

Orientación al mercado de la agencia de seguros El libertador Ltda.¹

1. Introducción

El presente estudio tiene como objetivo explorar el grado de Orientación al Mercado-OM aplicado a la empresa Agencia de Seguros El Libertador Ltda, para comprobar el enfoque de gestión de mercado implementado en la empresa, brindando recomendaciones desde una perspectiva académica que le permitan a los tomadores de decisiones, realizar ajustes en su plan de mercadeo para lograr un mejor desempeño corporativo.

Esta investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera: Primero, se adelantará una contextualización teórica en relación al concepto de Orientación al mercado-OM, abordando un conjunto de autores y estudios. Segundo, se procederá a desarrollar una descripción del sector al que pertenece la Agencia, revisando las características del mercado, su estructura, barreras de entrada, así como las previsiones de evolución y tendencias de crecimiento. Tercero, se describirá la empresa en estudio, su perfil estratégico (misión, visión, objetivos), identificando plan de mercadeo y estrategias.

¹ Este documento hace parte del proyecto de investigación empresarial por compendio de capítulos, resultado del trabajo de grado de la maestría en gerencia estratégica de mercadeo. Este documento constituye un capítulo del producto científico: libro resultado de investigación enfocado al tópico de mercadeo "Orientación al Mercado" coordinado por el profesor Leonardo Ortegón Cortázar de la IUPG. En consecuencia, no se utilizan las secciones típicas de artículo científico como resumen y palabras claves, pero sí el enfoque sistemático de contextualización teórica, del ámbito empresarial y analítica del constructo de interés. No se autoriza la publicación parcial o total de este documento en ninguna plataforma divulgativa de conocimiento académico, profesional o científico. Únicamente se autoriza la divulgación y gestión para la modalidad de libro resultado de investigación a la oficina editorial de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

Finalmente, se desarrolla el diagnóstico para revisar el concepto de OM presente en la empresa, describiendo la metodología aplicada para la obtención de la información, y se expondrán las conclusiones y hallazgos de dicho diagnóstico.