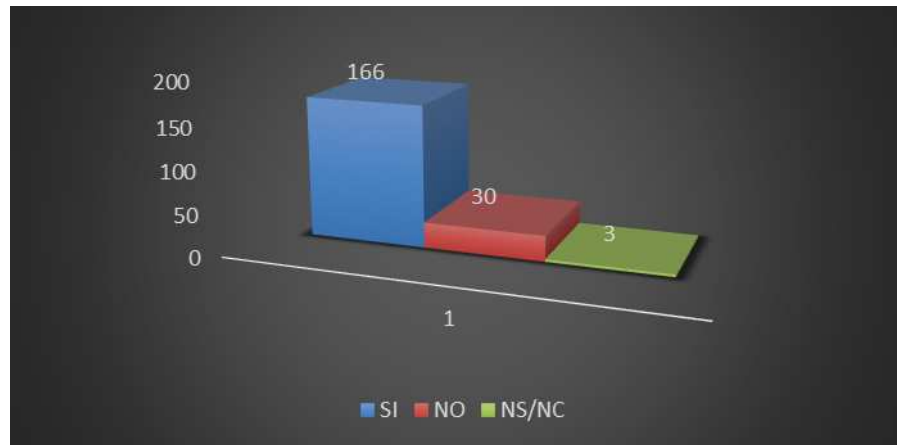


Figura 8. Gráfico de ser **contactado por ARL SURA por algún medio**

Fuente: construcción de los consultores

8. ¿Qué tipo de capacitación debería ofrecer ARL SURA?

Tabla 9. Respuestas pregunta 8

Respuestas	Cantidad Respuestas
Capacitación física en ARL SURA	22
Capacitación física en EMPRESAS	97
Capacitaciones Virtuales	22
Entrenamientos	21
Capacitaciones Certificables	61
Seminarios de Formación	32
Jornadas de Salud Ocupacional	76
NS/NC	2
Otro (Por favor especifique)	6
	350

Fuente: construcción de los consultores



Figura 9. Gráfico qué **capacitación debería ofrecer ARL SURA?**

9. ¿Cuál sería el mejor horario, modo y lugar para recibir una capacitación gratuita ofrecida por ARL SURA?

Tabla 10. Respuestas pregunta 9

Respuestas	Cantidad Respuestas
Capacitación Física - en ARL SURA - horario A.M.	41
Capacitación Física - en EMPRESA - horario A.M.	101
Capacitación Física - en ARL SURA - horario P.M.	17
Capacitación Física - en EMPRESA - horario P.M.	44
Capacitación Virtual - en ARL SURA - horario A.M.	9
Capacitación Virtual - en EMPRESA - horario A.M.	17
Capacitación Virtual - en ARL SURA - horario P.M.	5
Capacitación Virtual - en EMPRESA - horario P.M.	12
Cualquier hora capacitación virtual a través de la página www.ARLSURA.com	16
NS/NC	2
Otro (Por favor especifique)	2
	268

Fuente: construcción de los consultores

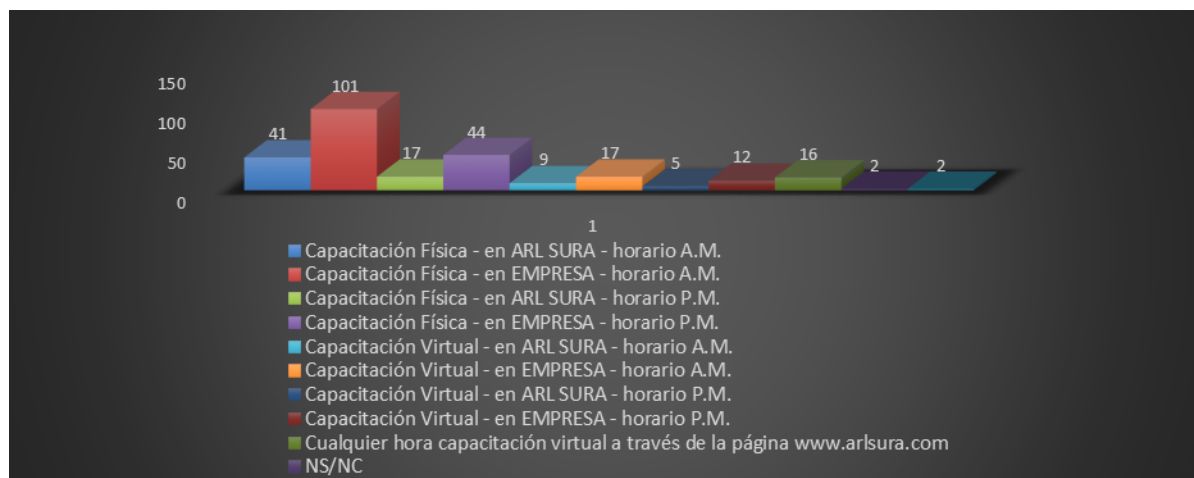


Figura 10. Grafico horario, modo y lugar para recibir una capacitación gratuita ofrecida por ARL SURA

Fuente: construcción de los consultores

Se observa una tendencia en cuanto a la preferencia de ser visitados en sus instalaciones por parte de los asesores, adicionalmente, de recibir certificados cuando realizan capacitaciones con la ARL.

10. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio que presta ARL SURA?

Teniendo en cuenta que 5 es muy satisfecho y 1 nada satisfecho.

Tabla 11. Respuestas pregunta 10

Respuestas	Cantidad Respuestas
5	64
4	84
3	34
2	9

1	5
NS/NC	3
199	

Fuente: construcción de los consultores

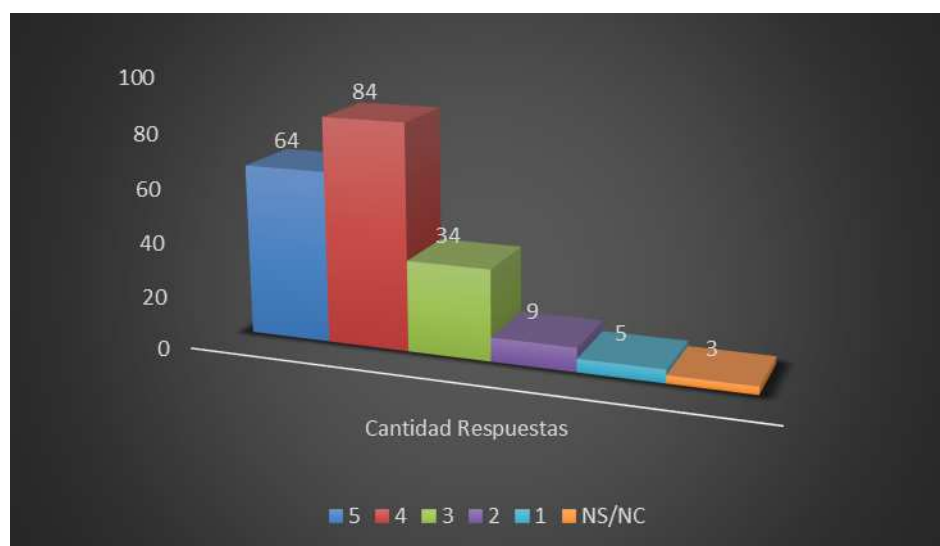


Figura 11. Grafico que tan **satisfecho se encuentra con el servicio que presta ARL SURA**

Fuente: construcción de los consultores

Se puede decir que el 74% manifiesta estar satisfecho y un 24% manifiesta una tendencia a la baja en cuanto a satisfacción.

11. ¿Qué percepción tiene de ARL Aura?

Siendo 5 excelente y 1 es deficiente

Tabla 12. Respuestas pregunta 11

Respuestas	Cantidad Respuestas

5	89
4	86
3	15
2	5
1	2
NS/NC	2
199	

Fuente: construcción de los consultores

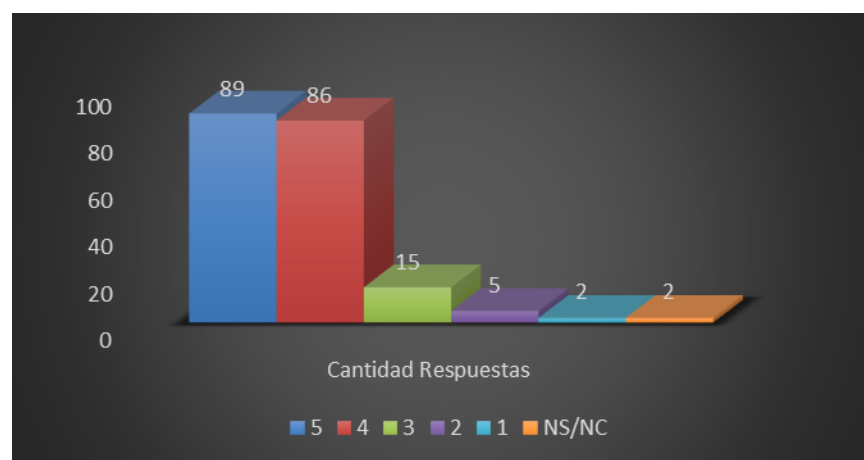


Figura 12. Grafico Percepción de ARL SURA

Fuente: construcción de los consultores

Un 88% manifiesta tener una buena percepción de la empresa.

12. Ayúdenos a calificar los siguientes atributos de ARL SURA teniendo en cuenta su experiencia.

Siendo 5 excelente y 1 es deficiente

Tabla 13. Respuestas pregunta 12

	5	4	3	2	1	NS/NC	
Las soluciones son rápidas y efectivas	72	89	23	7	2	6	199

Posee avances tecnológicos y proyección a futuro	94	75	15	1	3	10	199
Accesible y cercana con el cliente	76	77	26	11	5	4	199
Amable y correcta con el trato	100	81	12	1	2	3	199
Transparente y clara con la información	88	89	11	6	2	3	199
Calidad de la asesoría	82	80	17	10	7	3	199
Calidad del servicio y atención al cliente	85	78	21	9	3	3	199
Preocupada por el entorno social	65	86	23	7	4	13	199
Preocupada por el medio ambiente	68	82	27	5	2	14	199

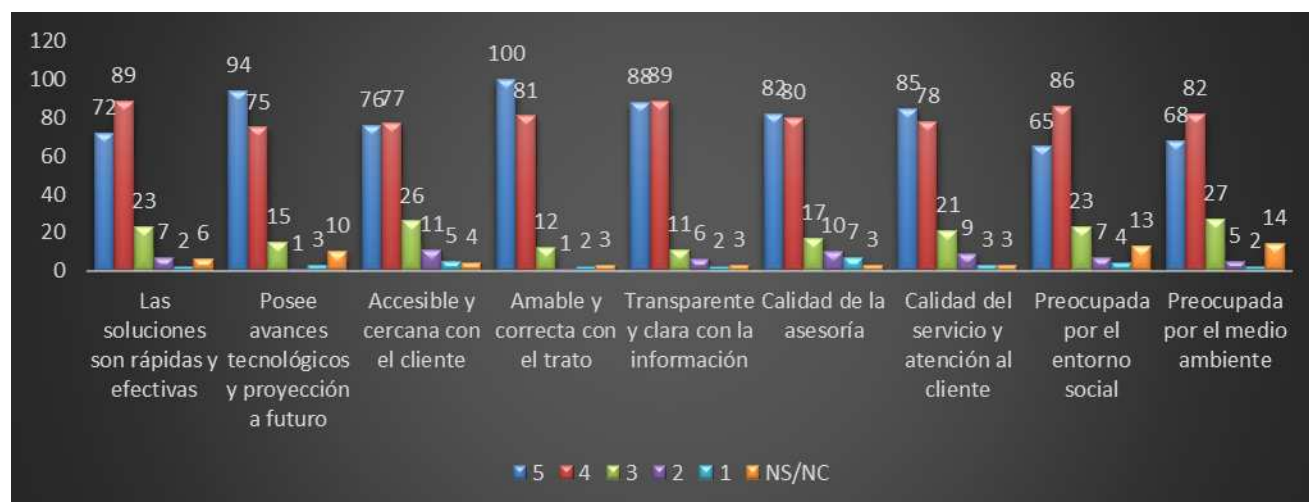


Figura 13. Gráfico Atributos ARL SURA

Fuente: construcción de los consultores

Hay un 16 % que considera que las soluciones no satisfacen las necesidades de su empresa en cuanto a la rapidez y efectividad. El 21% en la pregunta Accesible y cercana al cliente manifiesta no estar tan satisfecho con **ARL SURA**.

13. Ayúdenos a calificar los siguientes atributos de ARL SURA teniendo en cuenta su experiencia.

Siendo 5 excelente y 1 es deficiente

Tabla 14. Respuestas a pregunta 13

	5	4	3	2	1	NS/NC	
La asesoría es cercana y efectiva	68	74	29	9	12	6	198
Conocimiento y dominio del tema	91	78	15	5	2	7	198
La asesoría está enmarcada en la Cultura del Cuidado	87	76	16	5	3	11	198
Las metodologías empleadas generan impacto en su organización	66	72	34	6	7	13	198
Se siente seguro estando afiliado a ARL SURA	121	57	12	3	1	4	198

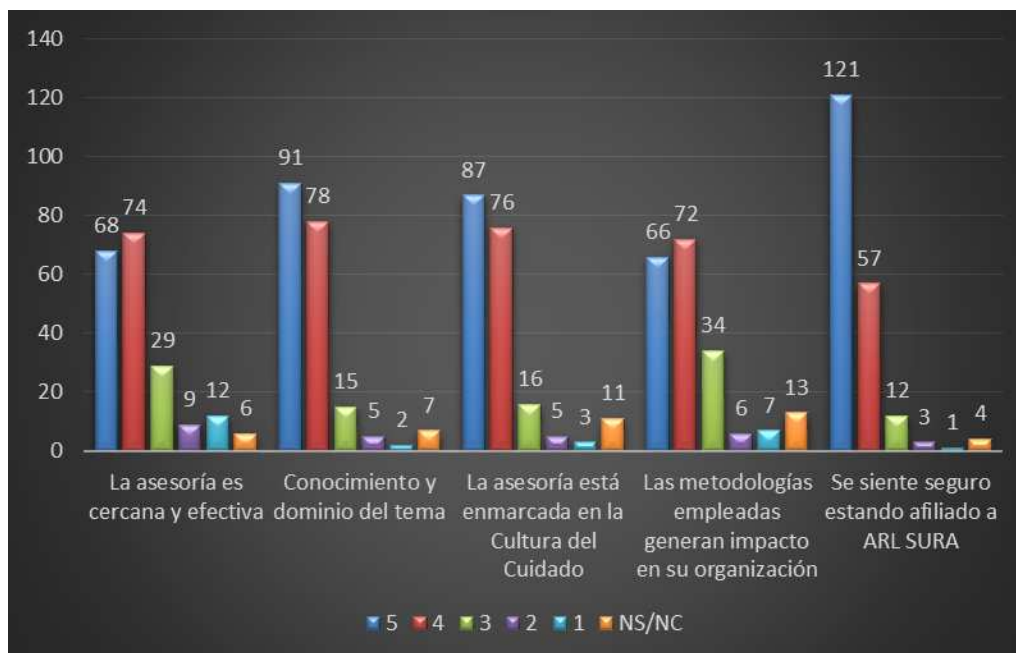


Figura 14. Otros atributos ARL SURA

Fuente: construcción de los consultores

En la calidad de la asesoría, un 17% se encuentra en el rango medio o medio bajo de satisfacción.

Muy probablemente estas empresas son las que se están desafiando por su inconformidad con el servicio.

14. Queremos que nos ayude a definir qué tan de acuerdo se encuentra usted con las siguientes afirmaciones:

Tabla 15. Respuestas a pregunta 14

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Medianamente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	NS/NC	
El servicio de ARL SURA responde a mis expectativas	63	98	25	4	3	4	197

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Medianamente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	NS/NC	
El conocimiento recibido en las asesorías aporta valor a mi compañía	64	93	22	5	4	9	197
Es de fácil asimilación el conocimiento recibido en las asesoría	62	96	19	5	4	11	197
Me siento motivado a seguir trabajando por el cuidado	85	84	18	2	2	6	197

Fuente: construcción de los consultores

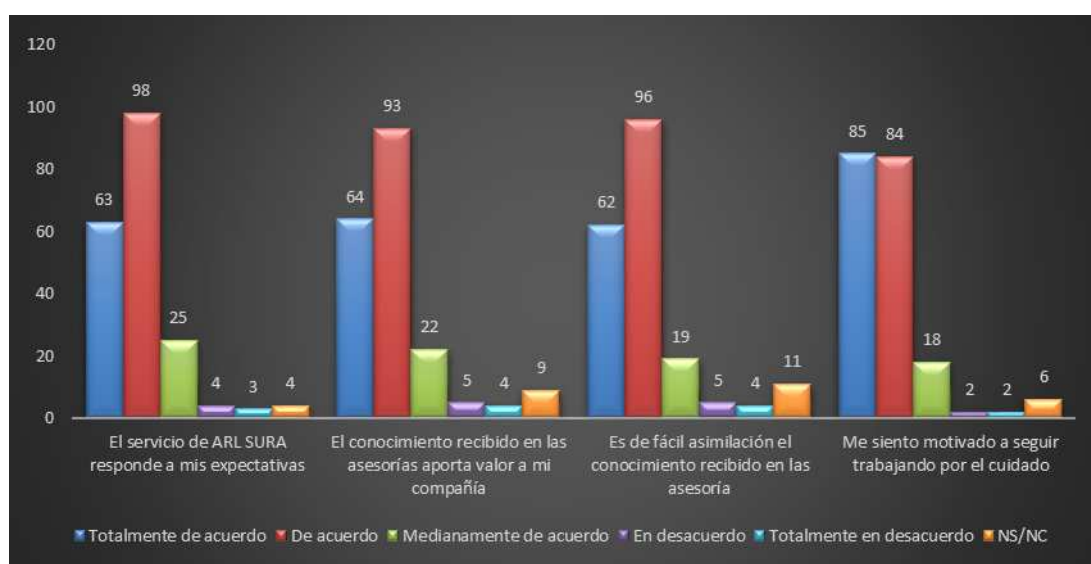


Figura 15. Afirmaciones

Fuente: construcción de los consultores

15. En comparación con otras ARL, el servicio de ARL SURA es...

Tabla 16. Respuestas pregunta 14

Respuestas	Cantidad Respuestas
Mucho mejor	108
Algo mejor	43
Más o menos igual	10
Algo peor	1
Mucho peor	0
No lo sé	30
NS/NC	5
	196

Fuente: construcción de los consultores



Fuente: construcción de los consultores

Figura 16. Calidad de servicio ARL SURA

16. ¿Recomendaría usted a ARL SURA a otras organizaciones?

Tabla 17. Respuestas pregunta 16

Respuestas	Cantidad Respuestas
Recomendaría con toda seguridad	114
No tendría problema en recomendar	71
No lo recomendaría	4
Desaconsejaría	0
NS/NC	7
	194

Fuente: construcción de los consultores



Fuente: construcción de los consultores

17. Si llegado el momento, usted tuviera la oportunidad de cambiarse de ARL:

Tabla 18. Respuestas pregunta 17

Respuestas	Cantidad Respuestas
Seguiría con ARL SURA	166
Me cambiaría a otra ARL	3
No sé qué haría	24
NS/NC	4
	196

Fuente: construcción de los consultores

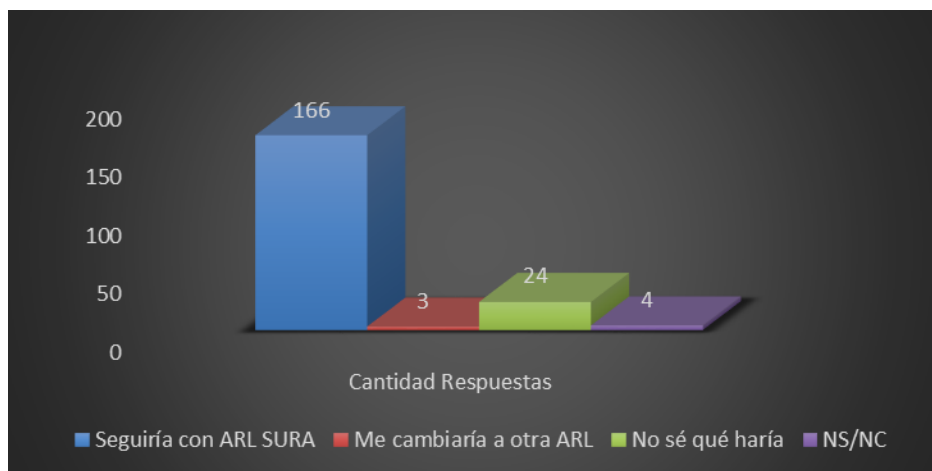


Figura 17. Gráfico continuidad con ARL SURA

Fuente: construcción de los consultores

18. Si usted es invitado a una Sesión de Grupo para compartir su experiencia sobre el servicio que presta ARL SURA, usted asistiría?

Tabla 19. Respuestas pregunta 18

Respuestas	Cantidad Respuestas
SI	129
NO	33
NS/NC	35
	196

Fuente: construcción de los consultores

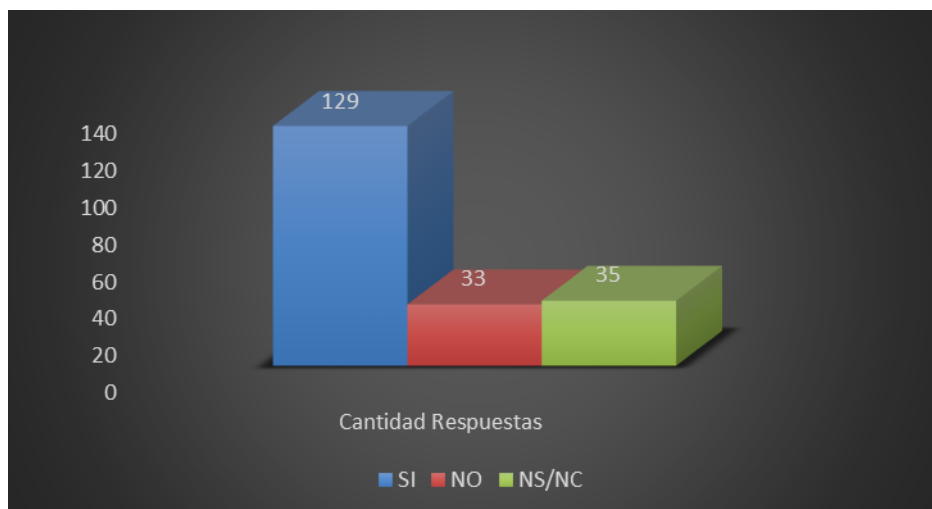


Figura 18. Gráfico aceptación invitación a Charla ARL SURA

Fuente: construcción de los consultores

19. Tiene algún comentario o sugerencia

Tabla 20. Respuesta pregunta 19

Fecha	COMENTARIO
17/03/2014	Gracias
22/04/2014	El servicio es muy buenos no me puedo quejar pero sin embargo por tener o no tener población si se excluyen algunas empresas (como por ejemplo pequeñas empresas) debería ser antes las que mas contara con compañía y asesoría. Se tiene el recurso del asesor telefónico pero en ocasiones no es muy efectivo.
22/04/2014	Llevo desde el 17 de marzo esperando la clave para ingresar a la información virtual sobre transporte de carga peligrosa y aún no llega.
22/04/2014	Excelencia en el servicio, en asesoría y atención personalizada en caso de ser necesario. Muy comprometidos con el cuidado.

Fecha	COMENTARIO
22/04/2014	Necesitamos que las pequeñas empresas tambien sean apoyadas y acompañadas mediante capacitaciones dentro de la empresa y no en las instalaciones de la arl sura.
22/04/2014	A pesar de que el asesor muestra voluntad, nuestra percepción de arl sura es que es una gran empresa, pero nos sentimos muy solos en el proceso teniendo en cuenta todo lo que tenemos pendiente por montar.
22/04/2014	No ninguno
22/04/2014	Como sugerencia, que las visitas de los asesores de salud ocupacional sean cada 2 meses según la necesidad de la empresa ya que pueden pasar mas de 6 meses sin recibir vistas y asi no se puede trabajar con confiabilidad ni hacer mejoras aprobadas por la arl sura. Muchas gracias
22/04/2014	Cuando necesito contactarme con la asesora, no contesta mis correos.
22/04/2014	Mejor acompañamiento por parte de la asesora de la arl
22/04/2014	El compromiso debiera ser independiente si es una empresa pymes o una grande empresa
22/04/2014	Mejorar la asesoría
22/04/2014	Ninguno
22/04/2014	Me gustaria capacitarme en el tema del pago de las incapacidades
22/04/2014	No todo por el momento esta ok.
22/04/2014	Felicitaciones, por todo su apoyo.
22/04/2014	Siempre he estado muy satisfecha con arl sura, siempre ha estado interesado por el binestar personal de sus afiliados y a la ves el social.

Fecha	COMENTARIO
22/04/2014	Se debería aprovechar o ensayar las capacitaciones de forma virtual para grupos de trabajo. Falta un buen seguimiento de las asesoras hacia las empresas para mostrar si la fallas son de la empresa o por asesoría interna
23/04/2014	La empresa grupo rocamar sas no tiene asesor me gustaría que nos contactara alguna persona con la que podamos contar y telefonicamente nos ayude. Que no sea solo porque se llama a la línea de atención al cliente. Tener un asesor fijo. Muchas gracias
23/04/2014	Mayor acompañamiento en las empresas.
23/04/2014	No
23/04/2014	Sería buena la presencia de un funcionario de vez en cuando y nos de asistencia personalizada
23/04/2014	Realmente no hemos sentido bien con la arl el único inconveniente que presentamos es la asignación de mi clave. Pero en general felicitaciones. Nota: marco 1 en la pregunta 13 ya que no la entendí
23/04/2014	La empresa inversiones ríos gallego s.a.s también conocida como merkepaisa estuvo intentando concretar una cita con la persona encargada de las asesorías con nuestra empresa y jamás se logró, ya que la asesora nunca llegó a acercarse a nuestras instalaciones en cuanto a eso hay que mejorar, y algunas personas encargadas de la atención al cliente son poco amables con quienes llaman a pedir información de resto la calidad es realmente buena
23/04/2014	Es muy importante crear un mecanismo para que la información suministrada por la arl al líder de salud ocupacional impacte a todo el personal de la

Fecha	COMENTARIO
	institución.
23/04/2014	Mas boletines afichables
23/04/2014	Nuestra experiencia ha sido mínima, solo hemos tenido 1 o 2 eventos durante todo el tiempo. En cuanto asesoría y capacitación no hemos tenido
23/04/2014	Particularmente nos hemos sentido bien asesorados. Sólo de un tiempo para acá detectamos serios problemas con la asesoría, pues la persona encargada no responde a nuestros llamados, por lo que nos sentimos solos en el manejo de tema dentro de nuestra organización. En los demás aspectos, nos parecen muy eficientes y bastante organizados.
23/04/2014	No
24/04/2014	Ninguno
24/04/2014	No
25/04/2014	No
25/04/2014	Sura es de vital importancia para nuestra empresa, estoy asistiendo a un diplomado de riesgo eléctrico y me siento bastante complacida con dicho diplomado, pues es un ambiente y un tema de vital importancia para el buen desarrollo de las actividades en mi empresa
28/04/2014	No
28/04/2014	Realmente se muy poco de ustedes, lo que que si se, es que debo pagarles un dinero en cada nómina, y que ustedes responden (eso creo) en caso de accidente o enfermedad laboral mía y de mis trabajadores (cuando los tengo)

Fecha	COMENTARIO
28/04/2014	No
28/04/2014	Reducir el tiempo y las filas necesarias para hacer las afiliaciones. Seria bueno que tuvieran asesores que ayudaran con ls afiliaciones a empresas pequeñas
29/04/2014	Buscar sedes alternas (mas centrales) y diferente al centro empresarial olaya herrera, para recibir las capacitaciones.
29/04/2014	En los tres o cuatro ñultimos años nunca se ha recibido asesoria presencial por parte de arl sura
29/04/2014	Pues como ve la encuesta no es muy satisfactoria, ya que nuestra empresa no ha tenido en ocho años que lleva ningun apoyo por parte de la arl, porque ni siquiera tenemos asesor empezando por esto que seria lo minimo.
29/04/2014	Arl tiene muy bajo acompañamiento en mi en empresa cero presencia y seguimiento
29/04/2014	Ninguna
30/04/2014	Ninguno
30/04/2014	Me parece que falta mas acompañamiento por parte de los asesores. Aunque sea una empresa pequeña deberían estar mas pendiente de la entidad.
30/04/2014	En sura tenemos confianza por la marca y posicionamiento en el mercado y por los beneficios en otros servicios del grupo en los que tambien estamos vinculados: eps, seguros y pensiones; pero la arl en realidad ha sido muy distante para nuestra entidad.
30/04/2014	El servicio personalizado debe ser igual para las empresas grandes y pequeñas como esta

Fecha	COMENTARIO
05/05/2014	Mi sugerencia es el mejoramiento en el acompañamiento que se realiza a la empresa. Pues no es suficiente, ni solución la asistencia de un asesor, para hacer una charla o inspección y luego entregar un informe con las observaciones de las normas que se están incumpliendo. Las pymes en su mayoría necesitan del acompañamiento y guía en el "que?" y del "como?"
08/05/2014	Hay poco acompañamiento presencial a las microempresas.
13/05/2014	Siento que pueden tener mayor presencia en las empresas pequeñas
13/05/2014	En el ultimo año a disminuido la calidad del servicio nunca responden a la programacion de capacitaciones este año solo hemos programado una capacitacion mensual por que de las demas no hemos tenido respuesta
13/05/2014	Ninguna
13/05/2014	Me gustaría recibir boletines, tips, y recomendaciones de cuidado, más frecuentemente.
13/05/2014	Se debe mejorar en el pos servicio (seguimiento a las tareas o capacitaciones) no lo tiene
13/05/2014	Los medios y servicios que ofrecen son excelentes, es muy fácil hacer tramites de afiliaciones y desafiliaciones, sin embargo a la fecha no hemos presentado ningún evento de accidente por lo que no conocemos la respuesta, la incormformidad surge en cuanto a las asesorias puesto que en dos años con ustedes no hemos recibido ni siquiera una invitación a capacitación ni horarios, ni ofertas de asesoria para planes de prevención, ni una llamada para nada de prevención.

Fecha	COMENTARIO
13/05/2014	Es indispensable el acompañamiento a empresas pequeñas, que aunque pequeñas tiene grandes riesgos, como en nuestro caso manejo de sustancias químicas.
13/05/2014	No
13/05/2014	Siempre y cuando disponga de tiempo.
14/05/2014	Ninguno
14/05/2014	La unica sugerencia es poder enviar todos los documentos iniciales via internet sin tener que ir a sus instalaciones.
14/05/2014	Ninguno
14/05/2014	No
14/05/2014	No
23/05/2014	La calidad no es solo la aplicabilidad de la normativa si no la adherencias de la misma y en ese sentido hay sectores como el nuestro muy aislado de las competencias de la aseguradora
23/05/2014	No puedo contestar sobre la experiencia porque en realidad no hemos tenido ninguna con arl sura, nos afiliamos, afiliamos los empleados, pagamos los aportes y creemos que las personas están cubiertas, nada más podemos decir.

Fuente: construcción de los consultores

A GUSTO CON EL SERVICIO	MEDIANAMENTE A GUSTO	MAL SERVICIO Y POCO ACOMPAÑAMIENTO
14	1	38

Gráfico: Tabulación Observaciones Encuestas

Fuente: construcción de los consultores

De los 200 encuestados, 51 de ellos, respondieron abiertamente en OBSERVACIONES, los comentarios se pueden concluir de la siguiente manera:

- 38 comentarios por Mal Servicio y Poco o Nulo Acompañamiento, representan el 71% de los comentarios.
- 14 comentarios por sentirse a gusto con el servicio, representan el 26% de los comentarios. Se evidencia, que las quejas por falta de acompañamiento es una situación a tener en cuenta, para la toma de decisiones, puesto que, este factor podría ser un detonante para la de vinculación de empresas del segmento pyme.

7. Análisis e Interpretación de Resultados

ARL SURA entiende por cuidado “las actuaciones conscientes y responsables para prevenir, preservar, conservar y cultivar el bienestar y la vida con dignidad”, y define la Cultura del Cuidado como “lo que son y hacen para promover el bienestar y la calidad de vida con dignidad”. Acorde con lo anterior, consideran que uno de los mecanismos para movilizar la cultura del cuidado en las empresas, es la apropiación de procesos educativos consistentes, eficientes, eficaces y efectivos en el tiempo. Las anteriores definiciones fueron estructuradas por las distintas áreas de mercadeo de **ARL SURA** a nivel país, las cuales desde la teoría suenan perfecto, pero en la práctica queda evidenciado que la realidad es otra.

Al escuchar las percepciones de varios clientes en las sesiones de grupo, queda evidenciado un inconformismo en cuanto al abandono por parte de **ARL SURA** a algunos clientes del segmento **Pyme**. Las quejas son constantes ya que no conocen los asesores asignados a sus empresas, (ver anexo Desafiliaciones 2013), e incluso sienten que **ARL SURA** no los atiende por ser empresas de pocos trabajadores (escuchado en Sesiones de Grupo). Todo lo anterior afecta el nivel de satisfacción y posicionamiento de la marca **ARL SURA** en la región.

Por lo tanto, una de las principales tareas del área de mercadeo de **ARL SURA** debe ser estudiar más a fondo esta realidad y así establecer estrategias dentro de un futuro probable y deseable para la organización diseñando movimientos inteligentes para **ARL SURA**.

El área de mercadeo de **ARL SURA** descubrir lo que realmente necesitan y esperan de la organización, logrando así, efectuar estrategias más eficaces en pro de la productividad y competitividad de **ARL SURA**. En ese orden de ideas, este trabajo de consultoría evidenció que, en la actual realidad, al indagar a los clientes el motivo por el cual cambiarían a **ARL SURA**, la mayoría afirmaron que por capacitaciones constantes en sus plantas de trabajo y las formaciones

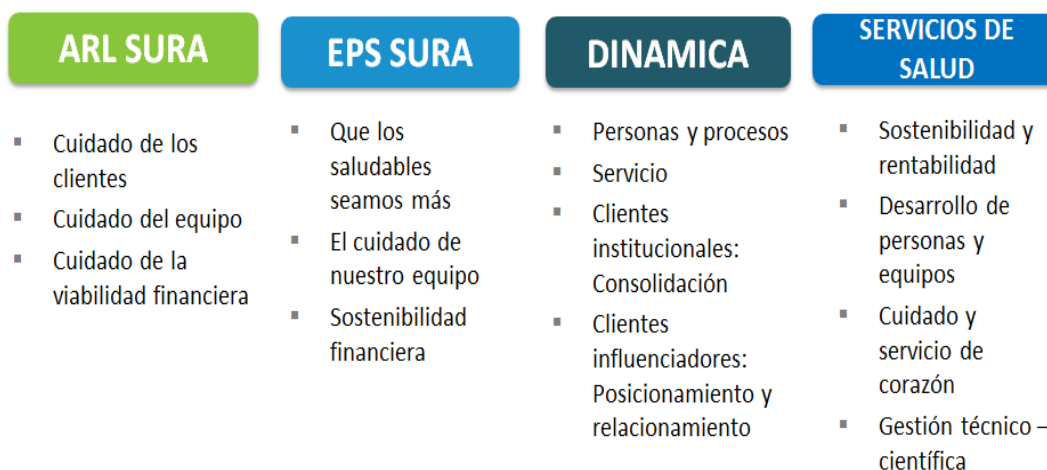
a los encargados de Salud Ocupacional en las instalaciones de la otra Administradora de Riesgos Laborales. La anterior es la principal necesidad de las empresas del segmento **Pyme**, las cuales esperan encontrar un aliado en ARL SURA.

Los conocimientos y la aplicación de estos en los procesos de las empresas clientes, harán mejorar el nivel de satisfacción y la percepción que tienen los clientes sobre **ARL SURA**. Atender todas sus empresas y fomentar la Cultura del Cuidado a través de la intervención de comportamientos individuales y colectivos será una estrategia gana-gana, ya que las empresas clientes sentirán ese aliado estratégico que le ayudará a disminuir su accidentalidad, sus días de ausentismo y a mejorar su productividad. Y, **ARL SURA** mejorará la percepción entre sus empresas clientes, conseguirá un modelo de atención deseado y disminuirá sus pagos en cuanto a eventos por accidentes laborales, siendo así, más eficientes y eficaces.

8. Formulación de la Ruta de Soluciones

Grupo SURA, a través de la VPSS, Vicepresidencia de Seguridad Social, ha desarrollado la PLANEACION ESTRATEGICA para el presente año, tomando como punto de partida una Plataforma Estratégica que se describe a continuación:

PLANEACION ESTRATEGICA VPSS



Fuente: Documento de Planeación Estratégica 2015. Área Dirección de Mercados. Vicepresidencia de Seguridad Social SURA (VPSS).

Un pilar fundamental de esta visión estratégica dentro de ARL SURA, es el cuidado de los clientes, es decir, el relacionamiento y mantenimiento de los mismos, a través de acciones de gestión, servicio y cercanía. Queda claro, entonces, que dentro de la estrategia corporativa de ARL SURA, el cliente y su cuidado, resulta una variable esencial.

Gestión

Asesoría

En ARL SURA construimos relaciones de largo plazo asesorando a nuestros clientes en la gestión del riesgo ocupacional.

Logramos ser asesores cuando nuestros clientes viven nuestra Misión:

Garantizar tranquilidad y seguridad para los empleadores, bienestar para los trabajadores y sus familias y productividad y competitividad para las empresas y el país.

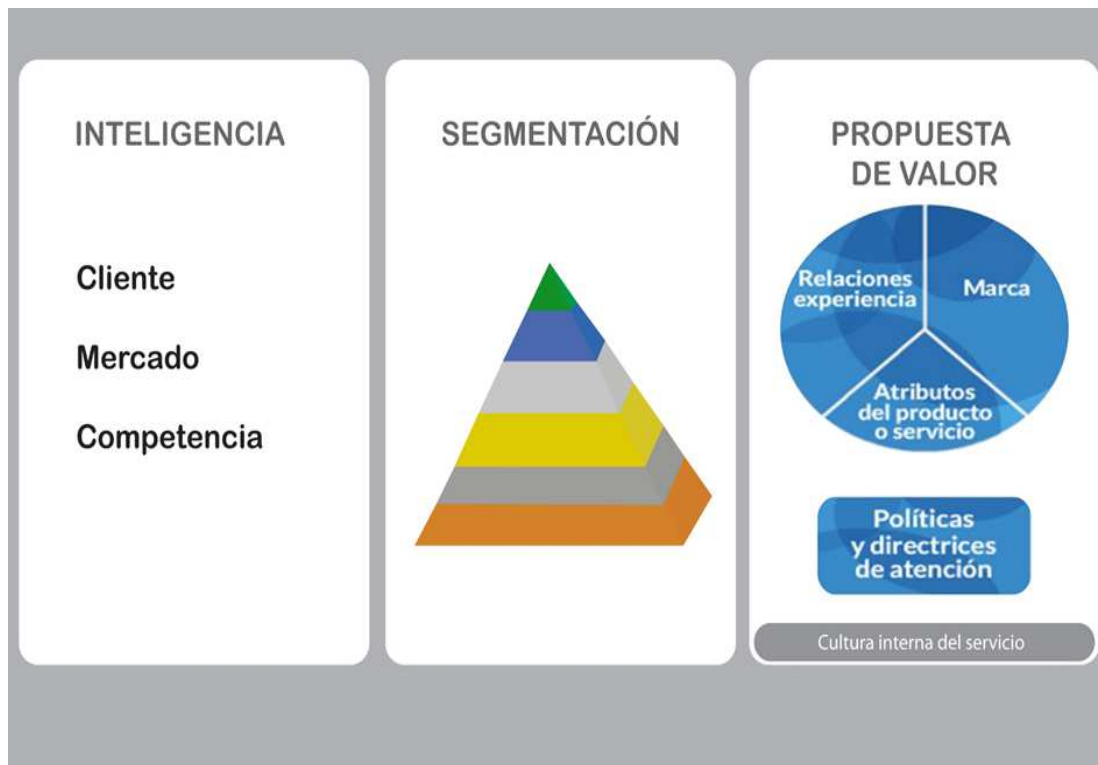
Cumplimos nuestra Promesa de Valor:

Garantizamos su tranquilidad, seguridad y bienestar a través de una asesoría y atención cercana, experta y oportuna; con soluciones flexibles e integrales.



Fuente: Presentación Corporativa. Área: Inteligencia de Mercados ARL SURA.

Plataformas:



Fuente: Documento de Planeación Estratégica 2015. Área Dirección de Mercados. Vicepresidencia de Seguridad Social SURA (VPSS).

La Vicepresidencia de Seguridad Social VPSS de Grupo Sura, considera que alcanzar los objetivos su planeación estratégica, se requiere la gestión de las plataformas de Inteligencia, Segmentación y Propuesta de Valor.

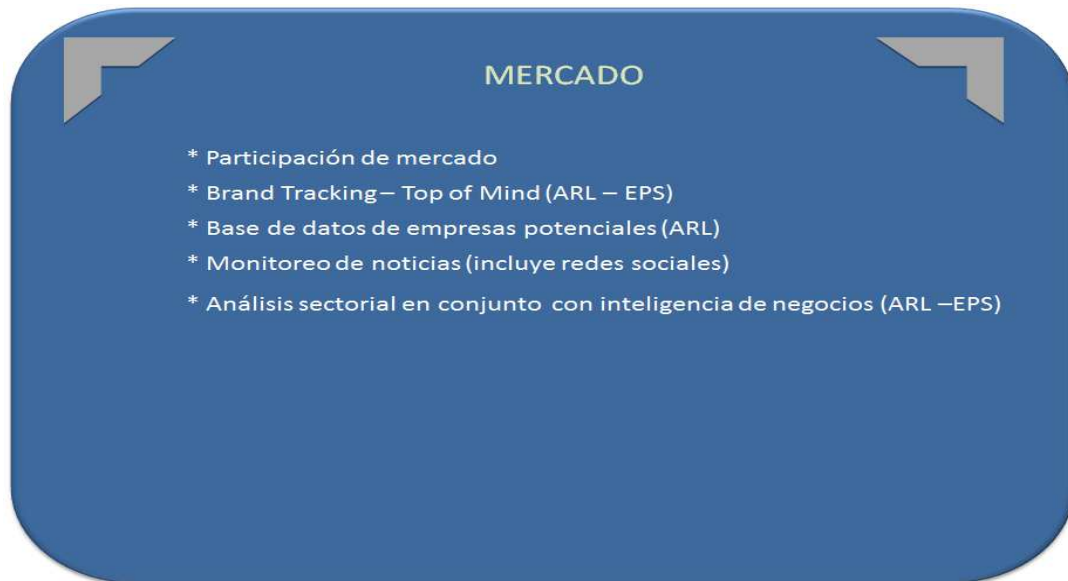
Inteligencia, entendida como la capacidad de la organización para recolectar datos del mercado en forma sistemática y objetiva, para analizarla e interpretar esta información, en ARL SURA se enfoca en: cliente, mercado y competencia.



Fuente: Documento de Planeación Estratégica 2015. Área Dirección de Mercados. Vicepresidencia de Seguridad Social SURA (VPSS).

La satisfacción del cliente y la satisfacción del empleador, son análisis primordiales en la Inteligencia de Mercados; datos e información cruciales para la toma de decisiones de la

compañía. Es claro, a través de este estudio, que un porcentaje considerable de clientes del segmento pyme demuestran cierta insatisfacción por la gestión comercial y de servicio de ARL SURA.

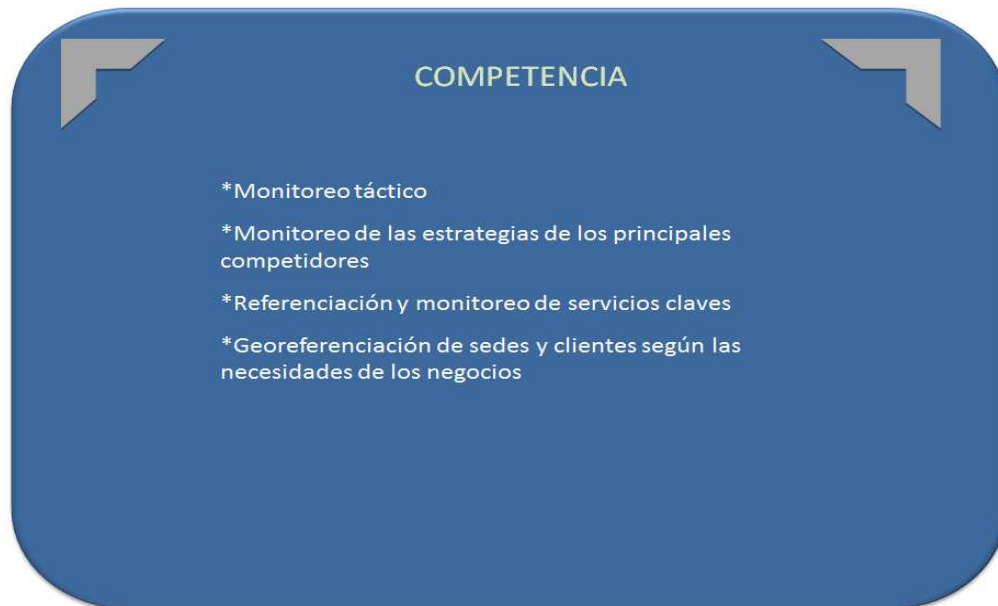


Fuente: Documento de Planeación Estratégica 2015. Área Dirección de Mercados. Vicepresidencia de Seguridad Social SURA (VPSS).

La inteligencia de Mercados debe proporcionar datos relevantes para mantener el primer lugar de participación de mercado, máxime cuando existen cifras reveladoras de las empresas pymes que se han desafiliado.

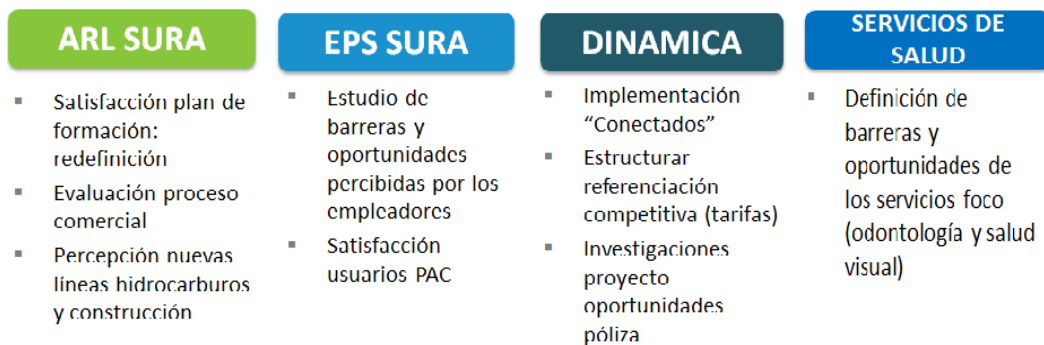
Uno de los objetivos de Inteligencia de Mercados de ARL SURA es realizar Brand Tracking, según Quezada (2009) el Brand Tracking es el estudio de las percepciones de los clientes, permitiendo hacer una serie de indicadores de conocimiento, consumo, actitud e imagen, con los cuales se realizan diagnósticos efectivos para conocer y construir “el valor de la marca” en el mercado. En ese orden de ideas, el Brand Tracking sirve para monitorear el comportamiento

del consumidor y proyectar tendencias de mercado, permitiendo diseñar planes de acción y reacción en el corto y mediano plazo.



Fuente: Documento de Planeación Estratégica 2015. Área Dirección de Mercados.
Vicepresidencia de Seguridad Social SURA (VPSS).

INTELIGENCIA - PLANEACION 2015



Fuente: Documento de Planeación Estratégica 2015. Área Dirección de Mercados.
Vicepresidencia de Seguridad Social SURA (VPSS).

Se observa en la Inteligencia-Planeación 2015, que se requieren datos e información como insumos, para hacer una evaluación del proceso comercial de ARL SURA, proceso comercial actual, que se levanta como una de las problemáticas que genera deserción de las empresas clientes del segmento pyme.

Para lograr alcanzar objetivos de la Planeación Estratégica de GRUPO SURA, es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Estrategia de Seguimiento y Monitoreo:

Invitar 10 empresas del segmento pyme, cada mes, con el objetivo de formar grupos focales que busquen obtener información sobre la percepción del servicio, el acompañamiento y la marca. Esta invitación se hará a los contactos, es decir, a los responsables de riesgos, seguridad y recursos humanos. Se recomienda realizar los grupos focales por sectores de la economía.

- Proceso Comercial:

Revisar la forma como se distribuye el portafolio de empresas afiliadas. Se puede explorar que segmentos como Químicos, Maquinaria, Construcción y Textiles, sea atendido por un grupo seleccionado de asesores de riesgo; quienes deben cumplir con acompañamiento y cubrimiento.

- Modelo centrado en el cliente:

Alinear una nueva forma de segmentar las empresas afiliadas con el modelo centrado en el cliente. Modelo que cruza transversalmente a la organización, buscando impactar principalmente el proceso comercial de atención y la oportunidad de atención del contact center.

- Estrategia de Subdirección Pyme:

Crear una Subdirección Pyme, que busque minimizar el porcentaje de empresas desvinculadas, a través de una gestión cercana y con cobertura completa de las empresas.

Las empresas de **ARL SURA** Regional Antioquia Oficina Medellín, se componen de 9891 empresas, las cuales están clasificadas de la siguiente forma:

Tabla 21. Número de oficinas Regional Antioquia ARL SURA

REGIONAL ANTIOQUIA

ATENCION/CLASIFICACION	ESTRELLA	DIAMANTE	PLATINO	ORO	PLATA	BRONCE	TOTAL
ESPECIFICA	68	355	145	498	302	103	1471
ESPECIALIZADA	7	1	0	1	0	0	9
ASISTIDA CGR	0	53	39	396	774	269	1531
ASISTIDA EN LINEA	0	5	10	69	533	282	899
AUTOGESTION	0	4	6	80	1250	4641	5981
TOTAL	75	418	200	1044	2859	5295	

Fuente: elaboración de los consultores

El modelo de segmentación de **ARL SURA** es **Multiatributos** e involucra características propias del cliente, cruzadas con un análisis de su comportamiento cualitativo y cuantitativo.

El principal objetivo de la segmentación de **ARL SURA** es definir para cada grupo de clientes, un esquema de atención y servicio diferencial acorde con sus necesidades y características, logrando generar barreras de salida que conduzcan a su fidelización.

La metodología se basa en la elección de variables de **Valor** y **Comportamiento** que permiten:

- Diferenciar a los clientes entre sí.
- Marcar pautas de inversión por tipo cliente que rentabilizan la operación.
- Plantear objetivos estratégicos con los clientes.

- Tener en cuenta variables cualitativas y cuantitativas importantes para el negocio

Índice de Valor: se mide el Nivel de tecnología, Certificaciones, Departamento encargado de riesgos Laborales, Responsabilidad social empresarial.

Índice de Comportamiento: se mide el promedio resultado técnico, tiempo de permanencia, índice de organización, estado de la cartera, porcentaje de registro de accidentes de trabajo por la página web de ARL SURA, porcentaje de uso página web de ARL SURA, cancelaciones de programaciones de tareas asignadas por los asesores, modificación del plan de trabajo por solicitud del cliente, compromiso con programas de reintegro laboral.



Figura 19. Gráfico de Matriz de Segmentación

Fuente: construcción de los consultores

Los parámetros del tipo de atención se definen de la siguiente manera:

- Especializada: ingresos año superiores a \$600.000.000, resultado técnico superior a 35%

- Específica: más de 150 trabajadores, ingresos superiores a \$24.000.0000
- Asistida Cgr: entre 50 y 150 trabajadores de todas las clases de riesgo, ingresos anuales entre \$1.800.001 y \$24.000.000
- Asistida en Línea: menos de 50 trabajadores de clase de Riesgo 4 y 5 (Riesgos muy altos, ejemplo: empresas del sector minero o construcción).
- Autogestión: menos de 50 trabajadores, Clase de Riesgo 1, 2 y 3, incluye independientes, Ingresos Anuales menores a \$1.800.000

Para el desarrollo de una ruta de soluciones ajustada al escenario actual de ARL SURA, se recomienda hacer un enfoque en los segmentos de atención (**Específica, Asistida CGR**) Y **Asistida en Línea**, puesto que, según esta investigación se puede establecer que son los segmentos más sensibles ante la falta de gestión y acompañamiento.

Para los segmentos de atención **Específica** y (**Asistida CGR**), la ruta de soluciones se orientará a las empresas con un número de afiliados menor a 200 empleados, pues son estas las empresas donde más se evidencia el proceso de acompañamiento.

En el segmento atención **Específica**, se observan un total de 1072 empresas, con una participación importante de los sectores de Comercio con 169 empresas, Construcción con 164 empresas, Servicios Generales con 130 y Químicos, Petroquímicos y Papel con 102 empresas.

Tabla 22. Participación segmento atención **Específica**

Categoría	(Varios elementos)
tipo de atención	ESPECIFICA
Dpto Correspondencia	ANTIOQUIA
Afiliados	(Varios elementos)
Etiquetas de fila	Cuenta de Afiliados
COMERCIO Y FINANCIERO	169
CONSTRUCCION	164
SERVICIOS GENERALES	130
QUIMICOS, PETROQUIMICOS, PAPEL, CAUCHO Y PLASTICO	102
MAQUINARIA, METALMECANICA, ELECTRODOMESTICOS Y EQU	87
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	68
TEXTILES Y CONFECCIONES	66
SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL	66
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	45
EDUCACION	32
HOTELES, RESTAURANTES, CAFES, CANTINAS Y BARES	32
AGRICULTURA, PESCA, CAZA Y SILVICULTURA	26
VIDRIO Y MINERALES NO METALICOS	21
MADERA, CUERO Y CALZADO	17
FLORICULTOR	12
AGUA, LUZ, ELECTRICIDAD, GAS, ALCANTARILLADO, RECI	9
TEMPORALES	8
MINERIA Y ACTIVIDADES EXTRACTIVAS	8
ADMINISTRACION PUBLICA	6
VIGILANCIA	4
Total general	1072

Fuente: construcción de los consultores

En el segmento **Asistida CGR**, se encuentran 1515 empresas para gestionar, se observa una participación importante del sector Comercio con 416 empresas, Servicios Generales 258 y Textiles y Confecciones con 167 empresas, Salud con 11 empresas y Químicos, Petroquímicos y Papel 108 empresas.

Tabla 23. Participación **Asistida CGR**

Categoría	(Varios elementos)
tipo de atención	ASISTIDA CGR
Dpto Correspondencia	ANTIOQUIA
Afiliados	(Varios elementos)
Etiquetas de fila	Cuenta de Afiliados
COMERCIO Y FINANCIERO	416
SERVICIOS GENERALES	258
TEXTILES Y CONFECCIONES	167
SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL	111
QUIMICOS, PETROQUIMICOS, PAPEL, CAUCHO Y PLASTICO	108
EDUCACION	83
MAQUINARIA, METALMECANICA, ELECTRODOMESTICOS Y EQU	74
CONSTRUCCION	72
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	51
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	42
AGRICULTURA, PESCA, CAZA Y SILVICULTURA	23
FLORICULTOR	23
HOTELES, RESTAURANTES, CAFES, CANTINAS Y BARES	21
ADMINISTRACION PUBLICA	21
MADERA, CUERO Y CALZADO	20
AGUA, LUZ, ELECTRICIDAD, GAS, ALCANTARILLADO, RECI	9
VIDRIO Y MINERALES NO METALICOS	7
MINERIA Y ACTIVIDADES EXTRACTIVAS	4
TEMPORALES	4
VIGILANCIA	1
Total general	1515

Fuente: construcción de los consultores

En cuanto al segmento **Asistida en Línea**, se observan 897 empresas con menos de 200 afiliados, con una concentración importante del sector Comercio con 173 empresas, Servicios Generales con 135 empresas, Textiles y Confección con 113 y por último Construcción con 86 empresas.

Tabla 24. Segmento **Asistida en Línea**

Categoría	(Varios elementos)
tipo de atención	ASISTIDA LÍNEA
Dpto Correspondencia	ANTIOQUIA
Afiliados	(Varios elementos)
Etiquetas de fila	Cuenta de Afiliados
COMERCIO Y FINANCIERO	173
SERVICIOS GENERALES	135
TEXTILES Y CONFECCIONES	113
CONSTRUCCION	86
MAQUINARIA, METALMECANICA, ELECTRODOMISTICOS Y EQU	79
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	39
EDUCACION	39
HOTELES, RESTAURANTES, CAFES, CANTINAS Y BARES	39
QUIMICOS, PETROQUIMICOS, PAPEL, CAUCHO Y PLASTICO	34
MINERIA Y ACTIVIDADES EXTRACTIVAS	33
SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL	31
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	26
MADERA, CUERO Y CALZADO	18
AGRICULTURA, PESCA, CAZA Y SILVICULTURA	15
FLORICULTOR	12
AGUA, LUZ, ELECTRICIDAD, GAS, ALCANTARILLADO, RECI	8
VIDRIO Y MINERALES NO METALICOS	7
TEMPORALES	6
ADMINISTRACION PUBLICA	4
Total general	897

Fuente: construcción de los consultores

8.1 Solución propuesta N° 1: Plan de Visitas

En los hallazgos de la encuesta y los grupos focales se puede evidenciar, que las empresas con menos de 200 afiliados a la **ARL SURA**, son las empresas que más expresan inconformidad por la falta de acompañamiento. Por ello, se hace necesario un plan de visitas a este tipo de empresas clasificadas en Asistencia **CGR**.

Es un plan que contempla por lo menos dos visitas al año, en donde se realizarán:

1. Diagnóstico situacional de la empresa
2. Construcción del Modelo de Salud y Seguridad en el Trabajo
3. Charla para empleados de los sectores:
 - a. Textil y Confección
 - b. Construcción
 - c. Maquinaria y Metalmecánica
 - d. Químicos y Petroquímicos

Puesto que, estos sectores en los grupos focales evidenciaron cierta indisciplina de los empleados a la hora de utilizar los elementos básicos de protección contra accidentes laborales, cuando realizan actividades relacionadas con su puesto de trabajo.

Este Plan de Visitas presupuesta la participación de tres profesionales de riesgos para que en un período de 4 meses se logre cubrir las 1072 empresas del segmento Atención Específico.

El objetivo del plan, es que cada profesional de riesgos pueda realizar una ruta de visitas de por lo menos 4 visitas diarias, durante 4 meses. De esta manera con tres profesionales se puede lograr el plan de visita.

El plan de visitas también contempla, el segmento Atención **CGR** lo conforman 1515 empresas seleccionadas. Se recomienda conformar un equipo de 4 asesores de riesgos, quienes deben responder por 5 visitas diarias; este equipo logrará evacuar las 1515 empresas en un tiempo no mayor a 4 meses.

8.2 Solución propuesta N° 2: Plan de Invitaciones “Vive con ARL SURA”

Es claro, que hacer una gestión profesional de visitas a las más de 890 empresas, del cuadrante Asistida En Línea, es complejo, además del tema presupuestal difícil concretar. Sin embargo, estas empresas se pueden definir, como las que más tienen una sensación de abandono por parte de la **ARL**. Así pues, para minimizar esta percepción, se propone un plan invitacional a lo largo de un año, una invitación consistente en el aprovechamiento de los salones de la **ARL SURA** en su sede regional, para llevar a cabo un plan de invitar a la empresas con 200 o menos afiliados, a una reunión de presentación, capacitación y actualización; esta invitación se podría llevar a cabo con grupos de 40 personas, en la medida de lo posible, pertenecientes a un mismo sector económico.

Un salón de la **ARL** cuenta con capacidad para 40 personas, si se realizan tres sesiones de dos horas cada una, durante la semana, se necesitarían 8 semanas para cubrir las 897 empresas del segmento Atención En Línea. Con un compromiso de hacer una nueva invitación en el segundo semestre del año.

El propósito es brindar a este tipo de empresas herramientas pedagógicas que mejoren sus procesos educativo. Se tendrán en cuenta acciones educativas que procuren un equilibrio en la formación integral, así como flexibilidad en los contenidos, sin descartar las necesidades específicas de cada sector económico.

Además de lo anterior, se debe brindar los principios básicos sobre la inmersión del cuidado en el entorno laboral, familiar y social. Este proceso educativo se convertirá en un ejercicio académico de construcción colectiva permitiendo la realimentación efectiva de todo el proceso. Así mismo, en este proceso de co-creación se generará nuevas ideas, prácticas y experiencias entre los grupos, promoviendo la cultura del cuidado.

Ésta es una estrategia que permite impulsar procesos centrados en las personas, que invitarán a los Contactos de Salud Ocupacional al diálogo y la reflexión de creencias y valores relacionados con el cuidado, a partir de los cuales se pueda re significar los conocimientos, de manera que se logren cambios en una nueva conciencia para prevenir, preservar, y conservar el bienestar, la vida y el trabajo con dignidad y éste trascienda a la familia. Estamos seguros que por este camino la empresa cliente sentirá en ARL SURA el aliado estratégico que espera.

Estamos convencidos que con estas propuestas las empresas clientes serán protagonistas del proceso educativo y tendrán una participación activa que propenda por el desarrollo de actividades de aprendizaje que mejoren sus procesos, así mismo, mejora la percepción y la satisfacción que tienen con respecto a **ARL SURA**.

Paralelamente, este trabajo de consultoría recomienda al área de Operaciones que identifique soluciones para actualizar y/o corroborar datos principales de los clientes del segmento **Pyme**. Al enviar la encuesta y la invitación de los Grupos Focales, observamos gran cantidad de correos electrónicos desactualizados. El área de Operaciones debe tener presente la importancia y el impacto de la información que tienen del cliente, así que deben garantizar que la información sea certera, pues cualquier dato equivocado impacta directamente en la comunicación de todas las áreas de la Compañía con sus clientes. (Ver anexo 2).

9. Presupuesto para la Ruta de Soluciones

Tabla 25. Presupuesto ruta de soluciones

	MES 1	MES 2	MES 3
COSTO SALON	0	0	0
COSTO REFRIGERIO	\$ 1.040.000	\$ 1.040.000	\$ 1.040.000
TOTAL	\$ 1.040.000	\$ 1.040.000	\$ 1.040.000
TOTAL PLAN VIVE	\$ 3.120.000		

PLAN VIVE EN EL AÑO	\$ 6.240.000
----------------------------	--------------

Fuente: construcción de los consultores

10. Costos de la Consultoría

Los costos de esta consultoría tienen la intención de generar un beneficio en el futuro de la organización:

Honorarios	Costo Hora\$ (Pesos colombianos)	Costo Total\$ (Pesos colombiano)
400 horas de trabajo de los responsables de la consultoría:		
Oscar Mauricio Flórez	132.500	53.000.000
Hernández y Luis Eduardo González Lotero		
TOTAL \$		53.000.000

Tabla 26. Presupuesto de la Consultoría

Fuente: construcción de los consultores

11. Conclusiones

11.1 Conclusiones de la Investigación:

La capacidad de entender el entorno económico, social y político hoy es un elemento diferenciador para las compañías que toman decisiones efectivas. Aún más, cuando los cambios se están presentando de manera acelerada y permanente. En este sentido, dar una mirada sobre este contexto debe ser una prioridad para **ARL SURA** con el fin de garantizar su sostenibilidad en el tiempo y que sea realmente una Compañía centrada en las necesidades de sus clientes.

Durante sus años de existencia **ARL SURA** ha sido el líder reconocido en el mercado, sin embargo se puede aceptar que hoy las condiciones de mercado, los clientes y la competencia han cambiado, y para mantener el liderazgo dependerá de la capacidad con que los directivos de la Organización, construyan relaciones de negocios sólidas, que respondan a las expectativas de todos los involucrados en el modelo de negocio: **ARL SURA**, Clientes, Intermediarios, Distribuidores, Proveedores, entre otros.

Mantener el liderazgo hoy ha llevado a que las Organizaciones cambien. De forma específica esta situación conlleva a que **ARL SURA** se enfoque en dos retos fundamentales que se concentran en “cuidar a los clientes”:

Fortalecer las relaciones de negocios con clientes actuales, basadas en procesos de crecimiento mutuo de mediano y largo plazo, es decir, pensar en la continuidad de la relación de negocios más allá del año, en donde las dos partes ganen: el cliente sea más productivo.

Obtener más clientes lo cual implica presentar propuestas de negocios que se diferencien de la competencia, con productos y servicios en los que el cliente reconozca y valore el aporte de

ARL SURA, para lo cual resulta de gran utilidad las referencias de clientes actuales, ese “voz a voz” es un gran aliado en términos de posicionamiento en el mercado y nuevos negocios.

11.2 Conclusiones de Trabajo de Grado:

Para comenzar se debe realizar un análisis interno que lo lleve a replantearse sus enfoques de pensamiento, hábitos y métodos en favor del desarrollo personal y profesional de todos sus colaboradores, lo anterior siempre enfocado en mejorar el modelo de atención hacia todos los clientes actuales sin importar su tamaño. Se recomienda realizar actividades formativas pensando en el momento actual de **ARL SURA**, tener muy claro y definido los retos que tienen por alcanzar. Crear estrategias que ayuden a construir paso a paso el futuro de la Organización.

Para asegurar el futuro del negocio es necesario entender qué se tiene que hacer hoy y en el corto plazo, de manera que se pueda contar con la preferencia de los clientes y ser conscientes de que las decisiones y la forma de hacer negocios hoy es lo que marcará la pauta de los negocios futuros. Pero entender qué se tiene que hacer hoy.

Así mismo, para una compañía de servicios como **ARL SURA** el contacto permanente con sus clientes es una herramienta fundamental para desarrollar relaciones cercanas que generen confianza, motiven el trabajo en equipo y garanticen la permanencia en el tiempo. Agregando a lo anterior, se debe tener una mirada especial al segmento **Pyme**, puesto que, depender de las grandes Organizaciones podría resultar una decisión con un nivel de riesgo a tener en cuenta.

Adicionalmente, es por esto que en la estrategia de atención, el relacionamiento juega un papel protagónico junto a un plan de trabajo coherente para lograr que sus clientes estén satisfechos. Se recomienda enviar comunicaciones constantes a todos los clientes sobre Salud y Seguridad en el Trabajo, es importante que estas comunicaciones sean dirigidas a todos los clientes, no sólo a las empresas más grandes. Así mismo, crear un plan de visitas a todas las

empresas afiliadas por parte de los asesores de SURA. Y, finalmente realizar eventos masivos, presenciales y virtuales donde los afiliados encuentren información relevante de la Salud Ocupacional.

La misión de ARL **SURA** es “generar tranquilidad y seguridad para los empleadores, bienestar para los trabajadores y sus familias y sostenibilidad para las empresas y el país”, en ese orden de ideas, debe centrarse en sus objetivos, y ser el aliado estratégico que sus clientes esperan, en especial del segmento **Pyme**. Lo anterior lo lograrán a través de capacitaciones contantes en procesos educativos enmarcados en la Seguridad y Salud en el Trabajo.

Precisamente para lograr ese modelo ideal, las políticas de ARL **SURA** se deben sustentar en ampliar su número de asesores y en capacitar sus colaboradores actuales en torno a un mejor servicio. Así mismo, estos se deben enfocar en desarrollar capacidades que promuevan la Cultura del Cuidado en todas las organizaciones clientes. Por esta razón, se deben generar acciones que se consoliden por medio de procesos educativos que contribuyan al desarrollo de competencias generales y específicas en los clientes.

De ahí que, la potencialización de los conocimientos y la aplicación de estos en los procesos de las empresas clientes, harán mejorar el nivel de satisfacción y la percepción que tienen los clientes sobre **ARL SURA**. Atender todas sus empresas y fomentar la Cultura del Cuidado a través de la intervención de comportamientos individuales y colectivos será una estrategia gana-gana, ya que las empresas clientes sentirán ese aliado estratégico que le ayudará a disminuir su accidentalidad, sus días de ausentismo y a mejorar su productividad. Y, **ARL SURA** mejorará su percepción entre sus empresas clientes, conseguirá un modelo de atención deseado y disminuirá sus pagos en cuanto a eventos por accidentes laborales, siendo así, más eficientes y eficaces.

El área de mercadeo debe realizar estrategias de endomarketing que socialicen el nuevo un nuevo modelo de atención propuesto en este trabajo de grado y hacerlo posible planeando escenarios ideales. Así mismo, también sabrá prepararse anticipadamente para ejecutar acciones orientadas a cumplir las metas y los objetivos de la organización, concibiendo el futuro de la misma como un constructor y no como un destino. Debe identificar estrategias en el modelo de atención que produzcan mayores beneficios y establecer metodologías en sus procesos que los llevará a ser más posicionados frente al mercado, es decir, debe analizar mejor el entorno de la organización para moverse inteligentemente, con sentido. El área de mercadeo de **ARL SURA** deberá privilegiar la efectividad sobre la eficiencia, orientándose a fines no a medios, y así, estructurar y ejecutar planes o programas en contextos lo más reales posibles para todas las empresas afiliadas.

Referencias

ARL SURA. (2014). Recuperado de:

<http://www.suranet.com/>

BERMUDEZ (2012) *La consultoría de empresas en perspectiva. Revista Universidad EAFIT*,
Recuperado de:

<http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/1215>

COLMENARES & SAAVEDRA (2007). Recuperado de:

<http://dialnet.unirioja-.es/servlet/articulo?codigo=2934571>

DICK, A.S & BASU, K. (1994). *Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. Journal of the Academy of Marketing Science. 22 (2), pp.99-113.*

FUNDACION MAPFRE. (2014). Recuperado de:

http://www.mapfre.com/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10818

46

HENNIG-THURAU, THORSTEN, HANSEN, URSULA. *Relationship Marketing: gaining competitive advantage through customer satisfaction and customer retention*. Berlin: Springer, 2000, 459p.

KIM Y CHA, (2002). *Parametric design of a part with free-form surfaces*. SCIENCE A.

Recuperado de:

<http://www.springerlink.com/index/R1801550TN844561.pdf>

KOTLER. (1997).

Estrategia Competitiva: Técnicas para analizar Industrias y Competidores. Buenos Aires.

LAMBIN, (2003). *Marketing Estratégico*. ESIC, Madrid.

ROJAS, OJEDA, SUAREZ, CASTILLO, (1984). *Gestion Tecnológica: un modelo de desarrollo organizacional*.

Recuperado de:

<http://www.revistaciaespacios.com/a84b04n01/84040120.html>

GAMBOA, NOVELO. (2012). *Diagnostico Organizacional y plan de acciones de mejora de responsabilidad social*.

Recuperado de:

http://www.igs.org.mx/sites/default/files/TG2012_IGS_2012_EGR_1.PDF

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (2005). *Guía II Estrategia Un enfoque estratégico para la administración de las organizaciones de empleadores*.

Recuperado de:

http://www.ilo.org/public/english/dialogue/actemp/downloads/projects/eos/guide2_sp.pdf

REVISTA MERCADOTECNIA GLOBAL.

Recuperado de:

http://www.mktglobal.iteso.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=407&Itemid=125#m3

TROUT Y RIES. (1990). *Posicionamiento*. McGraw-Hill.

YOUNG & DENIZE. (1995). *A concept of commitment: alternative views of relational continuity in business service relationships*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 10 (5), 22-37.

AYALA Y ARIAS, (1998).

Recuperado de:

<http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>

PEYROT, COOPER Y SCHNAPF, (1993). *Consumer satisfaction and perceived quality of outpatient health service*. *Journal of Health Care Marketing* 1993 Winter; 24-33.

WOODSIDE, FREY Y DALY, (1989). *Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention*”, *Journal of Health Care Marketing*, vol. 9, núm. 4, pp. 5-17.

REICHHELD, (1993) REICHHELD, F.F. (1996). *Learning from Customer Defections» Harvard Business Review*, pp., 56-69

MOORMAN, ZALTMAN Y DESHPANDÉ, (1992). *Realtionship between Providers and users of market research*.

PALMER Y BEJOU, (1994). *Buyer-Seller relationship: A conceptual model and empirical investigation*", *Journal of Marketing Management*, vol. 10, pp. 495-512.

GRÖNROOS, (1994). *From Marketing Mix to Relationship Marketing: towards a paradigm shift in marketing*", *Management Decision*, vol. 32, n° 12, pp. 4-20.

SHETH Y PARVATIYAR, (1994). *Relationship Marketing in Consumer Markets: Antecedents and Consequences*", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23 pp 255 – 271

MORGAN Y HUNT, (1994). *The Commitment-Trust Theory of relationship Marketing*", *Journal of Marketing*, vol. 58, p. 22

REINARES Y PONZOA, (2004). *Evaluation of Cost per Contact and Cost per Response in Interactive and Direct Media Planning*" *Direct Marketing: An International Journal*, vol. 2, núm. 3, pp. 159-173.

SHETH, (1996). *Organizational buying behavior: past performance and future expectations*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 11(3/4), 7-24.

MUNUERA Y RODRÍGUEZ, (2006). *Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de Dirección*. Mc. Graw Hill. España.

NEIL RACKHAM, SPIN SELLING, (1988). *Selling Fieldbook*, McGraw-Hill, Nueva York

Anexos

Anexo A. Modelo de Invitación Grupos Focales



En ARL Sura creemos que: "Cuidar y cuidarnos son una de las manifestaciones más avanzadas de nuestra madurez y compromiso con la vida.

Mientras más y mejor actuemos en este sentido, mejor viviremos.

ARL SURA tiene el agrado de invitarle a participar en un Grupo Focal:

Fecha: **miércoles, 28 de enero**
 Horario: **10:00 a.m. a 12:00 a.m.**
 Lugar: **Cr 52 # 14 – 30 Centro Empresarial Olaya Herrera
 Piso 3 Etapa 1, Auditorio ARL SURA**

Favor confirmar su asistencia en el mail: legonzalezl@sura.com.co

CUPOS LIMITADOS

En este espacio escucharemos percepciones de nuestros clientes..

ARL | SURA 

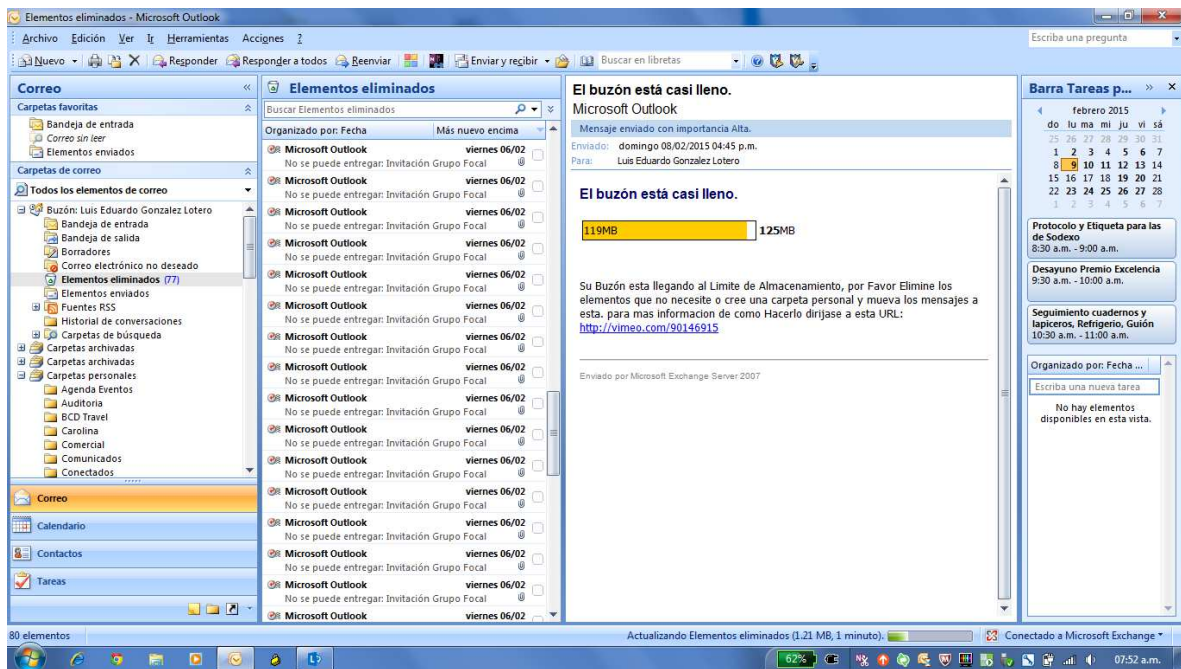
Suramericana nunca enviará a su correo electrónico enlaces que lo lleven a operaciones en nuestra página web o a sitios que requieran el uso de su clave.

Por su seguridad, para ingresar a www.arsura.com digite la dirección en una nueva página de su navegador.

Acompáñenos en la labor de cuidar la seguridad de su información.

Si no deseas continuar recibiendo esta información, haz clic en el siguiente [link](#) para cancelar tu suscripción.

Anexo B. Pantallazo Mails de clientes desactualizados



Anexo C. Carta permiso trabajo de Grado



Medellín, agosto de 2013

Señores:
INSTITUCIÓN EDUCATIVA ESUMER

Reciban un cordial saludo en nombre de ARL SURA. Nos complace informarle que el Área de Mercadeo de ARL Sura Regional Antioquia y Eje Cafetero autoriza a los siguientes estudiantes a realizar su trabajo de Consultoría para el programa de la Maestría de Mercadeo en la Institución Educativa ESUMER:

- Oscar Mauricio Flórez Hernández cc: 71758138
- Luis Eduardo González Lotero cc: 1037572861

Título del trabajo: Investigación de mercados para conocer las expectativas de las empresas clientes sobre la marca ARL Sura.

Ahora bien, como se los hemos manifestado a Luis Eduardo, este trabajo sólo debe ser con fines académicos, por lo tanto no puede ser publicado por parte de la Institución Educativa ESUMER. Así mismo, dicha consultoría será de tipo colaborativo y no representará ningún costo para nuestra organización.

Queremos expresar en nombre de todo el equipo de ARL SURA nuestra gratitud, al igual que nuestro sentimiento de satisfacción por el trabajo que conjuntamente vamos a realizar y que estamos seguros será de gran utilidad para nuestra Organización.

En ARL Sura acompañamos a los estudiantes para que el bienestar vaya siempre de la mano de los buenos resultados.

Juntos vamos más allá...

CAROLINA GONZÁLEZ AGUDELO
Directora de Mercadeo

Anexo D. empresas Desafiliadas 2013

2013 - Fuente Desafiliadas					
Fecha Salida Cobertura	Nit Empresa	Nombre Comercial Nombre Legal	Motivo Real Desafiliación	Numero de Trabajadores	Aportes Anualizados
28/02/2013	N800090833	MUNICIPIO DE VITERBO	- NO HAY PRESENCIA DE LA ARP	44	1,811,333
28/02/2013	N891900361	ESE HOSPITAL SAGRADA FAMILIA TORO	EN REUNIÓN DEL 27 DE DICIEMBRE DE 2012 QUE NOS INVITARON A OFERTAR ARP'S, INFORMARON QUE SE QUERÍAN TRASLADAR POR LA FALTA DE ACOMPAÑAMIENTO Y PRESENCIA, ERA UNA EMPRESA ATENDIDA TODO EL TIEMPO POR CGR Y EN EL SEGUNDO SEMESTRE LA PASAMOS A PPR Y SÓLO SE ALCANZÓ A REALIZAR UNA VISITA POR PARTE DE LA ENFERMERA DISTRIBUIDORA.	27	13,015,527
28/02/2013	N890001605	HOSPITAL SAN ROQUE DE CORDOBA E.S.E	LA EMPRESA AFILIO EL PERSONAL DE CONTRATO A UNA EMPRESA TEMPORAL LLAMADA TEMPORALMENTE Y ESTA CON ARL COLMENA Y CON ELLOS SE TENÍAN LA MAYORÍA DEL PERSONAL. POR UNA DECISIÓN ADMINISTRATIVA DECIDIERON UNIFICAR LA ARL	20	2,111,444
28/02/2013	N890980949	E.S.E. HOSPITAL SANTA MARGARITA		0	0
28/02/2013	N890980949	E.S.E. HOSPITAL SANTA MARGARITA	CAMBIO DE GERENCIA SECTOR PUBLICO NO FUE POSIBLE QUE NOS DIERAN CITA. LA SUBGERENTE MENCIONA "CUOTA POLITICA"	40	15,177,503
31/03/2013	N10246833	RECURSOS Y SOLUCIONES ARQUITECTONICAS	IRELACIONES COMERCIALES	25	3,806,216
31/03/2013	N800000118	E.S.E HOSPITAL DEPTAL UNIVERSITARIO SAN JUAN DE DIOS	SOLICITARON CUADRO COMPARATIVO ENTRE COLMENA, POSITIVA Y SURA, EL LUNES 11 DECIDIERON QUE CONTINUABAN CON SURA A LAS 8A.M, A LAS 11A.M QUE CON POSITIVA, AYER LES LLEGÓ CONTRALORÍA Y QUE PARARAN	744	71,517,339

			EL TRASLADO POR UNOS PECADITOS QUE TIENEN (CHISMES QUE NOS HAN LLEGADO DE UNA ASESORA DE CGR QUE APOYA EL HOSPITAL) Y ME ACABAN DE ESCRIBIR UN CHAT DICHIENDO QUE LE DIERON ORDEN A LA DE S.O. QUE PARARA EL PROCESO DE AFILIACIÓN CON POSITIVA QUE CONTINUABAN CON SURA Y EL MINISTERIO LOS VISITARÁ AHORA A LAS 2P.M.,PERO NO HAN ENVIADO CARTA DE RETRACTACIÓN.		
31/03/2013	N816001519	DECORARCO PERSIANAS HORIZONTE S.A	SE HABLA CON LA JEFE DE GH DIANA Y NOS INFORMA QUE ELLA ES NUEVA, PERO QUE SEGÚN LE COMENTARON LA DECISION FUE ADMTVA Y PORQUE NO HUBO ACOMPAÑAMIENTO	52	5,353,233
31/03/2013	N816005289	COLEGIO BETHLEMITAS	SE VISITÓ EL COLEGIO EL 18 FEB/2013, SE HABLÓ CON LA RECTORA Y NOS EXPESÓ QUE NUNCA RECIBIÓ ACOMPAÑAMIENTO POR PARTE DE ARP, SÓLO UNA PERSONA NOS CAPACITÓ Y FUE MUY MALA Y CUANDO INDAGAMOS EL NOMBRE O SORPRESA FUE UN ASESOR DE EPS QUIEN DICTÓ UNA CAPACITACIÓN DE MANEJO DE STRESS, SIN AUTORIZACIÓN.	40	1,677,217
31/03/2013	N890984813	CORPORACION ACADEMIA SUPERIOR DE ARTES	NO ES CLARO EL MOTIVO, LA CARTA LA DECISIÓN DE DESAFILIACION LA TOMO UNA PERSONA QUE RENUNCIO, AL PARECER LE OFRECIERON MAYOR ACOMPAÑAMIENTO PERO LA PERSONA QUE ESTA AHORA QUIERE SEGURIA CON ARP SURA	27	977,817
31/03/2013	N816005003	ESE SALUD PEREIRA	LA GTE ARL SURA VISITÓ AL GERENTE EL 6 DE MARZO Y LE INFORMÓ QUE SE TRASLADABAN POR UN TEMA COMERCIAL CON POSITIVA PARA ATENCIÓN DE USUARIOS EN LAS INSTALACIONES DE LA ESE Y EL USO DEL LABORATORIO PARA TOMA DE MUESTRAS, SE LE EXPUSO QUE ELLOS NO IBAN A DEJAR DE HACER NEGOCIOS QUE CONSIDERARA LA RETRACTACIÓN QUE LOS PERJUDICADOS ERAN LOS	489	145,265,843

			TRABAJADORES DE LA ESE DONDE IBAN MUY AVANZADOS Y TRABAJANDO MUY BIEN EN S.O. Y SE QUEDÓ EN SILENCIO, LO LLAMARÉ LA SEMANA DEL 18 AL 22 DE MARZO. FUE UNA DECISIÓN GERENCIAL POR UNA NEGOCIACIÓN DE LA ARL POSITIVA CON ELLOS, YA QUE LA ESE SALUD PEREIRA, TIENE LABORATORIO DE TERCER NIVEL Y ACORDARON TODAS LAS ATENCIÓN DE POSITIVA POR ALLÍ, IGUALMENTE EL TEMA ES MUY POLÍTICO.		
31/03/2013	N900216563	AB JURIS LTDA		0	16,250
31/03/2013	N70548727	FABRICAJAS	SE HABLÓ CON LA ADMINSTRATIVA E INFORMÓ QUE NO LES ATENDIMOS BIEN UN AT EN EL 2012, LE SOLICITÉ LOS DATOS Y ME DIJO QUE LA LLAMARA DESPÚES QUE ESTABA MUY OCUPADA Y NO HA SIDO POSIBLE LA COMUNICACIÓN. SE HABLÓ CON LA ADMINSTRATIVA E INFORMÓ QUE SE IBAN POR LA MALA ATENCIÓN DE UN AT EN EL 2012 LE SOLICITÉ LOS DATOS PARA REALIZARLE RASTREABILIDAD Y DIJO QUE LA LLAMARA DESPÚES QUE ESTABA MUY OCUPADA.	22	1,950,622
31/03/2013	N10231318	GONZALEZ PEÑA CLAUDIO	CERFICACION POR TRABAJO EN ALTURA	123	24,122,035
31/03/2013	C15459233	GIOVANNY ESCOBAR ARIAS	E HABLA CON LA SRA. IVONNE MOSQUERA (AUX. ADMON) QUIEN INDICA QUE ELLA NO SOLICITO DESAFILIACIÓN SINO CAMBIO DE NOMBRE RAZÓN SOCIAL, CON EL MISMO NIT. SE VERIFICA EN DIOGENES Y LA EMPRES SE ENCUENTA EN COBERTURA 27-06-2013	6	28,015
31/03/2013	N890980964	MUNICIPIO DE YALI	EN LA PRIMERA SEMANA DE FEBRERO EL MUNICIPIO FUE VISITADO POR LA ASESORA INTEGRAL, Y EN DICHA VISITA LE COMUNICARON LA DECISIÓN DE RETIRARSE DE LA ARP, LA RAZON QUE EXPONEN ES FALTA DE VISATA Y SE LES EVIDENCIÓ LAS TRES RECIENTES VISITAS, LA FALTA DE SEÑALIZACIÓN Y TAMBIEN SE LES EVIDENCIÓ LA ENTREGA, FINALMENTE NO RECONOCIERON Y ADMITEN QUE	9	2,286,158

			SE QUISIERON IR A POSITIVA.		
31/03/2013	N891900414	E.S.E HOSPITAL SANTA ANA BOLIVAR VALLE	LOS HOSPITALES QUE SE DESAFILIARON ENTRE FEBREO Y MARZO FUE POR MANEJO POLÍTICO Y ORDEN DE LA GOBERNADORA DEL QUINDIÓ, SE VISITARON Y NINGUNO FUE POR MAL SERVICIO, SÓLO UNO EL DE TORO, QUE VAN A MIRAR Y SI NO REGRESAN EN UN AÑO.	46	8,161,698
31/03/2013	N800006854	MARCA ZETA S.A.S	LA EMPRESA FUE VISITADA POR MINISTERIO Y SOLICITÓ ACOMPAÑAMIENTO DEL PROFESIONAL . NO TUVO RESPUESTA Y A TRAVES DE WEP GROUP COMO CORREDOR RECIBIO ASESORIA. DICE QUE SOLO RECIBIÓ DOS CAPACITACIONES EN 2012 Y SOLO RECIBIÓ TRES VISITAS DEL PROFESIONAL. SOLO NOS LIMITAMOS A ENTREGAR FORMATOS	113	4,927,758
31/03/2013	N10281160	MARCO AURELIO RAMIREZ LOPEZ	COLPATRIA OFRECE MAYOR ACOMPAÑAMIENTO	12	315,683
31/03/2013	N890003017	CONTRALORIA GENERAL DEPARTAMENTO DEL QUINDIO	SE VISITÓ EL CONTRALOR EL 7 DE MARZO, REALIZÓ VOTACIÓN ENTRE COLPATRIA, POSITIVA Y SURA A DEDO Y GANÓ POSITIVA, NO SE SENTÍAN ACOMPAÑADOS POR SURA PORQUE NO NOS PREOCUPAMOS POR LA LABOR DEL SERVIDOR PÚBLICO.	34	1,893,125
31/03/2013	N900016343	CENTRO COMERCIAL PORTAL DEL QUINDIO	SE VISITÓ LA GTE DEL CENTRO CCIAL EL 5 DE MARZO Y LA PERSONA DE S.O. INFORMÓ QUE DESDE HACE DOS AÑOS QUE ÉL ESTÁ ALLÁ NO CONOCE LAS PERSONAS DE SURA, QUE SE VAN PARA POSITIVA PORQUE MANEJA MEJOR LAS PYMES., POSIBILIDAD DE RETRACTACIÓN NINGUNA	20	1,103,917
31/03/2013	C18496519	ANDRES LONDOÑO RAMIREZ	SE HABLA CON LA DIRECTORA ADMTVA Y NOS EXPRESA QUE SOMO MUY AVANZADAS EN TECNOLOGÍA Y TODO SE HACE POR INTERNET, SITUACIÓN QUE PARA ELLA ES MUY BUENO,PERO PARA LOS TRABAJADORES DE LAS GRANJAS QUE SON ANALFABETAS NO ENTIENDEN NADA Y ES MUY DIFICL	32	1,404,714

			SACARLOS A CAPACITACIONES.		
31/03/2013	C24569737	ZULMA RAMIREZ DE LONDONO	SE HABLA CON LA DIRECTORA ADMTVA Y NOS EXPRESA QUE SOMO MUY AVANZADAS EN TECNOLOGÍA Y TODO SE HACE POR INTERNET, SITUACIÓN QUE PARA ELLA ES MUY BUENO,PERO PARA LOS TRABAJADORES DE LAS GRANJAS QUE SON ANALFABETAS NO ENTIENDEN NADA Y ES MUY DIFICL SACARLOS A CAPACITACIONES.	36	1,834,766
31/03/2013	C4397794	JUAN ALBERTO LONDONO A.	SE HABLA CON LA DIRECTORA ADMTVA Y NOS EXPRESA QUE SOMO MUY AVANZADAS EN TECNOLOGÍA Y TODO SE HACE POR INTERNET, SITUACIÓN QUE PARA ELLA ES MUY BUENO,PERO PARA LOS TRABAJADORES DE LAS GRANJAS QUE SON ANALFABETAS NO ENTIENDEN NADA Y ES MUY DIFICL SACARLOS A CAPACITACIONES.	34	1,697,349
31/03/2013	N800237043	TREBOL SOFTWARE S.A.	EMPRESA QUE YA HACE PARTE DE OTRO GRUPO ECONOMICO CUYA OFICINA PRINCIPAL ESTA EN BOGOTA LA CUAL ES AXEDE, Y YA TAMBIEN PASO CARTA DE DESAFILIACIÓN, EMPRESA AL PASAR A SER PARTE DE AXEDE PASO TODOS LOS TRABAJADORES, Y A LA FECHA DE LA CARTA YA SOLO TENIA 8 TRABAJADORES	20	1,110,417
31/03/2013	N890000448	HOSPITAL SAN VICENTE DE PAUL DEL MUNICIPIO DE GENO	SE HABLA CON EL GTE Y NOS INFORMA QUE DESDE EL AÑO PASADO HABÍA ADQUIRIDO UN COMPROMISO CON LA AMIGA DE ÉL DE COLMENA PARA TRASLADARSE ESTE AÑO, SÓLO ES POR RELACIONES COMERCIALES.	45	3,608,254
31/03/2013	N890918159	TINCOL LTDA.	ESTA EMPRESA ENTRO COMO MEJORAMIENTO PARA 2013, HA SIDO ATENDIDA VÍA TELEFÓNICA, AL RECIBIRLA EN CONJUNTO CON MD LABORAL Y TEO SE CITO LA EMPRESA EL 11/02/2013 A REUNIÓN DE ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO, EN NUESTRAS OFICINAS Y LA EMPRESA SE NEGÓ ASISTIR ADUCIENDO QUE	95	6,977,090

			NO TENDRÍAN PORQUE VENIR AQUÍ SINO ESPERARNOS ALLÁ. SE INVITO A CAPACITACIÓN "INVESTIGACIÓN DE AT" RESOLUCIÓN 1401 PARA EL 01/03/2013 DE 8:00 A 10:00 AM, ASISTIÓ UNA PERSONA, EL RESTO DE COMUNICACIÓN HA SIDO ENVIANDO INFORMACIÓN SOLICITADA POR ELLOS DE SEÑALIZACIÓN Y RESPUESTA A INVESTIGACIÓN DE AT, PENDIENTE ENVIAR CARTA CUMPLIMIENTO PLAN DE ACCIÓN DERIVADO DE UNA INVESTIGACIÓN.		
31/03/2013	N900108871	C.I PAULINAS S.A.S.	SE ENTRA EN CONTACTO CON LA SR.A LUISA ARISTIZABAL, QUIEN MANIFIESTA, INCONFORMIDAD, YA QUE SIEMPRE HAN PAGADO POR CLASE DE RIESGO Y NUNCA ARL SURA LE HABÍA ADVERTIDO SOBRE EL ERROR EN EL PAGO Y EL GERENTE DECIDIÓ IRSE A POSITIVA.	5	285,391
31/03/2013	N816001519	DECORARCO PERSIANAS HORIZONTE S.A	SE HABLA CON LA JEFE GESTION HUMANA QUE ES NUEVA DONDE INFORMA QUE SE RETIRAN PORQUE LA ARL NUNCA ESTUVO POR ALLA.	59	5,585,838
31/03/2013	N816008511	TECNISERVICIOS INGENIERIA S.A.S	EMPRESA REASIGNADA EN ESTE AÑO, LA PPR NUEVA LLAMÓ Y LE DIJERON QUE MUY ABANDONADOS DURANTE TODO EL TIEMPO DE AFILIACIÓN.	48	12,575,278
31/03/2013	N890000447	C.R.Q.	SÓLO NOS PRESENTAMOS COLMENA Y ARL SURA Y GANÓ COLMENA	332	32,088,009
31/03/2013	N890906388	PROCOPAL S.A.	LA EMPRESA LICITO LA ADECUACION Y MANTENIMIENTO DE UNA VIA EN EL NORDESTE DEL DPTO, EN EL PLIEGO DE CONDICIONES DE LA OBRA EL CONTRATANTE EN ESTE CASO EPM, LE SOLITABA AL CONTRATISTA CENTRO MEDICO, AMBULANCIA, EQUIPO MEDICO, EN FIN UN MONTAJE MUY GRANDE PARA UNA OBRA PEQUEÑA Y DE MUY BAJO CRECIMIENTO (30 AFILIADOS), ASI QUE PROCOPAL TOMO LA DECISION DE TRASLADAR ESTE REQUERIMIENTO DEL PLIEGO Y DECIDE SALIR AL MERCADO A BUSCAR PROPUESTA. AON	623	216,240,116

			REALIZA VALORACION DE LA OFERTAS Y EL CLIENTE TOMA LA DECISION DE TOMAR LA PROPUESTA DE COLPATRIA. ESTAS SON ALGUNAS DE LAS CONDICIONES QUE AON DEJO CONSIGNADAS EN EL SLIP: OFRECE POR LO MENOS EL PORCENTAJE DE REINVERSIÓN SOBRE LOS APORTES TOTALES SIN RESTRICCIONES PERMITE QUE AON REVISE LA FACTURACIÓN DE TODOS Y CADA UNO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS COMO PREVENCIÓN (PROYECTOS, PROFESIONALES, CAPACITACIONES, ASESORÍAS, TRASLADOS, ETC.)		
31/03/2013	N900189664	CLINICA DE CIRUGÍA PLÁSTICA DR. CÉSAR BOLAÑOS	CUANDO ESTUVIERON CON UN PPR FUIMOS MUY BIEN ATENDIDOS,LUEGO NOS CAMBIARON PARA OTRA PERSONA POR CGR Y BIEN Y DESPÚES NO NOS VOLVIERON A VISITAR.	6	741,186
31/03/2013	N900492489	CESMEDICAL S.A.S	EL NUMERO 7206916 EN PASTO ES ERRADO ME RESPONDEN DE UNA CASA DE FAMILIA Y MANIFIESTAN NO CONOCER EL NUMERO DE CESMEDICAL S A S, PORQUE ESA ES UNA INSTALACIÓN DE USO RESIDENCIAL	1	109,729
30/04/2013	N830509848	CONFORT Y TEXTURA S.A.S	EL CONTACTO ALEJANDRO DUQUE MANIFIESTA QUE EL MOTIVO DE LA DESAFILIACIÓN DE LA EMPRESA ES POR QUE LA NUEVA ARL LES OFRECE MAS BENEFICIOS COMO VACUNACIÓN, ASESORÍA PERSONALIZADA Y OTRAS ACTIVIDADES QUE NO MENCIONO, TIENEN UN ASESOR EXTERNO EL CUAL TRABAJA CON ESTA ARL QUE ES MAPFRE Y SEGÚN EL CONTACTO ESTA PERSONA SE CONSIGUIÓ ESTOS BENEFICIOS; LO QUE MANIFESTÓ DE ARL SURA ES QUE SOLO NOS LIMITÁBAMOS A TRABAJAR EN LA PAGINA,	21	814,618
30/04/2013	N800154870	IGLESIA PRESBITERIANA CUMBERLAND	SE HABLA CON LA ENCARGADA E INFORMA QUE TODAS LAS IGLESIAS PRESBITERIANAS TIENEN UN SOLO NIT Y TODAS CON POSITIVAS, ERA MÁS FACIL QUE ELLOS SE TRASLADARAN	6	243,100

			POR SER SÓLO 7 PERSONAS Y ASÍ LO HICIERON NO FUE POR MAL SERVICIO , NI POR ALGO ESPECÍFICO DE ATENCIÓN.		
30/04/2013	N900080654	PRODUCTOS ALIMENTICIOS LAS CASERITAS S.	ASTRID RUA DE RECURSOS HUMANOS INFORMA QUE ES UNA DECISION ADMINISTRATIVA DESDE LA GERENCIA	87	6,947,082
30/04/2013	N800199879	COMERCIALIZADO RA LOS COLORES S.A.S.	COMPROMISO FINANCIERO CON COLPATRIA EMPRESA DE FABRICATO	171	15,578,550
30/04/2013	N830015764	HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON MEDELLIN	SE UNIFICAN A NIVEL NACIONAL TODA LA CADENA DE HOTELES	95	5,818,805
30/04/2013	N16233665	ESTACION DE SERVICIO EL CARMEN	- SE HABLÓ CON SIRLEY LA ASISTENTE GERENCIA E INFORMA QUE FENDIPETROLEOS HIZO UN CONVENIO CON COLPATRIA CON UNOS PROGRAMAS EN CADA CIUDAD DEL EJE CAFETERO Y NO SE TIENEN QUE DESPLAZAR COMO LAS CAPACITACIONES DE SURA QUE SON EN PEREIRA SÓLO FUE POR ESO POR EL CONVENIO.	4	557,483
30/04/2013	N31402765	EDS EL LLANO - EDS GRAJALES	- SE HABLÓ CON DIANA LA ASISTENTE GERENCIA E INFORMA QUE FENDIPETROLEOS HIZO UN CONVENIO CON COLPATRIA CON UNOS PROGRAMAS EN CADA CIUDAD DEL EJE CAFETERO Y NO SE TIENEN QUE DESPLAZAR COMO LAS CAPACITACIONES DE SURA QUE SON EN PEREIRA SÓLO FUE POR ESO POR EL CONVENIO.	19	2,299,288
30/04/2013	N800182800	DROMAYOR PEREIRA S.A.S.	SE VISITÓ A LA DCTRA ADMTVA EL VIERNES 13 DE ABRIL Y NOS INFORMA QUE FUE UNA DECISION DE BOGOTA POR FALTA DE ATENCIÓN EN ALGUNAS SEDES, ELLA EXPRESÓ SU INCONFORMIDAD A LA JEFE DE ELLA EN BOGOTÁ, QUE NO ESTABA DE ACUERDO CON EL TRASLADO QUE SÓLO TENÍA PALABRAS DE AGRADECIMIENTO A TODOS LOS DISTRIBUIDORES Y LA PPR MARIA AYDE POR TODO EL APOYO QUE LES DIMOS EN TODOS LOS AÑOS DE AFILIACION, QUE LA SEDE DE PEREIRA ERA LA MAS AVANZADA EN S.O. QUE EL RESTO DEL PAIS Y QUE DONDE A ELLA LE DIERON UNA ORDEN LA	105	10,693,464

			DEBE CUMPLIR.		
30/04/2013	N890912049	DROMAYOR MEDELLIN S.A.S.	SE UNIFICAN LAS EMPRESAS A NIVEL NACIONAL CON LA MISMA ARL	158	14,432,232
30/04/2013	N891410994	DROLICORES LTDA	SE VISITÓ A LA DCTRA ADMTVA EL VIERNES 13 DE ABRIL Y NOS INFORMA QUE FUE UNA DECISION DE BOGOTA POR FALTA DE ATENCIÓN EN ALGUNAS SEDES, ELLA EXPRESÓ SU INCONFORMIDAD A LA JEFE DE ELLA EN BOGOTÁ, QUE NO ESTABA DE ACUERDO CON EL TRASLADO QUE SÓLO TENÍA PALABRAS DE AGRADECIMIENTO A TODOS LOS DISTRIBUIDORES Y LA PPR MARIA AYDE POR TODO EL APOYO QUE LES DIMOS EN TODOS LOS AÑOS DE AFILIACION, QUE LA SEDE DE PEREIRA ERA LA MAS AVANZADA EN S.O. QUE EL RESTO DEL PAIS Y QUE DONDE A ELLA LE DIERON UNA ORDEN LA DEBE CUMPLIR.	34	2,321,018
30/04/2013	N891901079	ALCALDIA MUNICIPAL DE ALCALA	SE HABLA CON LA SRA AMANDA SECRETARIA DE GOBIERNO E INFORMA QUE EL AÑO PASADO FUERON 2 VECES Y NUNCA MÁS VOLVIERON QUE EL ASESOR ARGUMENTABA QUE SE REUNIÓ CON VARIAS PERSONAS Y QUE SI NO ASISTIAN A LAS CAPACITACIONES NO SE LES CUBRIRIA EL AT.	39	1,158,842
30/04/2013	N900217957	TRUVEL S.A.	SE HABLA CON MARCELA ADMINISTRATIVA Y DICE QUE LE OFRECIMOS EL CIELO Y LA TIERRA Y SÓLO EL AÑO PASADO FUE 3 VECES EL ASESOR Y ESTE AÑO SE ACABÓ EL POMER TRIMESTRE Y TODAVÍA NO HA IDO A NADIE	44	5,940,696
31/05/2013	N900431886	EMSERVACOL INMOBILIARIA S.A.S.	LA EMPRESA PERTENECE A LOS MISMOS DUEÑOS DE EMSERVACOL Y SEGURIDAD EL CASTILLO. ESTAS EMPRESAS SE HABÍAN RETIRADO EL AÑO PASADO A FINALES PERO EMSERVACOL INMOBILIARIA NO	29	1,602,790

			LLEVABA UN AÑO DE AFILIACIÓN. YA CUMPLIÓ EL AÑO Y LA TRASLADAN.		
31/05/2013	N816005962	GAS COMPRIMIDO DE COLOMBIA S.A E.S.P	SE HABLÓ CON LA AUX DE GERENCIA CAROLINA PEREZ, DONDE INFORMA QUE SE SOLICITÓ ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO PRESENCIAL Y NUNCA LO OBTUVIERON Y NUNCA LES DIJIMOS SOBRE LAS CAPACITACIONES.	3	664,842
31/05/2013	N900116872	TODO GAS RISARALDA S.A.	SE HABLÓ CON LA AUX DE GERENCIA CAROLINA PEREZ, DONDE INFORMA QUE SE SOLICITÓ ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO PRESENCIAL Y NUNCA LO OBTUVIERON Y NUNCA LES DIJIMOS SOBRE LAS CAPACITACIONES.	6	783,467
31/05/2013	N800036020	MORRIZ ASESORES DE SEGUROS LTDA	OFRECIMIENTO DE MAYOR ACOMPAÑAMIENTO	9	359,418
31/05/2013	N890800234	EDITORIAL LA PATRIA S.A.	LA GERENTE DE COLMENA ES AMIGO PERSONAL DEL GERENTE DE LA PATRIA Y ELLA LO PRESIONO QUE DECIDIO HACER EL CAMBIO LUEGO DE 10 AÑOS	186	21,332,796
31/05/2013	N811008495	PERFOTEC S.A.S.	DESDE OCTUBRE DE 2012, EL GRUPO BMC DIO L INSTRUCCIÓN DE TRSLADO A ARP COLPATRIA Y SE LOGRO RETRCTAR TAL DECISIÓN, PERO...HOY CON UNA PRESTAMO FINANCIERO DE POR MEDIO, LLEGÓ EL LINEAMIENTO CLARO DESDE LA PRESIDENCIA EL DR. RHIRLDO GRCIA DE UE SE HIIER EFECTIVO EL TRASLADO.	452	333,958,706
31/05/2013	N900238594	TECNI GAS C.G E.U	LES OFRECIERON CERTIFICACIONES DE TRABAJOS EN ALTURAS	44	12,980,411
31/05/2013	N18592616	EDS ARAUCARIAS	SE HABLA CON JULIETA Y NOS INFORMA QUE FENDIPETROLEOS REALIZÓ UNA ALIANZA CON COLPATRIA Y TODAS LAS EDS AGREMIADAS SE DEBN TRASLADAR, NO ES POR NADA MÁS.	6	546,312
31/05/2013	N836000386	IPS DE CARTAGO	DESAFILIADA SIN INFORMACION	45	15,744,746
31/05/2013	N890900741	ASFALTADORA COLOMBIA S.A.S.	A LA GERENCIA LE LLAMA LA ATENCION EL OFRECIMIENTO DE COLPATRIA CON RELACION A LA CERTIFICACION DE ALTURAS PARA LOS TRABAJADORES, ADEMAS DEL NUMERO DE HORAS PARA EL ACOMPAÑAMIENTO EN CAMPO (ASIGNACION DE	45	15,681,038

			RECURSO POR HORAS)		
31/05/2013	N816006464	SUAGRO INSUMOS AGRICOLAS S.A	SE HABLA CON LA CONTADORA CARMENZA E INFORMA QUE POSITIVA LES VA A HACER TODO EL PBL, LAS PAUSAS ACTIVAS, LES ASIGNARÁ UNA PERSONA PARA QUE LES HAGA TODO ESTO Y MEDICIONES DE MATERIAL PARTICULADO, PORQUE ALOXMAN FUE DOS VECES EN EL 2012 LES DEJÓ TAREAS Y COMO ELLOS NO SABEN DE S.O. Y NO VOLVIÓ, AHORA CONTRATARON NUEVAMENTE AL MISMO MÉDICO EN S.O. QUE LES HIZO EL PBL EL AÑO PASADO.	27	2,275,665
31/05/2013	N816000779	MUNOZ Y CIA LTDA ASESORES DE SEGUROS	SE VISITA AL GTE CARLOS EL 30 DE ABRIL Y ME INFORMA QUE SE IBA A DESAFILIAR PORQUE NO HABIA VUELTO A REALIZAR NEGOCIOS, SE ACUERDAN UNOS COMPROMISOS DE VISITAS Y CLIENTES.	4	75,508
31/05/2013	N900522333	OBELISCO GRUPO EMPRESARIAL	SE HABLA CON LA SRA LINA MARIA E INFORMA QUE SEGÚN LE INFORMÓ EL GTE DURANTE EL AÑO DE COBERTURA QUE NO ESTABA ELLA SE SOLICITABA ASESORÍA Y NO LA DABAN, QUE APENAS LELGÓ ELLA EMPEZÓ A LLAMARNOS Y LE DIMOS TODO EL ACOMPAÑAMIENTO, SIN EMBARGO EL GTE DECIDE EL CAMBIO Y TAMBIÉN EN FORMA CONFIDENCIAL, EL 30 DE MAYO DEFINEN SI LA COMPAÑÍA CONTINUA O CIERRA, QUE A HOY NO SABEN A CUÁL ARL SE TRASLADARÁN	15	1,918,430
31/05/2013	N800128984	MOVITIERRA CONSTRUCCIONES S.A	ES UNA EMPRESA QUE LLEVA MUCHOS AÑOS CON NOSOTROS (MOVITIERRA) Y LAS PERSONAS DE ADMNON CAMBIARON Y LLEGARON UNAS PERSONAS QUE TRABAJARON CON COLPATRIA Y SE DEJARON INFLUENCIAR, SE VISITÓ LA GTE EL 3 DE MAYO CON LA PPR PARA INDAGAR EL POR QUÉ Y EXPRESABAN ALGUNAS INCONFOMRIDADES PORQUE NO LES DABAMOS RUMBOTERAPIA, FALTA DE COMUNICACIÓN AL INTERIOR Y EL CONTACTO DE OBRA QUE	98	51,788,048

			VIENE DE COLPATRIA, NO LE HA PARECIDO NUESTRO CRONOGRAMA; NO TENÍAN CARNETS Y NO SABÍAN DE SERVICIOS EN LINEA, POR LO TANTO ESTA GTE QUE ES DE MOVITIERRA TOMA LA DECISION DE DESAFILIARSE PARA CONOCER OTRAS PROPUESTAS Y SI LE VA MAL VOLVERÍA EN UN AÑO, LOS CONSORCIOS QUE MANEJAN ELLOS NO SE PUEDEN DESAFILIAR PORQUE LLEVAN 3 MESES.		
31/05/2013	N800161633	CONSTRUCTORA LAS GALIAS S.A.		152	46,500,689
31/05/2013	N800210856	ASOCIACION COPROPIETARIOS DE LA URB	SE HABLA CON LA SRA HERIKA Y NOS INFORMA QUE LAS CAPACITACIONES PARA PLAN DE EMERGENCIAS DEL PDF ESTÁN MUY LEJANAS, LA PROXIMA ES PARA NOVIEMBRE Y REQUIEREN MÁS ACOMPAÑAMIENTO PARA OTRAS ASESORÍAS.	19	731,189
31/05/2013	N811008399	CENTRO MEDICO SANTA ROSA DE OSOS LTDA	CON EL JEFE DE GESTION HUMANA CARLOS MARIO ECHEVERRI, SE ENTRO EN CONTACTO Y COMUNICA QUE EL GERENTE JHON JAIME ALVAREZ, TOMO LA DECISIÓN AL TENER MAYOR OFRECIMIENTO CON COLMENA.	10	402,458
31/05/2013	N900233028	PROMOTORA FRANCISCANA S.A.	CONTRATO DEL GRUPO SERVING, YA RAZONES EN LOS CONTRATOS ANTERIORES	18	10,455,949
31/05/2013	N900253016	MD COLOMBIA S.A.	MAPFRE REALIZO UN OFRECIMIENTO DE ALTA INVERSION A LA EMPRESA A TRAVES DE WAY GROUP (RECURSOS, CERTIFICACIONES EN ALTURA, EXAMENES, ASESORIAS AMBIENTALES...), ADEMAS PROPONE ATENCION GRUPAL EN LA ZONA DE BURITICA, PUES MD COLOMBIA HACE EXPLORACION PARA LA EMPRESA CONTINENTAL GOLD, EMPRESA QUE ACTUALMENTE ESTA CON MAPFRE	204	293,237,692

31/05/2013	N900581709	CONSORCIO PARQUE TEMATICO 2050	ESTE CONSORCIO PERTENECE A UNA EMPRESA QUE LLEVABA MUCHOS AÑOS CON NOSOTROS (MOVITIERRA) Y LAS PERSONAS DE SIEMPRE CAMBIARON Y LLEGARON UNAS PERSONAS ADMITIVAS QUE TRABAJARON CON COLPATRIA Y SE DEJARON INFLUENCIAR, SE VISITÓ LA GTE EL 3 DE MAYO CON LA PPR PARA INDAGAR EL POR QUÉ Y EXPRESABAN ALGUNAS INCONFORMIDADES PORQUE NO LES DABAMOS RUMBOTERAPIA, FALTA DE COMUNICACIÓN AL INTERIOR Y EL CONTACTO DE OBRA QUE VIENE DE COLPATRIA, NO TENÍAN CARNETS Y NO SABÍAN DE SERVICIOS EN LINEA, POR LO TANTO ESTA GTE QUE ES DE MOVITIERRA TOMA LA DECISION DE DESAFILIARSE PARA CONOCER OTRAS PROPUESTAS Y SI LE VA MAL VOLVERÍA EN UN AÑO, LOS CONSORCIOS QUE MANEJAN ELLOS NO SE PUEDEN DESAFILIAR PORQUE LLEVAN 3 MESES.	90	1,015,248
31/05/2013	N811037236	TOCCI S.A.S.	COLMENA LES OFRECIO LOS EXAMENES MEDICOS DE ALTURA Y CERTIFICACION, ADEMAS DE RECURSO (NO FUE CLARO EN LA ASIGNACION DEL TIEMPO)	260	101,707,395
31/05/2013	N836000349	EMCARTAGO ESP	SE DEBÍA IR CADA MES A LA EMPRESA 4 HRS PARA REVISAR CASOS DE SALUD ARL DEMORADOS Y SÓLO SE FUE UNA VEZ Y PARA LA SIGUIENTE CITA EL MÉDICO LABORAL EXPRESÓ QUE TENÍA UNA CALAMIDAD DOMÉSTICA Y DESPÚES NO FUE POSIBLE CONTACTARLO. ANTES DE LA DESAFILIACIÓN LLEVABAN 3 MESES EN MORA.	337	56,652,118
31/05/2013	N891412332	CENTRO COMERCIAL Y CULTURAL DE PEREIRA FIDUCENTRO P.H.	DESAFILIADA SIN INFORMACION	24	1,324,951
31/05/2013	N900007066	CONSORCIO SUMPROGAS	SE HABLA CON LA ADMINISTRATIVA E INFORMA QUE ESTE AÑO LOS ENTES REGULADORES ESTÁN MUY PENDIENTES DEL CUMPLIMIENTO DE LAS ESD Y QUE ELLOS SON	6	983,451

			MUY CHIQUITOS PARA NOSOTROS NO LOS ACOMPAÑAMOS MUCHO PORQUE SIEMPRE DEBEN VENIR A CAPACITARSE AL PDF Y NO ALCANZAN A TODO EL PERSONAL, ENTONCES COMO PERTENECEN A FENDIPETROLEOS, SE HIZO UNA ALIANZA CON COLPATRIA Y DE PRONTO ALLÍ SI LOS PUEDEN AGREMIAR MEJOR.		
30/06/2013	N800161633	CONSTRUCTORA LAS GALIAS S.A.	POR SINIESTRALIDAD NO SE AFILIARON TRABAJADORES EN PEREIRA	156	46,700,235
30/06/2013	N890800235	EDITORIAL RENACIMIENTO LTDA.	DEL GRUPO EDITORIAL LA PATRIA	15	2,668,467
30/06/2013	N900140194	INVERSIONES INMOBILIARIAS DE CALDAS	DEL GRUPO EDITORIAL LA PATRIA	4	173,008
30/06/2013	N900261675	SMI	CERTIFICACION DE TRABAJOS EN ALTURA	30	999,445
30/06/2013	N890980153	TECNOLOGICO PASCUAL BRAVO	LA VICERECTORA ADMINISTRATIVA TIENE VINCULOS CON COLMENA, FUE QUIEN DESAFILIO DE ARL SURA HACE ALGUN TIEMPO TAMBIEN A LA FUNDACION UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA Y HA EJERCIDO INFLUENCIA SOBRE EL RECTOR PARA ESTA DECISION	4,29 1	148,115,712
30/06/2013	N75074065	CINTAS Y LUJOS MANIZALES	OFRECIMIENTO COMERCIAL EN ARL COLMENA	12	1,192,217
30/06/2013	N75077292	SERVIGAS CINTAS Y LUJOS	LE OFRECIERON MUCHAS COSAS QUE EL GERENTE CREYO QUE NO TENIA, ES DEL MISMO DUEÑO DE CINTAS Y LUJOS.	21	3,337,237
30/06/2013	N890940700	CARTOPLAS	LA EMPRESA TENIA ALTO RIESGO DE EP Y DE INCENDIO CON BAJO COMPROMISO GERENCIAL, SE DECIDE PASAR A EMPRESA EN MEJORAMIENTO POR LO CUAL REASIGNAMOS PROFESIONAL Y EL GERENTE EXPRESA QUE NO LE GUSTÓ LA FORMA EN QUE LE CAMBIAMOS EL PLAN DE TRABAJO Y LE EXIGIMOS INVERSIONES EN PREVENCIÓN. EL MISMO LLAMÓ A LIBERTY SU ANTERIOR ARL QUIEN CON PAUSAS ACTIVAS Y OTRAS ACTIVIDADES LO ASISTIA.	39	6,627,041
30/06/2013	N900554018	RENTAL EXCAVACIONES S.A.S.	OFRECIMIENTO DE CERTIFICACION DE TRABAJOS EN ALTURAS	14	5,248,161

30/06/2013	C70134897	REINALDO DE JESUS RESTREPO FRANCO	EMPRESA DE AFILIACIÓN DIRECTA. CONTRATISTA NO OBJETIVO POR SEGMENTACIÓN. SE LLAMA EN VARIAS OPORTUNIDADES (10 VECES) Y NO CONTESTAN	5	3,997,531
30/06/2013	N800139545	LASA S.A.	PARA ENTRAR EN CONTEXTO A LA EMPRESA EN DIAS PASADO SE LE PRESENTÓ POR PARTE DE NUESTRA ARL, LA IMPORTANTE DE RECLASIFICAR ADECUADAMENTE LOS CT EN PISTA, PUESTO QUE SU VERDADERA LABOR ES ACRGA Y DESCARA DE AERONAVES.....ACTIVIDAD CITADA POR EL DECRETO,CLASE DE RIESGO V CÓDIGO 5631001 MANIPULACION DE CARGA INCLUYE SOLAMENTE A EMPRESAS DEDICADAS A EL CARGUE Y/O DESCARGUE DE EMBARCACIONES, AEREOS, MARITIMAS Y/O FLUVIALES...AHORA LASA PERSONALEMNTENOS HACE ENTREGA DE LA DESAFILIACIÓN EXPLICANDO SER UNA DESICIÓN DE JUNTA Y QUE LA ARL LES VA A DAR MOVILIDAD EN LA CLASIFICACIÓN NDE REISGOS.	1,18 2	138,509,580
30/06/2013	N811043925	SERVIAPOYOS	LOS SOCIOS DE LA EMPRESA, QUIEREN REALIZAR UNOS CAMBIOS AL INTERIOR. A TRAVÉS DE UNA EMPRESA ASESORA DE BOGOTÁ, REALIZARON UN DIAGNÓSTICO INTERNO Y DENTRO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PROPUSIERON UN CAMBIO DE ARL A TRAVÉS DEL INTERMEDIARIO WAY GROUP.	889	64,859,618
30/06/2013	N900055281	1.TEG SEGURIDAD LTDA.	COLPATRIA REALIZÓ UN OFRECIMIENTO CON MENOR ORIENTACIÓN A GESTIÓN DE RIESGOS. COLPATRIA FUE INSISTENTE EN LLAMADAS Y VISITAS Y EL GERENTE ACEPTÓ EL CAMBIO.	148	29,667,313
30/06/2013	N900350381	SAN FERMIN TALABARTERIA S.A.S	19/07/2013, EL SEÑOR GABRIEL JAIME GOMEZ ES EL GERENTE Y CONTACTO INDICADO PARA ESTABLECER EL MOTIVO REAL DE DESAFILIACIÓN DE ARL SURA, LA SEÑORA GLORIA, MANIFIESTA NO CONOCER QUE PUDO CAUSAR	23	2,130,226

			LA SOLICITUD DE CAMBIAR DE ARL, EL SEÑOR GABRIEL NO ES POSIBLE CONTACTARLO		
30/06/2013	N800081739	PRODUCTOS VITELA S.A.	ARL COLPATRIA LE OFRECE MAYOR ACOMPAÑAMIENTO A DOMICILIO	36	9,123,490
30/06/2013	N891408248	CIAF	INFORMA LA SRA YESICA BARRIOS COOR DE BIENESTAR QUE EL MOTIVO DEL TRASLADO SE DEBIDO A QUE NO TUVIERON ACOMPAÑAMIENTO DE LA ARL PARA IMPLEMENTAR LOS PROGRAMAS DE SALUD OCUPACIONAL, QUE TODO DEBIA SE VIRTUAL. NO SUMINISTRA LA ARL A LA CUAL SE TRASLADO	19	539,392
30/06/2013	N900295792	INVERSIONES OPTICOS MERCURIO SAS	SE HABLA CON EL REP. LEGAL CESAR Y NOS INFORMA QUE EL INTERMEDIARIO RODRIGO GÓMEZ (SON MUY AMIGOS) LE DIJO QUE LE AYUDARA PASANDOSE PARA COLPATRIA QUE ERA LO MISMO Y ASÍ LO HIZO.	8	531,143
30/06/2013	N900420789	COMERCIALIZADORA RETRO-PARTS S.A.S	SE HABLA CON LA GTE LAURA RODRIGUEZ Y NOS EXPRESA QUE COLPATRIA OFRECE MEJOR ASESORÍA Y LES PONE UNA PERSONA TIEMPO COMPLETO PARA QUE LOS ACOMPAÑE Y LOS ASESORÉ,PASÉ 7 EMPRESAS PARA COLPATRIA UNAS EN MANIZALES Y OTRA EN PEREIRA. NO RECIBÍ ACOMPAÑAMIENTO POR PARTE DE USTEDES.	3	1,133,284
30/06/2013	N900463980	TALENTOS INTEGRALES S.A. S	SE VISITÓ EL MARTES 25 DE JUNIO A LA GERENTE CON LA PPR SE ESCUCHÓ TODAS SUS INQUIETUDES Y DESCONTENTOS, QUE ESTÁN ENFOCADOS EN EPS, SE LE HIZO UNA OBSERVACIÓN SOBRE LO QUE LE OFRECÍA COLPATRIA PARA QUE LES PREGUNTARA NUEVAMENTE Y HOY SE LLAMA NUEVAMENTE Y NOS RATIFICA QUE CONTINUA CON NOSOTROS.	332	25,104,152
30/06/2013	N800073145	EDS METROPOLITANA DE DOSQUEBRADAS	SE HABLA CON LA SRA. GLORIA CONTADORA E INFORMA QUE SE REALIZÓ UN CONVENIO CON FENDIPETROLEOS Y EL GERENTE DECIDIÓ ESTO, NUNCA TUVO PROBLEMAS CON LA ARL SURA SIEMPRE TUVO ACOMPAÑAMIENTO, LES VAN A	21	1,340,802

			DAR CAPACITACIONES SOBRE EL SECTOR COMBUSTIBLE, POR ELLA NO QUIERE TRASLADARSE, PERO ES ORDEN DEL GTE-DUEÑO.		
30/06/2013	N811022146	LABORATORIOS ATHOS S.A.S.	LA EMPRESA ERA ASISTIDA LINEA Y SE TRASLADA A COLMENA CON EXPECTATIVA DE ATENCIÓN PRESENCIAL	17	669,668
30/06/2013	N900205729	OPTIMA INGENIEROS S.A	INICIALMENTE FUE POR DESICION DE LA GERENTE Y AL AVERIGUAR PORQUE NO LO TENIAN CLARO Y SE RETRACTARON	29	8,218,975
30/06/2013	N900301520	PROMOTORA H Y R	NOS INFORMAN QUE NUNCA LOS VISITÓ NADIE PARA UNA ASESORIA, HEMOS SABIDO POR OTRAS EDS QUE SE DESAFILIARON QUE FUE POR UN CONVENIO CON FENDIPETROLEOS Y COLPATRIA QUE LES DICTARÁ CAPACITACIONES SOBRE EL SECTOR COMBUSTIBLE.	7	996,964
30/06/2013	N16634771	EST. SERV. SANTA LUCIA	SE HABLA CON DIOMAR Y NOS INFORMA QUE SE REALIZÓ UN CONVENIO CON FENDIPETROLEOS DONDE LES DAN CAPACITACIONES DEL SECTOR Y LOS AFILIADOS DEBEN TRASLADARSE, SÓLO SE TRASLADAN POR ESTO.	6	535,171
30/06/2013	N800246256	APARCADERO DEL CENTRO	DEL GRUPO DE EDITORIAL LA PATRIA S.A.	4	370,717
30/06/2013	N891500795	TEXCAUCA S.A.	LA EMPRESA NO CUENTA CON RESPONSABLE DE SALUD OCUPACIONAL, NO ERA POSIBLE COORDINAR PLAN DE TRABAJO, SIN COMPROMISO GERENCIAL. .AFIRMA QUE COLMENA LE ASIGNARA RECURSO PARA EL MANEJO DE LA SLAUD OCUPACIONAL DE LA EMPRESA	217	11,329,997
30/06/2013	N891901041	HOSPITAL LOCAL DE OBANDO VALLE	FALTA DE PRESENCIA Y ACOMPAÑAMIENTO DE LA ARL	22	6,509,258
30/06/2013	N891901101	HOSPITAL PIO XII E.S.E.	SE HABLA CON LA SRA. ROCIO OSPINA ENCARGADA DE S.O. Y EXPRESA QUE NUNCA LA VISITARON EN EL 2012 Y LO QUE VA CORRIDO DEL 2013, ANTES LOS VISITABA KAREN(ENFERMERA DISTRIBUIDORA) Y NUCA MÁS VOLVIÓ Y LAS POCAS VECES QUE VOLVIÓ ALOXMAN SÓLO NOS	20	5,661,314

			DECÍA QUE NO PODÍAMOS HACER REUNIONES DEL COPASO CADA DOS MESES QUE TENÍA QUE SER CADA MES, LA CITABA EN PEREIRA Y QUE ÉL NO PODÍA IR TANTO PORQUE ERAN MUY PEQUEÑOS, PORQUE LE SOLICITABA CAPACITACIONES AL COPASO Y A LOS AFILIADOS.		
30/06/2013	N900261283	ESPACIO GRAFICO COMUNICACIONES S.A.	MEJOR PROPUESTA COMERCIAL	32	3,031,668
31/07/2013	N18592847	DIEGO DE JESUS IDARRAGA MESA	SE HABLA CON EL SR IDARRAGA Y NOS INFORMA QUE LE SALIÓ UNA OBRA EN UNA ZONA DE NO COBERTURA, PERO QUE CUANDO TERMINE LA OBRA SE AFILIARÁ NUEVAMENTE PORQUE LE GUSTA MUCHO LA ARL SURA Y NUNCA TUVO PROBLEMAS, UN AMIGO LE ACONSEJÓ TRASLADARSE PARA POSITIVA POR TENER COBERTURA DONDE TIENE LA OBRA.	0	8,257,368
31/07/2013	N800063823	EMPRESA SANITARIA DEL QUINDIO S.A. E.S.P.	SE VISITÓ A LA SUBGERENTE CLAUDIA EL 13 DE JUNIO Y NOS INFORMA QUE LA GOBERNADORA DIO LA ORDEN DE LAS EMPRESAS QUE DEPENDEN DE LA GOBERNACIÓN DEBÍAN TRASLADARSE PARA COLMENA Y QUE ESTÁN QUE SACAN LA LICITACIÓN PARA QUE LA GOBERNACIÓN QUE ESTÁ CON ARL SURA TAMBIÉN SE TRASLADAR, VARIAS PERSONAS DE ARMENIA NOS HAN DICHO LO MISMO QUE DA ORDENES DE RETIRAR Y AFILIAR CONTRATOS ASÍ YA ESTÉN FIRMADOS.	164	20,648,791
31/07/2013	N811039459	CYPRES S.A.	EMPRESA CON MUY BAJO COMPROMISO PARA LA INTERVENCION DE LOS RIESGOS, HACE SOLO DOS MESES QUE LA EMPRESA CUENTA CON UN ASESOR EXTERNO POR HORAS EN S.O. LA EMPRESA NO HA MANIFESTADO NINGUN INTERES EN EL PAGO DE LAS NORTAS Y DE LOS RECOBROS POR ATENCION DE AT, APESSAR DE HABER SIDO INFORMADA DE MANERA PERMANENTE	78	10,404,629

31/07/2013	N900439334	SOCIEDAD C.A. CONSTRUCTORES S.A.S.	ESTA EMPRESA ES CONTRATISTA DEL CONSORCIO HELIOS EN LA RUTA DEL SOL. EN REUNION CON FRANCISCO E. CANO GERENTE Y ANDREA BAUTISTA COORDINADORA MANIFIESTA QUE LA GESTION DE ARL SURA EN BOGOTA HA SIDO DEPLORABLE, QUE SE SIENTEN MALTRATADOS, QUE NUESTROS ASESORES EN EL PROYECTO ASUMEN LA POSICION DE INTERVENTORES, QUE NO SIENTEN ACOMPAÑAMIENTO, QUE NO SIENTEN NUESTRA ASESORIA QUE POR EL CONTRARIO SIENTEN QUE LOS ATACAMOS Y LES HACEMOS REQUERIMIENTOS QUE EN OCASIONES SE SALEN DE TODO CONTEXTO. EL CLIENTE MENCIONA QUE COMO LAS COSAS SON ASI MAS BIEN DECIDE IRSE PARA COLPATRIA DONDE LE OFRECEN ACOMPAÑAMIENTO Y ASESORIA EN PARA LA GESTION DE LOS RIESGOS. MANIFIESTA QUE LA DIFERENCIA ENTRE ARL SURA MEDELLÍN Y BOGOTA ES MUY GRANDE, QUE OJALA PUDIERA QUEDARSE EN MEDELLÍN, ADEMAS MANIFIESTA QUE NO ENTIENDE POR QUE UNA COMPAÑA COMO ESTA CON LA CALIDAD QUE TIENIE, CUENTA CON ESE TIPO DE ASESORES	47	23,358,892
31/07/2013	N810006362	CENTRO COMERCIAL CABLE PLAZA	RELACIONES COMERCIALES COLMENA	44	1,879,093
31/07/2013	N900016470	MULTISEGUROS LATINOS LTDA.	19/07/2013, LA SEÑORA LILIANA RINCON, ASISTENTE DE GERENCIA Y CONTACTO EN SST DE LA EMPRESA, MANIFESTO Q LA DECISIÓN DE DESAFILIARSE FUE DIRECTAMENTE DEL SEÑOR JAVIER BERDUGO, GERENTE, PORQUE EL SOLICITÓ UNA VISITA PARA CAPACITACIÓN DE PERSONAL EN LA EMPRESA Y NO FUE POSIBLE LOGRARLO, POR ESO DECIDEN DESAFILIARSE Y CAMBIAR A COLPATRIA	18	528,681
31/07/2013	N900176990	ABC PUBLICIDAD	VINCULOS FAMILIARES	21	1,030,889
31/07/2013	N900285729	USHUAIA JEANS S.A.S	SIN CONTACTO - SE LLAMA EN VARIAS OPORTUNIDADES Y NO CONTESTAN	27	1,074,297

31/07/2013	N900294873	IC CONSTRUCTORES S.A.S.	EN REUNION CON MARIA FERNANDA ANGEL ASISTENTE ADMINISTRATIVA Y REPRESENTANTE DE LOS SOCIOS (2 CONTRATISTAS), MANIFIESTA QUE BOLIVAR A TRAVES DE W AY GROUP LE OFRECE LA CERTIFICACION Y EXAMANES PARA TRABAJOS EN ALTURA, EL OFRECIMIENTO CONSISTE EN QUE DEL 100% DEL COSTO, LA EMPRESA SOLO ASUME EL 30%, EL 70% RESTANTE SERA ASUMIDO POR EL INTERMEDIARIO (HOY NO TIENEN), ADICIONALMENTE LES OFRECEN RECURSO HUMANO PARA LA GESTION DE SISIO 192 H/AÑO (16 HORAS/MES). ES IMPORTANTE ADEMAS CONTEXTUALIZAR QUE ESTA EMPRESA ES CONTRATISTA DE ESTYMA CON LA CUAL TIENEN MUCHOS VINCULOS, ESTYMA LA ARL DE ESTA ES BOLIVAR, A SU VEZ ESTYMA ESTA CONSORCIADA CON MINCIVIL (EMPRESA DE CALI) EMPRESA QUE TIENEN COMO ARL A BOLIVAR	187	53,372,112
31/07/2013	N800100532	MUNICIPIO DE ANSERMANUEVO	FALTA DE ACOMPAÑAMIENTO Y ASESORIA DE LA ARL	66	3,580,450
31/07/2013	N900104138	PRODUCTOS OSMARKETING LTDA	SANDRA VALENCIA, ADMINISTRADORA DE LA EMPRESA MANIFIESTA QUE HEMOS TENIDO INCUMPLIMIENTOS Y QUE NO DEBEMOS COMPROMETERNOS CON COSAS QUE NO PODEMOS CUMPLIR	32	3,202,164
31/07/2013	N900261283	ESPACIO GRAFICO COMUNICACIONES S.A.		34	3,020,388
31/07/2013	N900482499	TICKET DESCUENTOS S.A.S	19/07/2013 EL SEÑOR MARIO ECHEVERRI INDICA QUE NO LES DIERON HERRAMIENTAS DE TRABAJO Y NO DIERON CAPACITACIONES Y NO TUVO APOYO EN EL TEMA DE SST, POR LO CUAL ESTABAN INSATIFECHOS.	29	1,624,747
31/07/2013	N10088989	ALMACEN GANEMAS	SE HABLA CON ANGELA LA ENCARGADA E INFORMA QUE COLPATRIA LES OFRECE UN RECURSO PARA QUE LES FIRME LAS INVESTIGACIONES Y ASÍ NO	12	659,712

			TIENEN QUE PAGAR POR FUERA Y PARA QUE LES MANEJE LA SALUD OCUPACIONAL, MAYORES OFRECIMIENTOS QUE USTEDES NO HACEN.		
30/04/2013	N800180120	FUNDACION MOI POUR TOI	SE HABLA CON LA ENCARGADA Y NOS EXPRESA QUE ESTE AÑO NO LA HAN ATENDIDO, SIN EMBARGO LA PPR QUE LOS ATIENDE NOS INFORMA QUE A FINALES DEL AÑO PASADO LA ENCARGADA LE INFORMÓ QUE YA NO TENÍAN EL APOYO ECONÓMICO DE SUIZA Y QUE ELLOS NO TENÍAN TIEMPO PARA TRABAJAR EN SALUD OCUPACIONAL QUE LO QUE LA ARL LES EXIGIERA NO LO IBAN A REALIZAR Y UNA DISTRIBUIDORA NOS PUSO EN SOBREAVISO QUE NOS ESTABAN REPORTANDO AL QUE NO ERAN AL, SE REvisa EL PYG Y NOS GENERA PERDIDAS.	65	2,668,486
31/07/2013	N890001639	GOBERNACION DEL QUINDIO	A HOY NO HEMOS RECIBIDO LA CARTA DE RETRACTACIÓN, LA ENVÍAN POR LA TARDE, PORQUE NO HAN HECHO LOS PLIEGOS PARA LA LICITACIÓN, SE IBAN PARA COLMENA POR UN MANEJO QUE LE ESTÁ DANDO LA GOBERNADORA A TODAS LAS EMPRESAS Y HOSPITALES QUE DEPENDEN DE LA GOBERNACIÓN COMO HA PASADO CON VARIAS DESAFILIACIONES DURANTE EL AÑO, FALTABA ESTA.	803	51,834,045
31/07/2013	N900381458	SUCESORES DE WILSON SUAREZ PARRA SAS	SE HABLA CON LA ADMINISTRADORA ADRIANA Y EXPRESA QUE NUNCA TUVIERON UN PLAN DE TRABAJO, NI VISITA POR PARTE DEL ASESOR, QUE SÓLO SE LIMITARON A PAGAR Y YA, SE VAN PARA POSITIVA.	48	1,952,224
31/08/2013	N900428400	AGREGADOS Y MEZCLAS SINIFANA S.A.S.	ESTA EMPRESA ES FILIAL DE GISAICO Y POR DECISION ADMINISTRATIVA TODOS LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS DE ESTA EMPRESA SERAN ASUMIDOS POR ESTA GISAICO (ESTA CON COLMENA, EN ALGUNA OPORTUNIDAD ESTAUVO CON ARL SURA Y SE DESAFILIO POR PROBLEMAS EN LA ATENCION Y COBERTURA DE UN TRABAJADOR)	11	3,954,058

31/08/2013	N811012366	HIERBAS Y PLANTAS TROPICALES S.A.S.	SE HABLA CON LA SEÑORA JENNY BETANCUR INDICA QUE DESCONOCE LOS MOTIVOS DEL TRASLADO POR QUE LA PERSONA QUE ESTÁ EN ESE CARGO ANTERIORMENTE YA NO LABORA EN LA EMPRESA	19	1,330,135
31/08/2013	N890001290	ASOCIACION CLUB CAMPESTRE DE ARMENIA	EL RP LEGAL NELSON RAMIREZ INFORMA QUE SE DESAFILIA POR UN CREDITO CON COLPATRIA, MANIFIESTA ESTAR INCONFORME DEL SERVICIO POR LA FALTA DE PRESENCIA DE LA ARL	77	2,186,056
31/08/2013	N890985768	FUNDACION CONCRETO	POR DIRECCIONAMIENTO DE CONCRETO SE TOMA LA DECISION DE UNIFICAR ARL, DECISION ADMINISTRATIVA	28	7,726,799
31/08/2013	N79124703	PARE PUBLICIDAD	SE HABLA CON LA ENCARGADA DESDE DICIEMBRE E INFORMA QUE CUANDO LLEGÓ PREGUNTÓ QUÉ HABÍA REALIZADO LA ARL Y NADIE LE DIJO NADA Y NO ENCONTRARON NINGÚN DOCUMENTO DEL PBL, QUE EL SR ALOXMAN NO LOS VISITABA CON FRECUENCIA, NI LOS ASESORÓ EN LO MÍNIMO DE LEY, NECESITAN UNA ARL QUE LES PONGA UN ASESOR QUE LES MANEJE TODO EN LA EMPRESA Y SE HAGA CARGO DE LOS RIESGOS Y ARL POSITIVA	29	3,704,813
31/08/2013	N900473874	TORNIFER S.A.S	29/08/2013 LA SEÑORA MIRIAM ARISTIZABAL INDICA QUE SE DESAFILIARON POR QUE NUNCA TUVIERON APOYO; NI UNA VISITA.	13	901,050
31/08/2013	N800011651	INGENIERIA Y CONTRATOS S.A.S.	COLPATRIA LE HACE UN OFRECIMIENTO DE ALTA INVERSION A LA EMPRESA (CERTIFICACION ALTURAS, PSICOLOGO PARA RIESGO PSICOSOCIAL, ENTRE OTROS), ESTA OFERTA ES MUY ATRACTIVA PARA LA EMPRESA YA QUE LO QUE BUSCA ES AHORRO EN ALGUNOS PROCESOS COMO ES EL SITEMA DE S&ST. LA DESAFILIACION COINCIDE CON EL CAMBIO DE INTERMEDIARIO, ESTA EMPRESA ESTABA CON MAURICIO JARAMILLO Y NOMBRA A MULTISEGUROS LATINO (SE DESAFILIO DE ARL SURA) Y ESTA PASANDO TODOS	215	48,560,067

			SUS CLIENTES A COLPATRIA		
31/08/2013	N800030594	PRODEX S.A.S.		47	3,019,047
31/08/2013	N800046457	MOTOTRANSPORT AMOS S.A.S.	EMPRESA DEL GRUPO MOTOTRANSPORTAR: LA GERENCIA TOMA LA DECISION DE UNIFICAR TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO EN UNA SOLA ARL.EL OFRECIMIENTO DE COLPATRIA INCLUYE ASIGNACION DE RECURSOS PARA RIESGO PSICOSOCIAL, ASESOR DE RUC ENTRE OTROS	117	9,995,671
31/08/2013	N811021433	COVIN S.A.		37	22,498,962
31/08/2013	N811022385	C.I. PROPYMEX S.A.S.	LA EMPRESA DECIDE IMPLEMENTAR OHSAS 18001 BUSCANDO LA CERTIFICACION Y PARA ELLOO CONTRATA UNA ASESORA QUE RECOMIENDA LA DIRECCION ADMINISTRATIVA EL CAMBIO DE ARL, YA QUE SURA ES MUY BUENA PARA EMPRESAS GRANDES PERO NO PARA PEQUEÑAS. EN CONVERSACION CON ELO GERENTE RICARDO VELEZ MANIFIESTA QUE EL EMPODERO A SU DIRECTORA ADMINISTRATIVA Y A LA ASESORA QUE FUERON ELLAS LAS QUE DECIDIERON EL CAMBIO Y QUE EL APOYA SU DECISION, AUNQUE ES CLARO QUE NUNCA HA TENIDO DIFICULTADES CON ARL SURA	31	1,796,472
31/08/2013	N830513756	REFRILOGISTICA S.A.S.	EMPRESA DEL GRUPO MOTOTRANSPORTAR: LA GERENCIA TOMA LA DECISION DE UNIFICAR TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO EN UNA SOLA ARL.EL OFRECIMIENTO DE COLPATRIA INCLUYE ASIGNACION DE RECURSOS PARA RIESGO PSICOSOCIAL, ASESOR DE RUC ENTRE OTROS	42	5,468,158
31/08/2013	N860066795	MOTOTRANSPORT AR S.A.S.	EMPRESA DEL GRUPO MOTOTRANSPORTAR: LA GERENCIA TOMA LA DECISION DE UNIFICAR TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO EN UNA SOLA ARL.EL OFRECIMIENTO DE COLPATRIA INCLUYE	18	1,986,092

			ASIGNACION DE RECURSOS PARA RIESGO PSICOSOCIAL, ASESOR DE RUC ENTRE OTROS		
31/08/2013	N891300245	CALIMA S.A.S	EN CONVERSACION CON LA SEÑORA VIVIANA GERENTE DE CALIMA, MANIFIESTA INCONFORMIDAD: 1. NO CONTAMOS CON CONVENIO DIRECTO CON SARPA 2. NO ACEPTAMOS EL NOMBRAMIENTO DE SU INTERMEDIARIO COOPER GAY 3. INCONFORMIDAD CON LA PPR ASIGNADA, DADA UNA CAPACITACIÓN EN EL TEMA DE EVACION Y ELUSION.	86	49,993,219
31/08/2013	N900056386	TRAMITAR DOCUMENTOS S.A.S.	EMPRESA DEL GRUPO MOTOTRANSPORTAR: LA GERENCIA TOMA LA DESICION DE UNIFICAR TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO EN UNA SOLA ARL.EL OFRECIMIENTO DE COLPATRIA INCLUYE ASIGNACION DE RECURSOS PARA RIESGO PSICOSOCIAL, ASESOR DE RUC ENTRE OTROS	13	1,046,148
31/08/2013	N900375992	CONSTRUCTORA AVELLANAS S.A.S.		8	3,700,749
31/08/2013	N900390727	CONSTRUCTORA ARES S.A.S.		14	7,776,230
31/08/2013	N900449047	ASOC GREMIAL SINDICAL DE TRAB SER SANO	LA EMPRESA ELIGE A SU NUEVA ARL POR LAS SIGUIENTES RAZONES: NO LES COBRAN LOS AT. CUANDO QUEDEN EN MORA, LES CUBREN TODO EL MES Q QUEDEN EN MORA. (PAGOS EXTEMPORÁNEOS). HAN TENIDO Q PAGAR HASTA 15 MILLONES POR RECOBRO DE AT.- EL INTERMEDIARIO ACTUAL, CLAUDIA OSORIO, NUNCA LOS APOYO. Y AHORA VAN A TENER A JUAN GONZALO RÍOS C. EX COLMENA VA A SER EL INTERMEDIARIO. ASESORA COMERCIAL DE COLMENA, MARCELA RPO. - NO LES VAN A COBRAR POR RETIROS EXTEMPORÁNEOS.	184	25,924,335
31/08/2013	N800057218	ANPROSEGUROS S.A		38	2,281,843
31/08/2013	N811026728	INDUSTRIAS S.D.T. S.A.		74	8,041,895
31/08/2013	N890932940	REPARES S.A.	CABIOS ADMINISTRATIVOS, UN GERENTE NUEVO QUE LLEGA CON COLMENA	80	4,815,884

31/08/2013	N891900366	COOTRASCART LTDA	BLANCA PATRICIA LONDOÑO-COORD ADMINISTRATIVA INFORMA Q SE TRASLADA PORQUE ARL HIZO UNA ALIANZA CON FENDIPETROLEOS PARA LA ASESORIA, MANIFIESTA Q ARL SURA LE FALTA PRESENCIA Y ACOMPAÑAMIENTO EN EL MUNICIPIO DE CARTAGO	11	1,295,669
31/08/2013	N900120045	INFIPEREIRA	BIBIANA GARCIA SE TRASLADAN PORQUE LA BANCA DE SEGUROS LA TIENEN CON COLPATRIA, QUIEREN UNIFICAR EL PORTAFOLIO.	32	2,747,225
31/08/2013	N900168386	GRUPO SOLUCIONES & MONTAJES S.A.S		71	13,958,965
31/08/2013	N900443448	CALICANTO CONSTRUCCIONES S.A.S	MEJOR PROPUESTA COMERCIAL	6	1,078,645
30/09/2013	N811016222	EDITORIAL PRENSA LIBRE S.A.	LA EMPRESA HACE PARTE DEL GRUPO GRAFICO ANTIOQUEÑO CON DOS EMPRESAS AFILIADAS A COLPATRIA, AL PARECER, SIN PODER ASEGURARLO HAY VENTA CRUZADA POR SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL.	8	1,084,633
30/09/2013	N10133747	JUAN CARLOS TORRES GIRALDO		1	13,080,825
30/09/2013	N890001639	GOBERNACION DEL QUINDIO	LA GOBERNADORA DEL QUINDIO DIO LA ORDEN QUE TODAS LAS EMPRESAS ESTUVIERAN AFILIADAS A LA MISMA ARL Y POR ESTE MOTIVO SE CAMBIAN Y AUN NO HABIAN PASADO LICITACION Y NUEVAMENTE SE RETRACTACION	1,00 5	52,574,189
30/09/2013	N890000864	MUNICIPIO DE GENOVA	SE HABLA CON EL SR JORGE IVAN RUBIANO-SECRET DE GOBIERNO, SE TRASLADAN A ARL POSITIVA POR DECISION DEL GOBERNADOR, DESCONOCE LOS MOTIVOS DE LA DECISION	44	2,317,291
30/09/2013	N890903475	EQUIPOS GLEASON S.A.	EN REUNION CON KATHERINE MENDEZ, DIRECTORA ADMINISTRATIVA MANIFIESTA QUE LA DECISION DE CAMBIO DE ARL ES MOTIVADA BASICAMENTE POR 2 RAZONES: 1. LA EMPRESA TIENE ALTA EXPECTATIVA DE ACOMPAÑAMIENTO EN LAS DEMAS CIUDADES, ESTE ACOMPAÑAMIENTO HOY LO VIENEN HACIENDO A TRAVES DE LA EMPRESA TEMPORAL Y SU	100	23,900,715

			<p>ARL (BOLIVAR), YA QUE EL MAYOR VOLUMEN DE PERSONAS ES POR LA EMPRESA TEMPORAL, LAS SEDES ESTAN EN LAS CIUDADES DE :BARRANCABERMEJA(4), BARRANQUILLA(7), NEIVA(5), BOGOTA (21), PEREIRA(2), ANTIOQUIA(63). LA DIRECTORA ADMINISTRATIVA MANIFIESTA QUE LA GESTION Y EL ACOMPAÑAMIENTO EN MEDELLIN Y RIONEGRO ES EXCELENTE, PERO QUE HOY SU NECESIDAD ES MAS EN LAS AGENCIAS (COMO DENOMINAN A SUSU SUCURSALES). 2. LA EMPRESA SE FUCIONO CON OTRA EMPRESA QUE VENIA CON BOLIVAR COMO ARL, RAZON QUE TAMBIEN FUE IMPORTANTE AL MOEMNTO DE TOMAR LA DECISION DE CAMBIO</p>		
30/09/2013	N800240911	TRANS ESPECIALES EL SAMAN S A	<p>SE HABLA CON LA SRA VANESSA SILVA-CONTADORA QUIEN MANIFIESTA QUE SE TRASLADAN POR FALTA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LA ARL, ANTES RECIBIAN ASESORIA Y VISITAS Y ESTE AÑO NO HAN TENIDO ATENCION.</p>	44	2,874,277
30/09/2013	N811030714	CENSA S.A.S.	<p>LA SITUACIÓN DE LA DESAFILIACIÓN SE DEBE A QUE UNA DE LAS EMPRESAS DEL GRUPO EMPRESARIAL CON SEDE EN BARRANQUILLA SE ENCONTRABA CON COLMENA Y POR UNA RECOMENDACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE ESTA EMPRESA EN BARRANQUILLA LA GERENCIA TOMA LA DECISIÓN. SE VISITA LA EMPRESA CON EL GERENTE DE UNIDAD BUSCANDO LA RETRACTACIÓN, PERO EL CONTACTO NO TENIA PODER DE DECISIÓN PARA ESTA SITUACIÓN Y NO FUE POSIBLE COORDINAR CITA CON LA GERENCIA. EN NINGÚN MOMENTO EL CONTACTO MANIFESTÓ INCONFORMIDAD CON LA ATENCIÓN DE SURA PERO AFIRMA QUE ESTA DECISIÓN VENIA DESDE LA GERENCIA. SE AGOTÓ LA OPCIÓN DE QUE LA EMPRESA PUDIERA SER VISITADA</p>	251	8,495,717

			EN BARRANQUILLA POR ARL PERO NO SE CONSIGUIÓ APOYO POR PARTE DE ESTA OFICINA.		
30/09/2013	N811046498	FUNDACION EDUCATIVA CENSA	SE HABLA CON LA SEÑORA MARCELA MONTOYA , INDICA QUE NO TIENE NINGUNA QUEJA DE ARL SURA, SE DESAFILIARON PARA DAR CUBRIMIENTO A TODAS LOS CENTROS DE TRABAJO, YA QUE REQUERÍAN QUE LAS ASESORÍAS EN SALUD OCUPACIONAL NO SOLO SE HICIERAN EN LA SEDE PRINCIPAL SINO TAMBIÉN EN LOS DEMÁS CENTROS DE TRABAJO.	3	242,371
30/09/2013	N900377602	Q TOWERS S.A.S	LA EMPRESA BUSCA REFINANCIARSE PARA LA EJECUCION DE PROYECTOS, COMO CONTRAPRESTACION COLPATRIA LE EXIGE LA AFILIACION A LA ARL, INCLUSO SE ESTA PRESIONAN PARA QUE LA EMPRESA CONSTRUCTORA CANTAGIRONE SE TRANSLADE	54	24,366,830
30/09/2013	N900393766	NUEVA GRANADA MINERALS S.A.S.	SE TRALADA PARA ARL COLPATRIA POR OFRECIMIENTO DE MAYOR ACOMPAÑAMIENTO Y REINVERSION Y LE DAN AREA PROTEGIDA	7	5,762,250
30/09/2013	N900396787	EXUMAX SAS	ANDRÉS MEJÍA MANIFIESTA ARL COLPATRI LES DARA GRATIS ERMEDICA(FUNCIÓN DE UN EMI) CON COBERTURA EN TODOS LOS CASOS COMUN Y LABORAL, ADEMÁS MANIFIESTAS EN EL PRIMER AÑO DE COBERTURA, NO HUBO ATENCIÓN...SE LE EXPLICA LA GESTION ADELANTADA, MAIL ANEXO, DE: VIVIAN ESCOBAR BORJA ENVIADO EL: MIÉRCOLES, 04 DE SEPTIEMBRE DE 2013 08:33 A.M. PARA: NUBIA MARIA BEDOYA OSORIO CC: ERIKA YAZMIN LOPEZ CORREA ASUNTO: EXUMAX JEFE, ESTO FUE LO PROGRAMADO CON LA EMPRESA: 1. SE REALIZARON 2 VISITAS, UNA EN MARZO Y OTRA EL 30 DE MAYO, CON EL SR. CARLOS	34	22,483,196

			<p>MARTINEZ 2. EL ÚLTIMO REGISTRO DE LA VISITA SE DEJO EN LA EMPRESA Y CARLOS SE LO ENTREGÓ A ANDRÉS MEJIA, PARA EL SEGUIMIENTO 3. ACTIVIDADES PROPUESTAS EN EL PLAN DE TRABAJO (ESTA EN EL REGISTRO DE LA ÚLTIMA VISITA): - LA EMPRESA DEBÍA CONFORMAR EL COPASO Y COMITÉ DE CONVIVENCIA, SE DEJARON LOS FORMATOS INCLUSO DESDE EL MES DE MARZO, PERO EL 30 DE MAYO QUE SE VOLVIÓ A VISITAR AUN NO LO HABÍAN CONFORMADO. ESE FUE UN COMPROMISO QUE SE LE DEJÓ A CARLOS PARA QUE PODER AVANZAR EN EL PLAN DE TRABAJO. - PARA JUNIO 30 DEBÍAN, CONFIRMARME PARA PODER PROGRAMAR LAS CAPACITACIONES AL COPASO FORMACIÓN COPASO A DOMICILIO: 1. ROLES Y RESPONSABILIDADES RESOLUCIÓN 2013/86 (1 HORA) 2. INVESTIGACIÓN ACCIDENTES DE TRABAJO RESOLUCIÓN 1401/07 (2 HORAS) 3. INSPECCIONES DE SEGURIDAD (1 HORA) - SE DEJARON TAREAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO A CARLOS MARTINEZ, CON EL COMPROMISO QUE EL 30 DE AGOSTO, EL ME CONFIRMARÍA PARA REVISAR Y CONTINUAR CON LA ASESORÍA. Y PARA SEPTIEMBRE VISITA DE SEGUIMIENTO Y CONTINUAR CON EL PLAN DE EMERGENCIAS. INCLUSO ÍBAMOS A PROGRAMAR VISITA PARA TARAZÁ.</p>		
30/09/2013	N900605652	INVERSIONES OEI SAS	SERAN ATENDIDOS COMO GRUPO EMPRESARIAL CON OTRAS EMPRESAS PEQUEÑAS Q POSEEN.	18	129,363
30/09/2013	N800134339	ESE HOSPITAL SAN VICENTE DE PAUL DE SA	EL GERENTE MANIFIESTA QUE SE TRASLADA POR FALTA DE ACOMPAÑAMIENTO.	21	4,088,130
30/09/2013	N900033371	SUMIMEDICAL LTDA.	LA EMPRESA MANIFIESTA QUE HA RECIBIDO POCA RETRIBUCIÓN Y NO SE COMPADECE CON SU COTIZACIÓN . RECIBIÓ OFRECIMENTOS DEL 40 % POR PARTE DE LA ARL NUEVA	505	156,768,549

30/09/2013	N900468271	SUR & MOTOR S.A.S.	16/10/2013, LA SEÑORA DIOSELINA SANCHEZ ES ASISTENTE ADMINISTRATIVA Y CONTACTO SST DE LA EMPRESA, MANIFESTÓ QUE NO HUBO UNA RAZON ESPECIFICA PARA DESAFILIARSE A PARTIR DEL 30/09/2013, QUE ESTA FUE UNA DIRECTRIZ ORDENADA DESDE LA GERENCIA, ELLA TAMBIÉN AFIRMÓ QUE MIENTRAS ESTUVIERON AFILIADOS NO TUVIERON NINGUN TIPO DE INCONVENIENTE CON ARL SURA, NI DE ATENCIÓN NI DE ACCESO A LAS HERRAMIENTAS	56	2,165,925
31/10/2013	N900130412	SEMINARIO REDENTORISTA SAN CLEMENTE	EXPECTATIVAS DE VISITAS MÁS PERIÓDICAS	43	1,467,327
31/10/2013	N900534235	MUNDO LUZ ILUMINACION S.A.S	15/11/2013 ME COMUNICO CON LA EMPRESA LA SEÑORA CLARA INES VALENCIA INDICA QUE SE DESAFILIARON POR QUE NO RECIBIERON ASESORIA PRESENCIAL, QUE HICIERON LA SOLICITUD Y NO SE DIO RESPUESTA.	10	1,939,935
31/10/2013	N32493328	ACADEMIA CAPILAR CHIC	10/10/2013...INFORMA EL SR GABRIEL RUIZ SOCIO DE LA EMPRESA, QUE NO TIENE NADA QUE VER CON LA ARL, FUE UNA MALA GESTION QUE REALIZÓ UN CONOCIDO QUE SE OFRECIO A APOYAR LA EMPRESA EN LOS PROCESOS DE AFILIACIÓN, PORQUE EN LA EMPRESA NO TENIAN CONOCIMIENTO DE CÓMO HACERLO EL TRASLADO SE REALIZÓ SIN CONCENTIMIENTO DE LOS REPRESENTANTES LEGALES, PERO PARA NO HACER MAS TRAMITES VAN A QUEDAR EN LA QUE EL ASESOR LOS AFILIO, EL SR NO SABE CUAL ES LA ARL	1	30,338
31/10/2013	N816002834	CLINICA VER BIEN S.A.	EL CLIENTE MANIFIESTA QUE EN LOS ULTIMOS DIAS NO RECIBIA ACOMPAÑAMIENTO DE LA ARL, QUE ANTERIORMENTE HABIA MAYOR ATENCIÓN EN CUANTO A ACTUALIZACIÓN LEGAL.	18	3,168,208
31/10/2013	N900530664	MALDONADO CONSTRUCCIONES S.A.S.	RELACIONES COMERCIALES CON LOS ABOGADOS	51	2,697,539

31/10/2013	N800055930	INGENIERIA TOTAL S.A.S.	EL INTERMEDIARIO (MULTISEGUROS LATINOS) PRESENTA A COLPATRIA A LA EMPRESA Y ESTA LE HACE UNA OFERTA AL GRUPO (LA CUAL SEGUN DIANA ALZATE DE GH) EN LA CUAL SE OFRECEN MAS HORAS DE ASESORIA CONSIDRANDO QUE LA EMPRESA NO TIENE UN RESPONSABLE DE S.O	84	12,427,702
31/10/2013	N811027886	DIMO S.A.	SE HABLA CON LA SEÑORA CLAUDIA METAUTE INDICA RECIBIERON UNA PROPUESTA DE COLPATRIA DONDE LES GARANTIZAN UN ACOMPAÑAMIENTO PRESENCIAL EN TODOS LOS ASPECTOS TANTO A NIVEL DE SEGURIDAD Y SALUD Y COMO ADMINISTRATIVO, INDICA QUE ELLOS SON PRESTADORES DE SERVICIOS A EMPRESAS CONSTRUCTORAS Y QUE REQUIEREN MUCHO DICHO ACOMPAÑAMIENTO Y QUE POR PARTE DE SURA NUNCA LO HAN RECIBIDO Y SE DIFICULTAN MUCHO LAS SOLICITUDES QUE SE HACEN A TRAVÉS DE LA LÍNEA DE SERVICIO AL CLIENTA YA QUE LA GESTIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS ES MUY LENTA	43	9,492,811
31/10/2013	N900466830	SOLUCIONES JD	17/10/2013 LA SEÑORA DIANA ALZATE INDICA QUE NUNCA LA VISITARON Y COLPATRIA LE HIZO UNA BUENA PROPUESTA.(INFORMACION DE LINEA) EN REUNION CON DIANA ALZATE (25 DE NOV) MANIFIESTA QUE LA DECISION SE TOMO POR QUE CONOCIO A COLPATRIA A TRAVES DEL INTERMEDIARIO (MULTISEGUROS LATINOS), COLPATRIA LE HIZO UNA BUENA OFERTA PARA EL GRUPO	2	670,059
31/10/2013	N816008314	CONFETEX DE COLOMBIA S.A.S	SE HABLA CON EL SR JHON JAIRO GOMEZ- GERENTE ADM, INFORMA Q SE TRASLADAN A ARL COLPATRIA POR CONVENIO DE NOMINA CON LA BANCA Y LE OFRECEN PAQUETE INTEGRAL DE SERVICIOS CON BENEFICIOS EN EL MANEJO FINANCIERO, SE VISITARA EL DIA 16 DE OCT A LAS 10 AM PARA MANEJO PERSONALIZADO	40	1,407,562

31/10/2013	N890934961	PANIFICADORA EL PARAISO	COLPATRIA LES PIDIO LA AFILIACION A ARL COMO RECIPROCIDAD POR UN PRESTAMO	83	7,657,875
31/10/2013	N900020118	SECURITY FORCE LTDA	POR CAMBIO DE SOCIOS, DE LOS CUALES LA PRINCIPAL ESTNA EN BOGOTA CON LA EMPRESA GRANANDINA DE VIGILANCIA (SE CONVIRTIERON EN LOS SOCIOS MAYORITARIOS) Y ESTOS ESTAN CON COLPATRIA.	36	8,218,084
31/10/2013	N900292160	21 GRADOS S.A.S.	16/10/2013, LA SEÑORA LILIANA BOTERO, ES ASISTENTE DE GERENCIA Y MANIFIESTA QUE LOS MOTIVOS DE DESAFILIACIÓN, LOS EXPONE EL GERENTE GENERAL, EL SEÑOR SANTIAGO ARBELAEZ Y ES PORQUE NO SE SINTIO A GUSTO CON SER ATENDIDO POR TELEFONO Y QUE EN LA NUEVA ARL LES VAN A DAR UNA ATENCIÓN DIFERENTE	12	3,717,072
31/10/2013	N75064359	PUBLICINTAS	AMISTAD CON LA GERENTE	14	350,760
31/10/2013	N800227956	C.I EL GLOBO S.A.S	RELATAN FALTA DE ACOMPAÑAMIENTO.	537	31,457,803
31/10/2013	N801003326	ASOCIACION ABRAZAR		13	437,197
31/10/2013	N816004315	ESTACION DE SERVICIO DEL CAFE	COLPATRIA LE OFRECE UN PAQUETE FINANCIEROS QUE INCLUYE SEGUROS DE VIDA, ARL, BANCA Y MUCHOS BENEFICIOS Y FACILIDADES TRANSACCIONALES. LA EMPRESA ESTA ASOCIADA A FENDIPETROLEOS LOS CUALES LES SUGIEREN QUE TODAS LAS EDS SE TRASLADEN A COLPATRIA POR CONVENIOS DE LA BANCA.	23	2,935,138
31/10/2013	N816004634	PRODUCTOS LA NIÑA	15/10/2013 ME COMUNICO CON LA EMPRESA LA SEÑORA ERIKA JARAMILLO INDICA QUE NO LES PRESTAMOS SERV. ADICIONALES, Y QUE COMO EL REPRESENTANTE LEGAL TIENE OTRAS 2 EMPRESAS CON COLPATRIA DICIDIERON PASAR A ESTA PARA QUE SE LE BRINDEN MAS SERVICIOS.	8	1,452,208
31/10/2013	N900377863	UNION DE CIRUJANOS S.A.S	INVESTIGACION	15	382,742
31/10/2013	N900445494	PROENSALUD PROFESIONALES EN SALUD	LA EMPRESA CAMBIA SUS DIRECTIVOS Y NOSOTROS EL PROFESIONAL EN PREVENCIÓN Y EN PROCESO DE ENTRENAMIENTO DE NUEVO	628	153,144,098

			PROFESIONAL Y EMPALME HAY DOS MESES SIN ATENCIÓN, A OFICINA PRINCIPAL. LA OFICIALIZACION DE CAMBIO SE LE ENVIO AL ANTERIOR GERENTE. ERROR TAMBIEN EN BASE DE DATOS		
30/11/2013	N800128678	CAMINANDO LTDA.	15/11/2013; INFORMA QUE YA LA HABIAN LLAMADO Y NO SUMINISTRA INFORMACIÓN	14	817,418
30/11/2013	N890001639	GOBERNACION DEL QUINDIO	LA GOBERNADORA DEL QUINDIO DIO LA ORDEN QUE TODAS LAS EMPRESAS ESTUVIERAN AFILIADAS A LA MISMA ARL Y POR ESTE MOTIVO SE CAMBIAN Y AUN NO HABIAN PASADO LICITACION Y NUEVAMENTE SE RETRACTACION	863	55,658,355
30/11/2013	N900378998	CDA DEL CAFE S.A	COLPATRIA LE OFRECE UN PAQUETE FINANCIEROS QUE INCLUYE SEGUROS DE VIDA, ARL, BANCA Y MUCHOS BENEFICIOS Y FACILIDADES TRANSACCIONALES. EL GERENTE INDICA QUE INICIALMENTE PERDIÓ CREDIBILIDAD EN SURA DESDE QUE LE CANCELARON LAS PÓLIZAS DE SEGUROS POR UNA EMERGENCIA: VENDAVAL QUE OCURRIÓ EL AÑO PASADO, Y NO HUBO COBERTURA.	15	515,450
30/11/2013	N800101441	CONTRAL.GRAL DEL MUNICIP. DE MANIZALES	RELACIONES POR EMPRESA PUBLICAS	41	2,672,367
30/11/2013	N10115410	WILSON DURANGO PEREZ		129	19,854,284
30/11/2013	N900448458	REDES TECNICAS		30	3,669,742
30/11/2013	N810005652	PROCYTEC S.A.S		80	3,387,323
30/11/2013	N890902920	UNIVERSIDAD DE MEDELLIN	DE: OSCAR JAVIER RESTREPO VASQUEZ ENVIADO EL: JUEVES, 28 DE NOVIEMBRE DE 2013 05:19 P.M. PARA: NATALIA RUIZ BALAGUERA ASUNTO: RV: DESAFILIACION DE UNIVERSIDAD DE MEDELLIN PÓLIZA: 094001367 IMPORTANCIA: ALTA HOLA NATALIA: DE ACUERDO CON LO CONVERSADO, TE RESUMO EL MOTIVO DE LA DESAFILIACION DE UNIVERSIDAD DE MEDELLIN POLIZA: 094001367. LA INTERMEDIARIA DE GYAR SEGUROS ES GLORIA CECILIA PEREZ, Y ES AMIGA DEL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD Y LE HABLÓ	773	103,737,921

			MAL DE LA GESTIÓN DE SURA Y LE OFRECIÓ: EL VALOR DE LA PROPUESTA COMERCIAL ES DE \$ 47.700.000 (40% DE REINVERSIÓN). NUEVA ARL, MAPFRE. ESTA ES LA CAUSA FUNDAMENTAL DE DICHA DESAFILIACIÓN. CUALQUIER DUDA, CON GUSTO SERÁ RESUELTA. MIL GRACIAS!!! OSCAR RESTREPO VÁSQUEZ GERENTE DE UNIDAD ESTRATÉGICA 215		
30/11/2013	N890923630	ABONAMOS S.A.	EL OFRECIMIENTO DE LA OTRA ARL FUE MAYOR. EL CONTACTO CON EL QUE HABLE INCLUSO ME MANIFESTÓ QUE NO TENÍAN NINGUNA QUEJA CON NOSOTROS Y QUE LE HABÍAN ACLARADO A LA OTRA ARL QUE SI NO LES FUNCIONABAN LAS COSAS SE DEVOLVÍAN A SURA.	62	6,655,106
30/11/2013	N900088326	CONTRATOS Y SERVICIOS AC LTDA	LA EMPRESA TOMA LA DECISION DE DESAFILIARSE POR QUE BOLIVAR LE OFRECE A TRAVES DE WAY GROUP UNA PERSONA PARA QUE LES ADMINISTRE EL PROCESO DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO. ES UNA EMPRESA CON BAJO COMPROMISO FRENTE A LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE SUS TRABAJADORES	105	20,263,417
30/11/2013	N900322399	SOBIOTECH S A S	18/11/2013 SE HABLA CON LA SEÑORA MARCELA MESA E INDICA QUE FUE DE ACUERDO A UNA REESTRUCTURACIÓN DE LA EMPRESA, OFRECIERON UNOS SERVICIOS ADICIONALES QUE SURA NO OFRECIA, UN MAYOR ACOMPAÑAMIENTO EN LA PARTE DE SST.	10	1,971,017
30/11/2013	N900450676	SOGOS	EN LA COORDINACION DE APOYO A COPASO Y LUEGO REUNION CON EQUIPO DIRECTIVO PARA RIESGO SICOSOCIAL TUVIMOS INCONVENIENTES EN LA COMUNICACIÓN DEL OBJETIVO DE LA ASESORIA Y EN EL SEGUNDO CASO LLEGADA TARDE DEL ASESOR. LO QUE MOLESTÓ A LA GERENCIA Y DECIDE TRASLADARSE A OTRA ARL. ES DE ANOTAR QUE TAMBIEN LA SOLICITUD DE VACUNAS PARA TODO EL PERSONAL DE INFLUENZA "COMO LO HACE	58	19,524,138

			COLMENA" TAMBIEN PUDO INFLUIR EN LA DECISIÓN DE TRASLADO.		
30/11/2013	N900531573	GRUPO LOS ALAMOS S.A.S.		10	1,380,275
30/11/2013	C89000312	JHON ALEXANDER SOTO DAVILA	NOVIEMBRE 19/2013, LA SEÑORA MARLENY BURGOS, ENCARGADA DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS Y CONTACTO SST DE LA EMPRESA, DICE QUE ESTA MUY RECIENTE INGRESADA A LA COMPAÑÍA Y QUE DESCONOCE PORQUE LA GERENCIA TOMÓ LA DECISIÓN DE DESAFILIARSE PARA PASAR A COLPATRIA	13	233,456
30/11/2013	N15959187	SURTIDORA MANIZALES		27	1,005,967
30/11/2013	N801004566	VIASY SEÑALES S.A.S		52	3,757,535
30/11/2013	N89000312	JHON ALEXANDER SOTO DAVILA		0	0
30/11/2013	N900269636	SURTIALIADOS SAS		47	1,823,179
31/12/2013	N811012769	PASTELPAN LAS ENVINADAS DE BUENOS AIRES S.A.S.		78	6,477,540
31/12/2013	N900335869	ESTAMPADOS COLOR WAY S.A.S	DEBIDO A Q HABIAN CRECIDO Y REQUERIAN MÁS ACOMPAÑAMIENTO. AHORA ESTAN MUY SATISFECHOS CON NOSOTROS.	74	7,064,637
31/12/2013	N10279291	CLINICA VETERINARIA ANIMAL HEALTH	SE HABLA CON EL SR FERNANDO GONZALES QUIEN INFORMA QUE SE TRASLADA A ARL COLMENA POR LA FALTA DE ACOMPAÑAMIENTO, DURANTE LOS AÑOS DE COBERTURA NUNCA TUVO VISITA POR PARTE DE LA ARL NI ASESORIA, Y CUANDO SOLICITO VISITA PARA REVISAR RX Y ACOMPAÑARLOS EN UN PROCESO DE CERTIFICACION DE CALIDAD, RECIBIO POR PARTE DEL ASESOR (SANTIAGO PUERTA) UNA RESPUESTA GROSERA.	5	575,652
31/12/2013	N800097956	ANDAMIOS Y ENCOFRADOS S.A.S		79	20,529,434

31/12/2013	N891480011	GRANJA INFANTIL	MANIFIESTAN QUE EN EL ULTIMO AÑO NO RECIBIERON VISITA POR PARTE DE LA ARL, SOLICITABAN ATENCION PERSONALIZADA POR DIFICULTAD PARA ASISTIR A LOS PLANES DE FORMACION, ENCONTRARON MAS ACOMPAÑAMIENTO EN LA ARL COLMENA DE MANERA PERSONALIZADA	15	543,683
31/12/2013	N900304496	INVERSIONES VELASQUEZ RESTREPO SAS	28/02/2014EN EL TELEFONO: 2306811, LA SEÑORA ANA MILENA MARTINEZ MANIFESTÓ Q POR DECISIÓN DE LA SEÑORA CLARA SE DESAFILIAN Y Q PASAN A ARL COLPATRIA	29	7,399,937
31/12/2013	N800070993	MOTO PLANTAS BRISTOL	BOLIVAR LES HACE UNA PROPUESTA CON % DE INVERSION DEL 43%, EL CUAL CONTEMPLA LA ASIGNACION DE UN ENFERMERO DE TIEMPO COMPLETO PARA LOS CAMPOS RUBIALES Y KIFA. ESTE REQUIRIMIENTO ES UN ANEXO QUE LE HACE PACIFIC RUBIALES A SUS CONTRATISTAS PARA CUBRIEMIENTO DEL TEMA ASISTENCIAL, ESTA EMPRESA TRASLADA ESTE REQUIRIMIENTO A LA ARL.	188	141,427,606
31/12/2013	N800194208	GESTION ENERGETICA S.A E.S.P.		203	70,159,729
31/12/2013	N811040550	GEOTECNICA S.A.S.	LA GERENCIA BUSCA UNIFICAR EL MANEJO DE SGUROS EN UNA SOLA COMPAÑIA, LO QUE LE PERMITIRA ALGUNOS BENEFICIOS	51	16,338,942
31/12/2013	N890923384	MARION S.A.	EL INTERMEDIARIO ANPRO SEGUROS RECIENTEMENTE NOMBRADO LE SUGIERE AL CLIENTE UN MEJOR TRABABJO DE LA MANO DE COLMENA, INFORMACIÓN COINFIRMADA CON EL CLIENTE Y TRATADA CON DICHO INTERMEDIARIO POR SITUACIONES SIMILARES CON OTROS CASOS DE DESAFILIACON	138	8,511,560
31/12/2013	N890982294	MUNICIPIO DE JARDIN	JUAN CARLOS GUZMAN, HACE CONTACTO CON LA ASESORA LEIDY MARIN PARA SOLICITARLE TODOS DOCUMENTOS DE PBL, DADA VISITA DEL MINISTERIO, SE LE PREGUNTA SOBRE LA DECSIÓN DE TRASLADO Y NOS INDICA NO CONOCER DICHA	58	4,159,678

			DECISION, MANIFIESTA SER DEL SECRETARIO DE GOBIERNO Y ALCALDE, SIN EMBARGO POR MAIL SE HACE LLEGAR TODOS LOS SOPORTES DE LA GESTION DE ARL SURA, DESDE EL PBL, ESTUDIOS DE PUESTOS DE TRABAJO, ENTRE OTROS.		
31/12/2013	N891409017	ESE HOSP SAN VICENTE DE PAUL DE APIA	EL SR FEDERICO RESTREPO INFORMA QUE SE TRASLADA POR LA FALTA DE ACOMPAÑAMIENTO Y ASESORIA EN LOS TEMAS DE SALUD OCUPACIONAL	32	9,932,946
31/12/2013	N900572716	CONSORCIO PORTAL DOSQUEBRADAS	SE DESAFILIAN POR SER FILIAL DE LA EMPRESA INGENIERIAS Y CONTRATOS DESAFILIADA DE MEDELLIN.	137	63,517,740
31/01/2014	N890916324	INDUSTRIAS GENIO S.A.S	SE QUEJAN DE FALTA DE MAYOR ACOMPAÑAMIENTO Y QUE SE LES NEGARON ALGUNOS SERVICIOS Q LES OFRECE LA NUEVA ARL.	193	14,721,259
31/01/2014	N811045932	BOLSAS Y PLASTICOS TEJELO S.A.	BUENAS TARDES A TODOS ESTA EMPRESA SIEMPRE FUE BRONCE POR RESULTADO TECNICO NEGATIVO ALTA SINIESTRALIDAD, PROBLEMÁTICA DE EL Y POCO COMPROMISO GERENCIAL. LA MARCAMOS COMO EMPRESA DE MEJORAMIENTO PARA SOLO TRABAJAR INTERVENCIÓN Y ENVIO DE RECOMENDACIONES Y CARTAS A MINISTERIO DE TRABAJO.	142	13,869,866
31/12/2013	N900581709	CONSORCIO PARQUE TEMATICO 2050	ESTE CONSORCIO PERTENECE A UNA EMPRESA QUE LLEVABA MUCHOS AÑOS CON NOSOTROS (MOVITIERRA) Y LAS PERSONAS DE SIEMPRE CAMBIARON Y LLEGARON UNAS PERSONAS ADMTVAS QUE TRABAJARON CON COLPATRIA Y SE DEJARON INFLUENCIAR, SE VISITÓ LA GTE EL 3 DE MAYO CON LA PPR PARA INDAGAR EL POR QUÉ Y EXPRESABAN ALGUNAS INCONFOMRIDADES PORQUE NO LES DABAMOS RUMBOTERAPIA, FALTA DE COMUNICACIÓN AL INTERIOR Y EL CONTACTO DE OBRA QUE VIENE DE COLPATRIA, NO TENÍAN CARNETS Y NO SABÍAN DE SERVICIOS EN LINEA, POR LO TANTO ESTA GTE QUE ES DE MOVITIERRA TOMA LA	132	52,967,864

			DECISION DE DESAFILIARSE PARA CONOCER OTRAS PROPUESTAS Y SI LE VA MAL VOLVERÍA EN UN AÑO, LOS CONSORCIOS QUE MANEJAN ELLOS NO SE PUEDEN DESAFILIAR PORQUE LLEVAN 3 MESES.		
31/01/2014	N816006016	COMESTIBLES INTEGRALES S.A.		80	3,357,821
31/01/2014	N900463980	TALENTOS INTEGRALES S.A. S		619	22,504,281
31/01/2014	N816005179	COLEGIO ANGLOAMERICAN O	SE TRASLADAN A ARL COLPATRIA, INFORMAN QUE NUNCA RECIBIERON VISITA DE ARL SURA, QUE RECIBÍAN CUMPLIDAMENTE LOS CORREOS SOBRE CAPACITACIONES DEL PLAN DE FORMACIÓN PERO NADA PERSONALIZADO. QUE SOLICITARON APOYO PARA EL TEMA DE TRABAJOS EN ALTURAS SIN RECIBIR NINGUNA RESPUESTA Y QUE LA COLPATRIA LES OFRECE ATENCIÓN PERMANENTE Y PERSONALIZADA.	29	1,164,586
31/01/2014	N811007991	C.I.MIC.S.A.	EL GERENTE Y DIRECTOR FINANCIERO NOS INFORMAN Q NO TIENEN NINGUNA QUEJA DE ARL SURA, PERO ES UN TEMA DE RECIPROCIDAD CON BOLIVAR POR UN CREDITO Q LES HIZO.	99	12,847,699
31/01/2014	N891411791	MEJIA Y JARAMILLO CIA LTDA	LA EMPRESA TOMA DECISIÓN DE RETIRARSE DEBIDO A QUE TODAS LAS PÓLIZAS SE ENCUENTRAN CON GRUPO COLPATRIA Y LES REALIZARON DISMINUCIÓN EN LOS COSTOS DE LAS PÓLIZAS POR AFILIARSE A LA ARL. INFORMAN QUE FUE UNA DECISIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA POR DISMINUCIÓN DE COSTOS.	31	1,532,886