



Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas

**Servicio al cliente de los agentes independientes del mercado de seguros en el
departamento de Chiquimula**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Keren Noemí Palacios Arenas

Guatemala, septiembre 2020

**Servicio al cliente de los agentes independientes del mercado de seguros en el
departamento de Chiquimula**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Keren Noemí Palacios Arenas

Lic. Otto Bonilla (**Asesor**)

Mgtr. Emerson Corrales (**Revisor**)

Guatemala, septiembre 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Axel Rene Sosa Vargas

Coordinador

Chiquimula, Guatemala, Julio de 2019

Señores

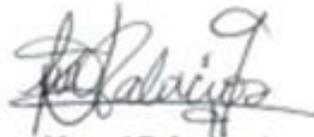
Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy el autor del Artículo Científico titulado "**Servicio al cliente de los agentes independientes del mercado de seguros en el departamento de Chiquimula**" y confirmo que respete los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo Científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



Keren Noemi Palacios Arenas

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No.: 201806408

REF.: C.C.E.E.L. ADM. -PS.0024-2020
SEDE CHIQUIMULA

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, DE 21 FEBRERO DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutor: MSc. Otto Rolando Bonilla Guerra

Revisor: MSc. Emerson Antonio Corrales Lara

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo científico titulado: "Servicio al cliente de los agentes independientes del mercado de seguros en el departamento de Chiquimula"

Presentada por: Keren Noemí Palacios Arenas

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas





Chiquimula, Agosto de 2019

Señores:

Facultad de Ciencias Económicas

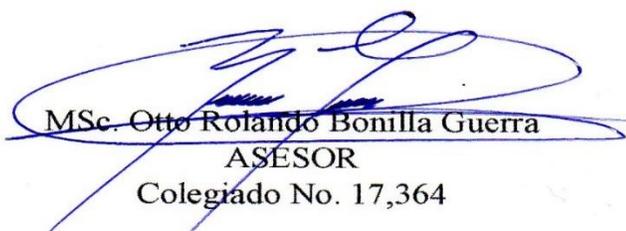
Presente

Pongo a consideración para que por su medio, conozca el presente dictamen de trabajo de graduación, para que proceda a lo que corresponda, previo a optar el título de Administración de Empresas en el grado de licenciada, la estudiante: **Keren Noemí Palacios Arenas**.

Procedí a asesorar el trabajo de graduación intitulado: **“Servicio al cliente de los agentes independientes del mercado de seguros en el departamento de Chiquimula”**.

En mi calidad de ASESOR, después de haber tenido a la vista las correcciones, haber realizado la revisión técnica correspondiente y verificado que la sustentante demostró originalidad y buen desempeño en la aplicación de conocimientos y habilidades en un área específica de las ciencias económicas; siendo importante mencionar que la autora es responsable del contenido, interpretación, uso de las fuentes y forma de presentación en el informe presentado.

Por lo expuesto, el trabajo de graduación profesional en mi opinión, cumple con los requisitos exigidos por la guía para la elaboración de Artículo Científico elaborado para el programa de Maestrías, Licenciaturas y Programa de Equivalencias Integrales de este centro de estudios.



MSc. Otto Rolando Bonilla Guerra

ASESOR

Colegiado No. 17,364

Guatemala, 18 de septiembre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad

Estimados señores:

En relación al artículo científico titulado: "**Servicio al cliente de los agentes independientes del mercado de seguros en el departamento de Chiquimula**", realizado por Keren Noemi Palacios Arenas, carné 201806408, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Emerson Antonio Corrales Lara
Colegiado Activo 13,036

Dedicatoria

A Dios

Porque es el dueño de todo lo que el existe y si en él no hubiera tenido las fuerzas de seguir con el proceso de estudio, le agradezco de todo corazón por no dejarme sola.

A mis padres

Bernabé Palacios Nova y Nauda Aracely Arenas, por ser las personas que Dios puso en mi vida y agradezco a ellos por darme el ejemplo de tener buenos valores y sobre todo por estar siempre conmigo, gracias por el apoyo incondicional, por la ayuda económica y por su valioso tiempo para que yo pueda seguir con mi carrera. Gracias.

A mi esposo

Walter Vinicio Magaña Torres, quien ha estado conmigo en las buenas y en las malas, mi compañero de vida, la cabeza de mi hogar, gracias por el apoyo moral y económico. Él es quien me alienta a seguir con mi carrera. Lo amo

A mis hijos

Keren Adriana, Lucía Raquel y Mateo Gabriel quienes son lo más valioso en mi vida, les agradezco por la fuerza que me dan para seguir con mis metas y cumplirlas, ya que por ellos lucho cada día. Los amo

A mi tía

Agradezco especialmente a mi tía Amanda Arenas, quien ha estado apoyándome para que triunfe en la vida, gracias por sus sabios consejos de vida.

A mis hermanos

Addin y Joel Palacios, por su apoyo y su amor incondicional para conmigo, les quiero dar un ejemplo y se sientan orgullosos de su hermana. Los amo

A mis amigos

Gracias por la buena amistad que se creó en el transcurso de nuestro ciclo de estudio, les agradezco porque cuando más lo necesite ellos ahí estaban para darme ayudarme con mis estudios. Mil gracias

A mis catedráticos

A cada uno por nombre, porque ellos fueron los que nos enseñaron a creer en nosotros como profesionales.

A mi asesor

Lic. Otto Bonilla, agradezco por la paciencia, su tiempo y por su comprensión. Gracias por ser parte de este triunfo.

Contenido

| | Página |
|---|---------------|
| Abstract | i |
| Introducción | ii |
| 1. Metodología | |
| 1.1 Planteamiento del problema | 1 |
| 1.2 Pregunta de investigación | 2 |
| 1.3 Objetivos de investigación | 2 |
| 1.3.1 Objetivo general | 2 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 2 |
| 1.4 Definir el tipo de investigación | 3 |
| 1.4.1 Investigación descriptiva | 3 |
| 1.5 Sujeto de investigación | 3 |
| 1.6 Alcance de la investigación | 4 |
| 1.6.1 Temporal | 4 |
| 1.6.2 Geográfico | 4 |
| 1.7 Definición de la muestra | 4 |
| 1.7.1 Empleo muestra finita | 4 |
| 1.8 Definición de los instrumentos de investigación | 5 |
| 1.9 Recolección de datos | 5 |
| 1.10 Procesamiento y análisis de datos | 5 |
| 2. Resultados | |
| 2.1 Presentación de resultados | 6 |
| 3. Discusión y conclusiones | |
| 3.1 Extrapolación | 18 |
| 3.2 Hallazgos y análisis general | 22 |
| 3.3 Conclusiones | 25 |

4. Referencias

27

5. Anexos

28

Abstract

La presente investigación, se definió como objetivo general determinar el servicio al cliente de los agentes de seguros en agencias aseguradoras en el departamento de Chiquimula, para identificar el grado de satisfacción de los clientes en cuanto al servicio que le brinda el agente al usuario. La razón de esta investigación surgió debido a la disminución de ventas de seguros de vida y de daños (gastos médicos, automóvil, incendio, todo riesgo entre otros) ya que surgen comentarios de usuarios que no están satisfechos con el cumplimiento de tal servicio que experimentaron en alguna ocasión y el no tener una respuesta inmediata de los agentes en cualquier duda que surja en el proceso de reclamos en general. La investigación fue de carácter descriptiva, en la que se recopiló información bibliográfica relacionada con el tema, la variable que se investigó fue la del servicio al cliente.

Introducción

Los nuevos entornos económicos requieren a las empresas constante actualización, con la finalidad de promover cambios necesarios que permitan su adaptación, tanto en las demandas de los usuarios, transparencia, eficacia y calidad en el servicio al cliente. Para satisfacer las necesidades de servicio requerido por los clientes, las organizaciones necesitan contar con los recursos necesarios de acuerdo los segmentos de población a los que se está dirigiendo, para ser competitivas y sostenibles en los mercados cada vez más demandantes. La atención y la respuesta inmediata cuando suceden los siniestros es de tal importancia, ya que es cuando el cliente necesita ser atendido por su asesor para explicarle acerca del proceso que se llevará a cabo, el agente no solo está para vender seguros, sino que también para ayudarles a realizar el trámite de sus reclamos, ya sea por siniestro de automóvil, de gastos médicos o por una pérdida humana.

El primer capítulo comprende la metodología que describe el planteamiento del problema, pregunta de la investigación, objetivos, tipo de investigación, sujeto a investigar, alcance, definir la muestra e instrumento así como recolección, procesamiento y análisis de los datos; lo cual fundamenta la resolución del mismo.

Posteriormente en el segundo capítulo se detalla los resultados de la investigación que se realizó en el trabajo de campo, en el cual se elaboró una encuesta dirigida a ciento noventa y dos asegurados de seguros en el departamento de Chiquimula, capítulo que se representa por medio de gráficas con los resultados de las preguntas expuestas.

Por ultimo en el tercer capítulo, se describe la discusión y conclusiones con sustento en la investigación que se efectuó, los cuales se determinan el cumplimiento del objetivo general con la situación actual que ocurre en el servicio que los agentes proporcionan a sus clientes. Se incluyeron referencias bibliográficas y anexos.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

Actualmente en un mercado tan competitivo como es el de seguros, las compañías aseguradoras reconocen la dificultad que encuentran para cumplir sus metas y diferenciarse de sus competidores. En muchas empresas, los productos y servicios son tan similares que los consumidores tienen dificultad para distinguir de qué empresa pertenece. La competencia que caracteriza productos ofrecidos. Así la única manera de encontrar que los clientes sigan comprando sus productos o servicios ofrecidos por la empresa reside en presentarles algo más, relacionado con la atención brindada.

Hoy en día los clientes le dan más importancia a los atributos intangibles de los productos que consumen, es decir, a los servicios. Esto ha contribuido a que las empresas se orienten en la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los clientes como forma de sostener su ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante.

El servicio al cliente es muy importante de no olvidar ya que los clientes satisfechos generan credibilidad para la empresa aseguradora y asimismo crecen sus utilidades. Es importante hacer notar que el volumen de pólizas emitidas, no es un elemento suficiente para formular juicios sobre el desempeño de una compañía aseguradora, actualmente se ha dado la situación que las ventas en los seguros han disminuido, de tal forma que afecta a la compañía, los asegurados acuden a las oficinas de las aseguradoras para pedir información, dudas, o solicitar apoyo con sus reclamos.

Los asegurados acuden a llamar a cabina de las oficinas centrales para recibir apoyo por parte de atención al cliente por medio de call center, esto debido a la falta de comunicación de los agentes con sus clientes, ya que no actualizan datos importantes como lo es el número de teléfono de sus clientes, la dirección de domicilio y pierden comunicación con los sus asegurados debido a esto se abocan a llamar a la oficina de seguros del departamento de Chiquimula.

Comentan que sus inquietudes en el servicio que prestan sus asesores incluso hay varios asegurados que solicitan el cambio de agente inmediatamente, porque no son bien atendidos o tienen una mala experiencia con la persona encargada de apoyarlos en algún momento de información, también se da la situación que cuando un agente va al campo a trabajar o vender el producto hay personas que ya están sabidas por clientes que no están satisfechas con la calidad en el servicio al cliente y es allí donde pierden la confianza y no cierran negocios.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo se califica el servicio al cliente de los agentes de seguros en el departamento de Chiquimula?

1.3 Objetivos de investigación

Se plantea los objetivos según se establece los factores de calidad del servicio al cliente en los agentes de seguros en el departamento de Chiquimula, los cuales son fundamentales para la aplicación de la misma, con el fin de mejorar la atención que los agentes brindan a sus clientes e incrementar las ventas de seguros en el departamento de Chiquimula.

1.3.1 Objetivo general

Determinar la calidad del servicio al cliente en los agentes de seguros en el departamento de Chiquimula.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Comprobar cómo califica el servicio el asegurado en los procesos de reclamos de los seguros.
2. Determinar si los asegurados tienen conocimiento de las condiciones de su póliza de seguro.
3. Identificar si los agentes tienen comunicación con sus asegurados
4. Conocer las expectativas del asegurado al momento de adquirir una póliza de seguros en las compañías aseguradoras en el departamento de Chiquimula
5. Verificar si existe confianza entre el asegurado y el agente de seguros en el departamento de Chiquimula

1.4 Definir el tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizó fue descriptiva, razón por la cual, el planteamiento de objetivos basta; no siendo necesario por causa de ello, la definición de variables dependientes e independientes, ni el emplazamiento de una hipótesis. Permite estudiar y evaluar el comportamiento de los asegurados, con relación a la atención que le brinda el agente al asegurado, en el departamento de Chiquimula.

1.4.1 Investigación descriptiva

Para la realización de la investigación descriptiva se utilizó un cuestionario que permitió obtener la información que afirma la investigación, se realizó un diagnóstico sobre el estado actual con la atención al cliente que se le brinda al asegurado.

1.5 Sujeto de investigación

Los sujetos de la investigación lo conforman los asegurados de las compañías de seguros, seguros G&T, Aseguradora General, Seguros El Roble, Seguros Universales en agencias del departamento de Chiquimula, la información se tomó por medio de las agencias aseguradoras las cuales se detallan a continuación.

Cuadro 1 Compañías aseguradoras en el departamento de Chiquimula

| No. | Compañías | Clientes |
|------------|---------------------|-----------------|
| 1 | Seguros G&T | 140 |
| 2 | Seguros Universales | 80 |
| 3 | Aseguradora General | 85 |
| 4 | Seguros el Roble | 75 |
| | TOTAL | 380 |

Fuente: elaboración propia, 2019

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

El tiempo comprendido que se realizó la investigación fue entre el mes de abril al mes de julio del año 2,019.

1.6.2 Geográfico

La investigación se efectuó en el departamento de Chiquimula.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo de la muestra finita

En la investigación se utilizó una muestra finita. Con la aplicación de la fórmula se obtuvo una muestra de 192 asegurados a los cuales se les aplicó un cuestionario.

N= tamaño de la muestra

Z= parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

e= error de estimación máximo aceptado

p= probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q= (1- p)= probabilidad que no ocurra el evento estudiado

$$N = \frac{Z^2 (p) (q) N}{e^2 (N-1) + Z^2 (p) (q)}$$
$$N = \frac{3.8416 (0.5) (0.5) 380}{0.0025 (379) + 3.8416 (0.5)(0.5)}$$
$$N = \frac{364.96}{1.9079}$$

$$N = 192$$

1.8 Definición de los instrumentos de investigación

Para realizar esta investigación se tomó la técnica de encuesta, utilizando el instrumento de cuestionario, asimismo redactando una serie de preguntas de tipo cerradas, para obtener información y así proceder a cuantificar los resultados.

1.9 Recolección de datos

El trabajo de campo se llevó a cabo con los asegurados, en donde se obtuvo una respuesta positiva para realizar el cuestionario. Para recolectar información bibliográfica, se utilizó libros, la web y otros documentos, los cuales sirvieron para investigar sobre el servicio al cliente. La revisión de los resultados se realizó mediante el análisis de éstos para documentarlos y presentar conclusiones y recomendaciones necesarias para la investigación.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Se realizó mediante el vaciado de los datos utilizando el programa de microsoft Excel, lo que se pudo medir la información obtenida mediante el uso de los instrumentos de la investigación.

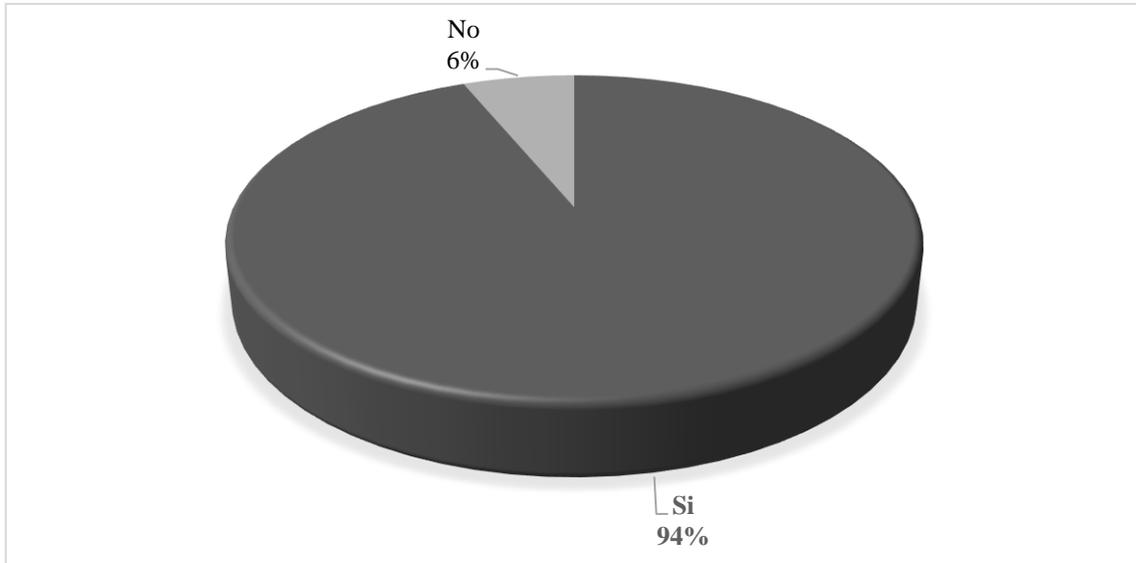
Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

Gráfica 1

¿Cuenta usted con agente de seguros?



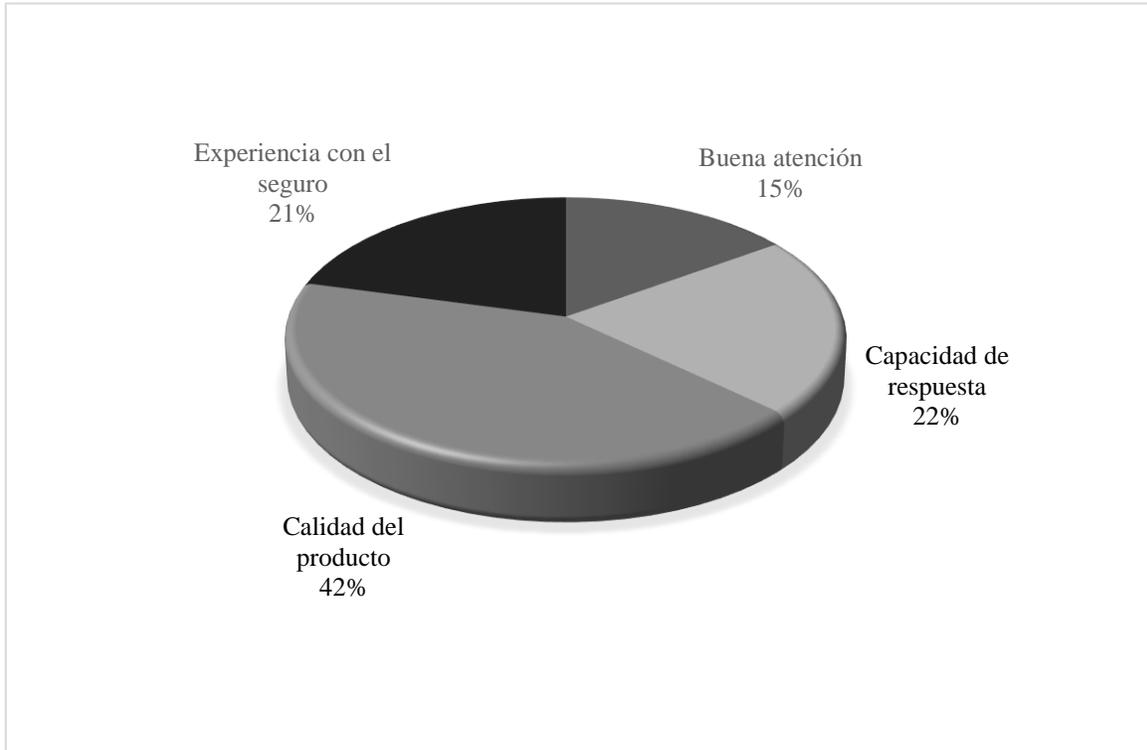
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

El resultado de esta información es que el 94% cuenta con un asesor agente quien es la persona que tiene a cargo la responsabilidad de velar por su cartera de clientes y brindarles un buen servicio, el 6% contestaron que no cuentan con un agente, esta parte es por que adquirió el seguro en la agencia de una compañía, es muy importante determinar que más del 90% de los clientes tienen la posibilidad de estar satisfechos con el servicio ya que tienen asignado un agente para resolver todas inquietudes, servicio y solicitudes de reclamos.

Gráfica 2

¿Cuáles fueron sus expectativas al momento de adquirir un seguro?



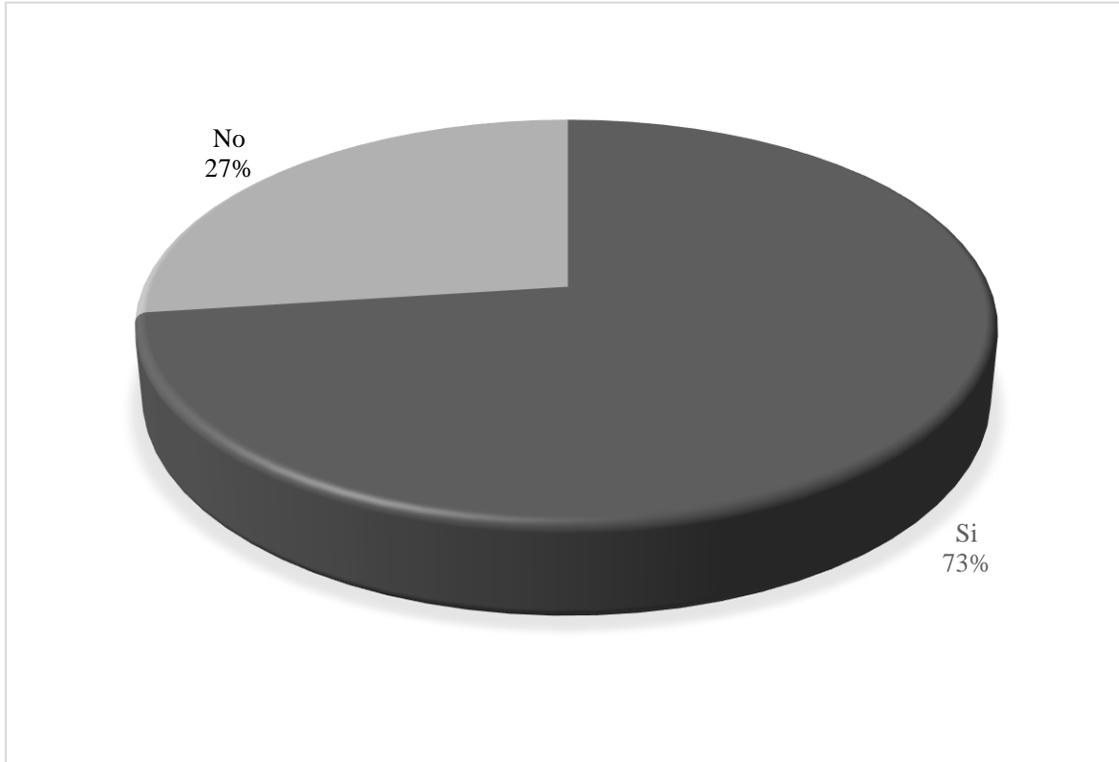
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Se puede observar, la mayoría de los agentes contestaron que la calidad de producto fue uno de los factores más importantes para adquirir un seguro con la participación del 42%, el otro obtuvo el 22% que fue la de la capacidad de respuesta en un agente, el 21% respondió que la experiencia en los seguros de los agentes tiene importancia al momento de presentarles el servicio, el 15% comenta que por la atención que le brindó el agente adquirieron el seguro, esta parte debería de ser el porcentaje más elevado, ya que teniendo una buena atención de los agentes hacia los asegurados obtendría más credibilidad.

Gráfica 3

¿El agente de seguros le ha fallado al momento en cuanto a la espera de sus consultas?



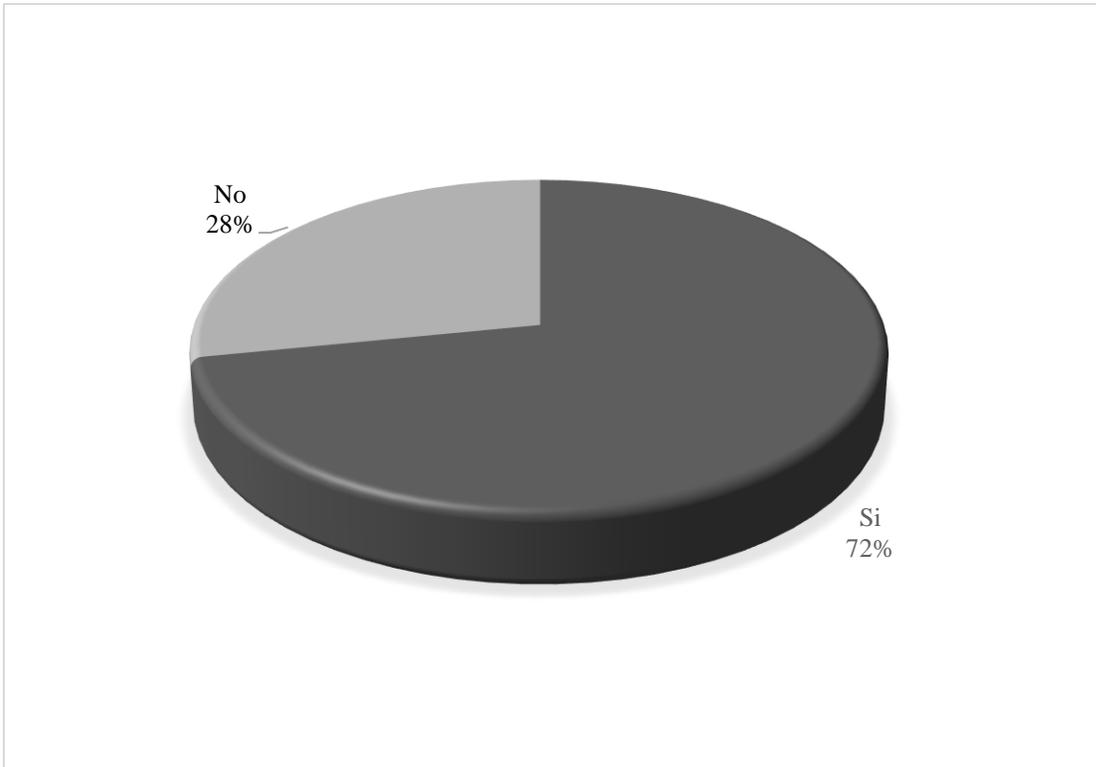
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Se observa que la mayoría con un 73% respondió que si les han fallado al momento de esperar con sus consultas y respondieron con mucha molestia, ya que en la situación de hacer uso del seguro necesitan de su asesor para que les oriente de cómo es el procedimiento a seguir para un reclamo de gastos por reembolso, por reclamo de fallecimiento o por siniestros de automóvil, el 27% comentan que no, sus agentes no les han fallado al momento que presentan un inquietud o duda respecto al seguro que tienen contratado con la compañía, comentaron que hay agentes responsables que están pendientes de ellos y en ocasiones a principio de cada año reciben una llamada del agente o una visita con su respectivo detalle de regalos como: calendarios, agendas, llaveros, lapiceros, son asegurados satisfechos.

Gráfica 4

¿El agente de seguros le brindó una inducción o explicación de las condiciones de la póliza?



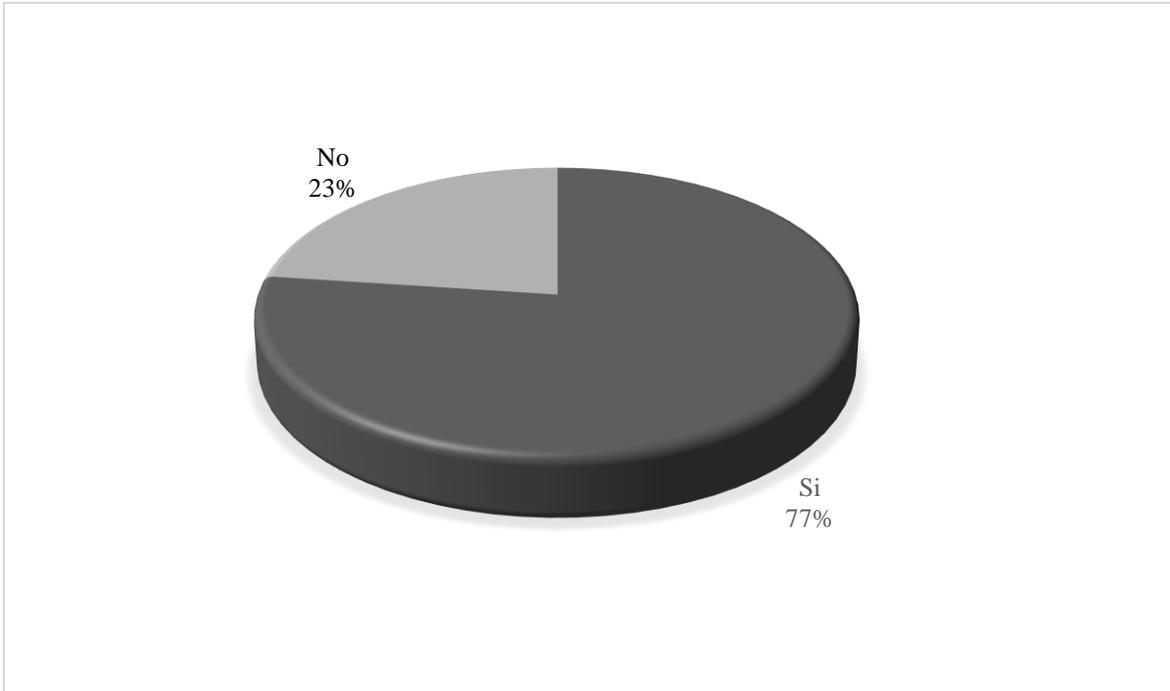
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

En la gráfica se detalla que el 28% de las personas no tuvieron una explicación acerca de las condiciones de su póliza y esto debería de ser que el 100% estén informados de cómo se maneja una póliza para que quede claro sus dudas, esta parte es muy importante tener el conocimiento porque los asegurados comentaron que han escuchado rumores que la compañía de seguros no responden si la póliza esta caducada y no actualizaron los pagos, porque no estaban enterados de los cambios que afectaron su proyección del seguro, el 72% respondió que sí están enterados de las condiciones de su seguro y que su agente en su debido momento les transmitió la información, los agentes en la actualidad tienen más cuidado para no hacer pasar esa información importante.

Gráfica 5

¿El agente es de su confianza?



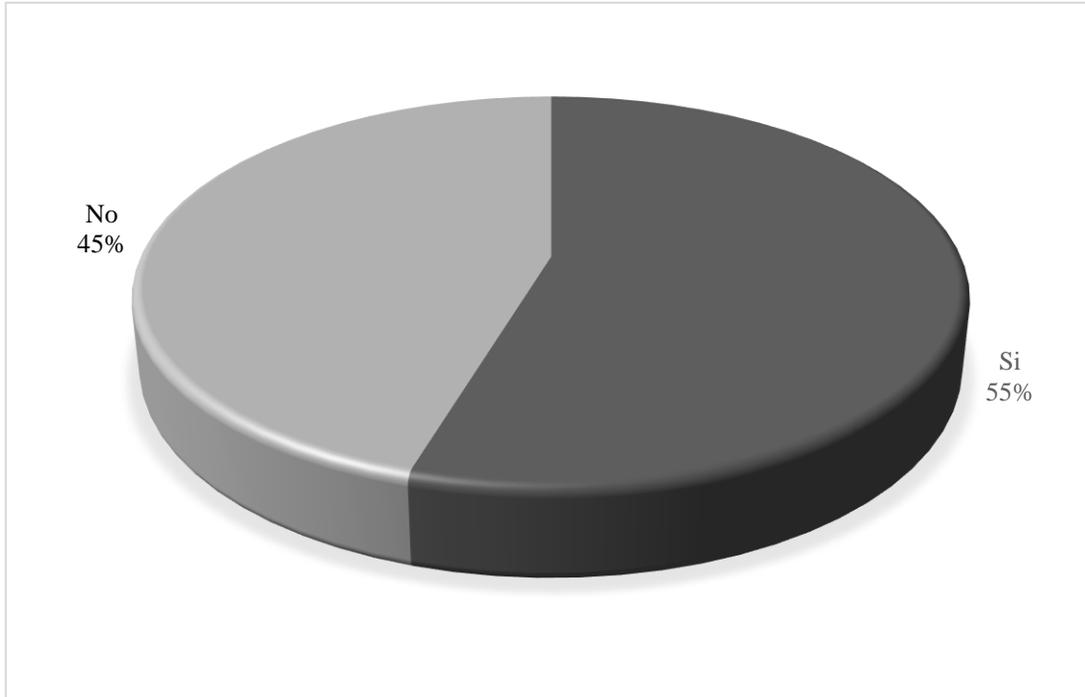
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Se observa que el 77% de los asegurados tienen asignado a un agente para que les apoye con sus consultas a la hora que tenga un reclamo o hagan uso del seguro y comentan que tienen confianza en el asesor. En la actualidad las compañías han implementado estrategias de cobro por medio de teléfono, como: llamadas, mensajes, correo electrónico y tele cobros para dar un mejor servicio y que las personas aseguradas tengan la tranquilidad que sus pagos están emitidos. Y por otra parte el 23% no tiene confianza con el agente porque comentan que han tenido mala experiencia con sus pagos que no son pagados a tiempo y eso hace que el agente no sea confiable.

Gráfica 6

¿Cuándo necesita llamar a su agente le responde inmediatamente?



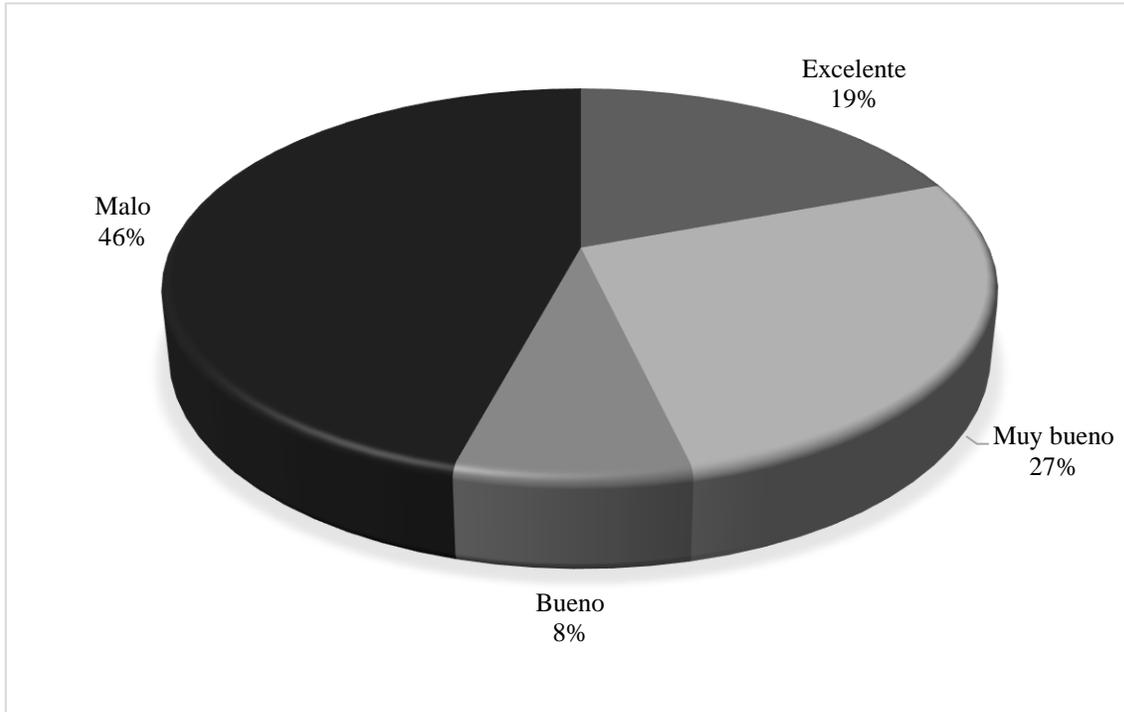
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Cuando ocurre un siniestro el asegurado llama a su agente y el 55% comentan que si responden inmediatamente su llamada, por otro lado el 45% respondió que no les contesta inmediatamente el agente y acuden a llamar a la central de la compañía, para que las personas que están en cabina los apoyen con sus requerimientos, en estos resultados se da a conocer el problema que hay con la atención inmediata de un agente a su asegurado porque los porcentajes están casi iguales y lo ideal es que se cumpliera que la mayoría de asegurados estén contentos con la respuesta inmediata del agente de seguros.

Gráfica 7

¿Cómo califica usted la atención que le brinda su agente a la hora de resolver sus consultas?



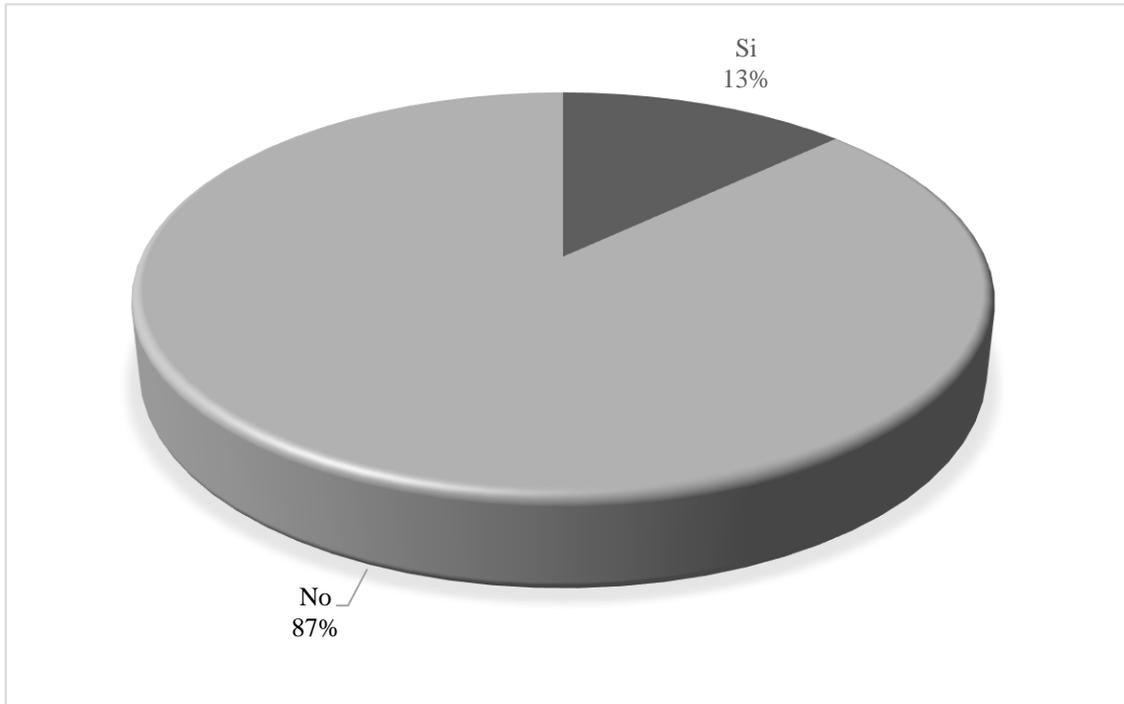
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Se observa que la mayoría de los asegurados califica la atención que le brinda un agente como malo con una participación del 46% es de preocuparse con este porcentaje, porque es la mitad de los asegurados que no están satisfechos con el servicio que les brinda su agente y el por lo contrario el 27% indicó que el servicio es muy bueno, se puede decir que hay un problema porque el porcentaje alto debería ser un excelente servicio. El 19% respondió que la atención es excelente y el otro fue de 8% que indicaron que el servicio es bueno.

Gráfica 8

¿La atención que recibe es personalizada?



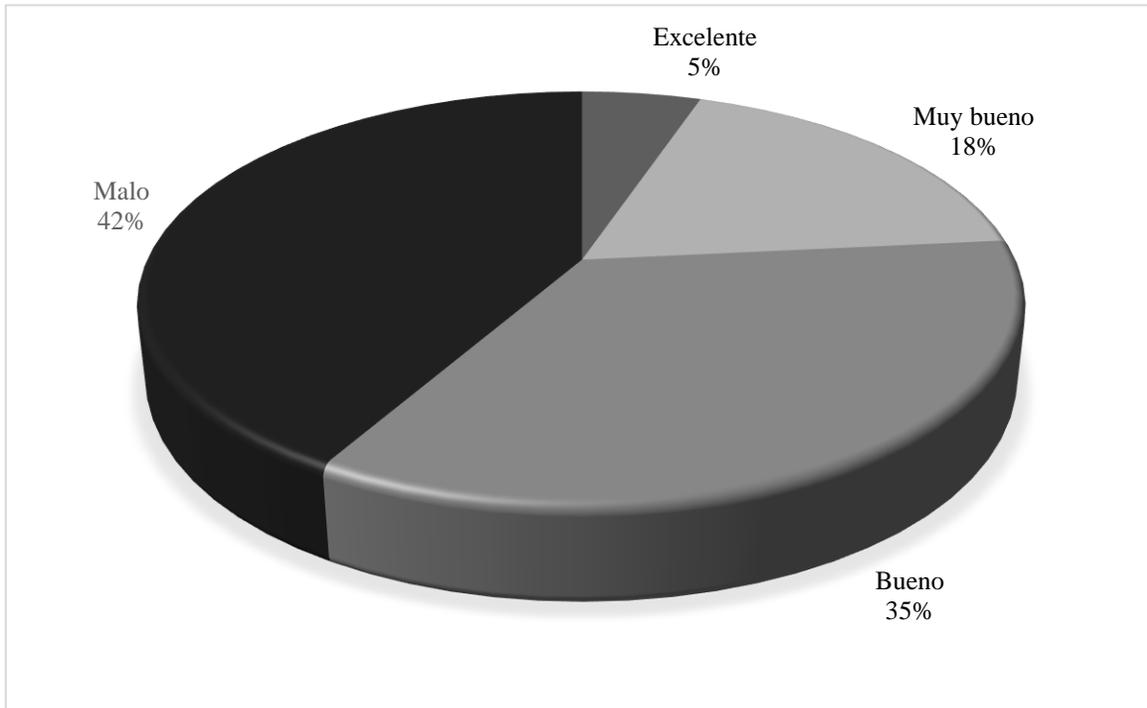
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Como se puede observar que el 87% de los asegurados indicaron que no tienen un servicio personalizado, la mayoría se comunica por medio del teléfono, también comentaron que solo programan cita para mostrarles un nuevo producto o servicio y no para conocer como les fue con la experiencia de hacer uso del seguro de gastos médicos, que es el que lleva un procedimiento muy complejo y el 13% indicó que sus agentes les brindan un servicio personalizado en esta parte puede ser que los visitaron para ofrecerles un nuevo plan o ampliar las sumas aseguradas de su seguro.

Gráfica 9

¿Cómo califica el tiempo de espera para resolver su reclamo?



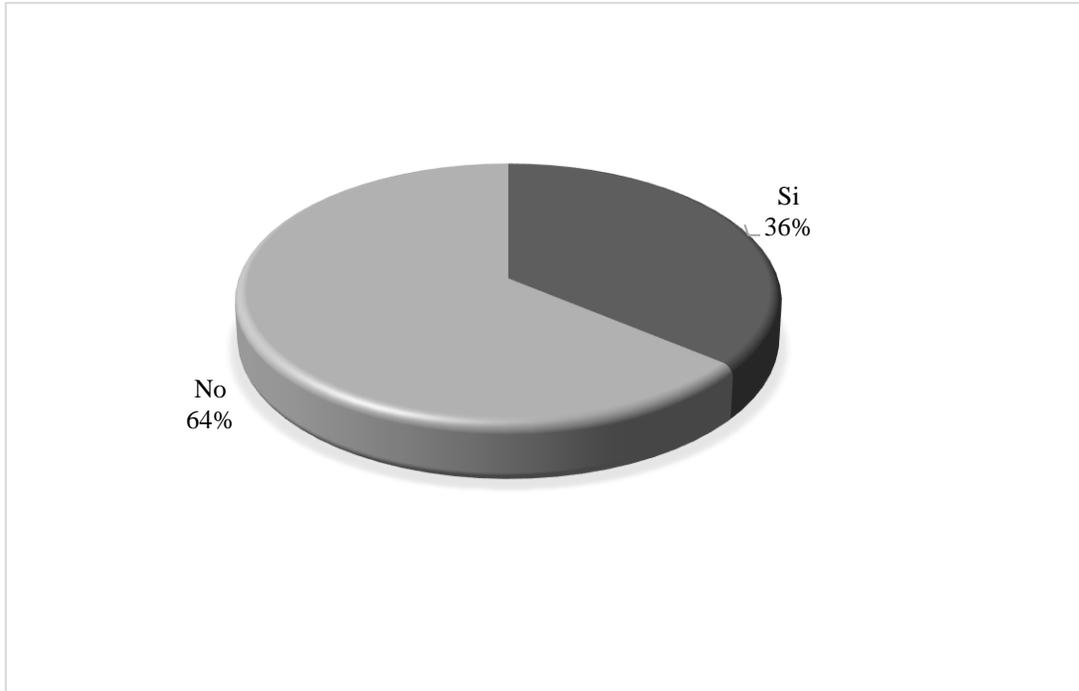
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Se puede observar que el 42% de los asegurados califica malo el tiempo de espera para resolver un reclamo, el otro 35% respondió que es bueno el tiempo que tienen que esperar para resolverles un reclamo de un siniestro, el 18% califica como muy bueno y el otro 5% indica que es excelente el tiempo de espera, la cual es un problema porque los clientes no están satisfechos con ese servicio. Los asegurados indicaron que es molesto la parte de esperar que le solucionen un reclamo y esto es más común en los seguros de automóvil, porque se genera un proceso en distintas áreas de siniestros como lo es, la evaluación del carro por pérdida total, emisión de cotizaciones y las autorizaciones de las mismas, además de cumplir los requisitos de papelería que el asegurado debe presentar.

Gráfica 10

¿Es efectiva la comunicación que tiene usted con su agente?



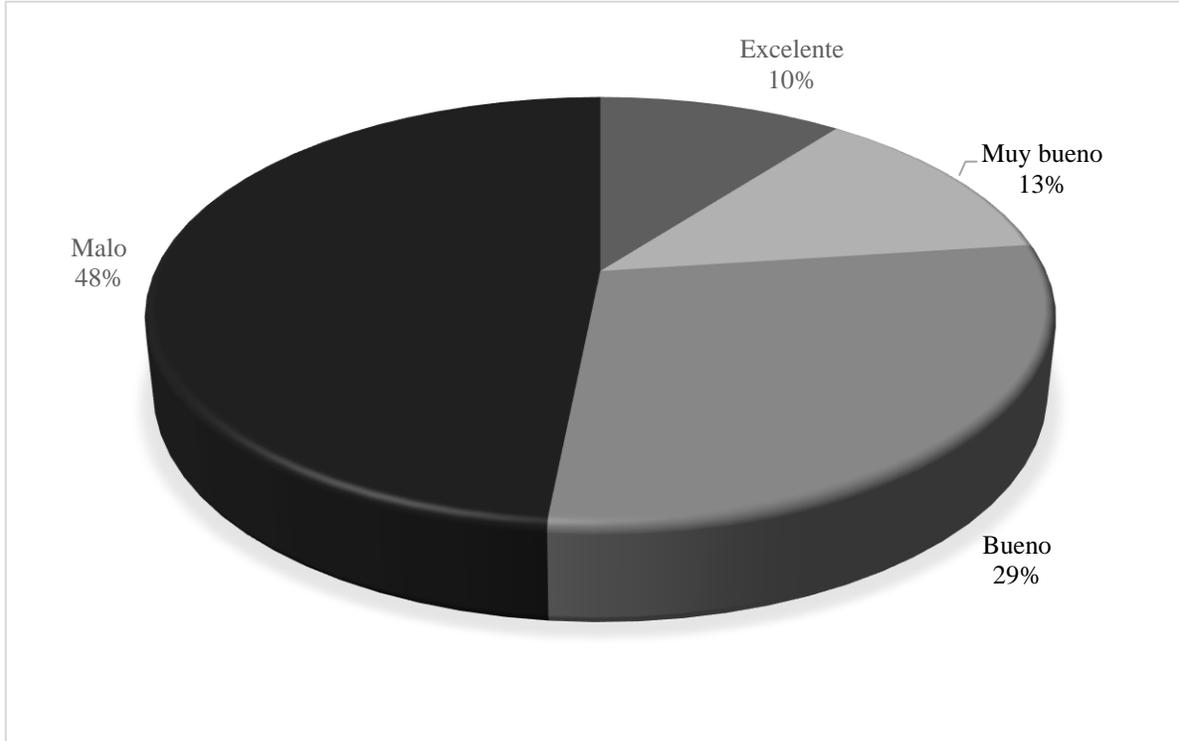
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

La mayoría de los asegurados no están satisfechos con la comunicación que tienen con su agente con una participación del 64% comentaron los asegurados que no es frecuente que los agentes llamen para preguntar cómo les atendieron ante un siniestro o un reclamo en particular, y por el contrario el 36% indicaron que si tienen comunicación con su asesor de seguros, en esta parte son asegurados que están satisfechos con el seguimiento que el agente les proporciona a la hora de realizar un reclamo puede ser de fallecimiento, automóvil o de gastos médicos con el fin de cerrar el servicio.

Gráfica 11

¿Cómo califica usted la calidad de servicio que le presta su agente de seguros?



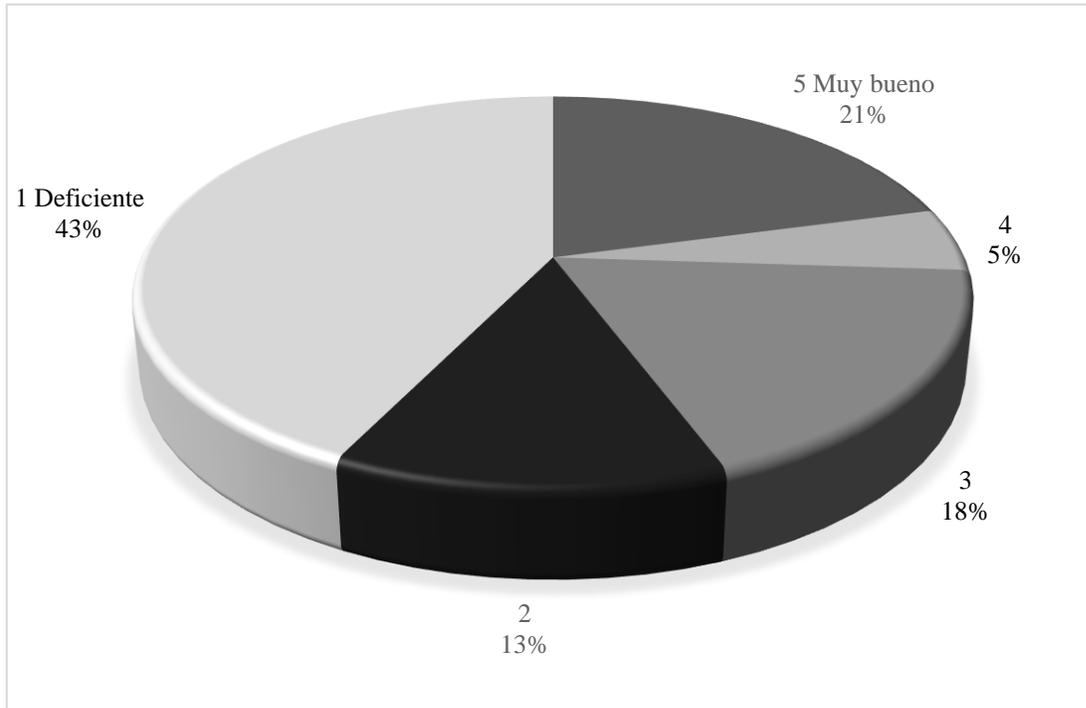
Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

En esta gráfica se observa que los asegurados califican la calidad del servicio como malo con una participación del 48% y el otro lado el 29% indicó que es bueno, el 13% respondió que es muy bueno y el 10% indicó que es excelente. Este es un problema porque los asegurados no están satisfechos con la calidad que les brinda los agentes de seguros en el departamento de Chiquimula, comentaron que les han fallado con la atención, el seguimiento de sus reclamos, con la respuesta inmediata para un reembolso de gastos médicos o de automóvil, en pocos casos los reclamos de fallecimiento se demora el pago del mismo, ya que son diferentes políticas para hacer uso del seguro.

Gráfica 12

¿Dentro de qué rango considera usted que le atendió sus consultas según la experiencia y el conocimiento necesarios para brindarle un mejor servicio?



Fuente: elaboración propia, 2019

Análisis

Se observó que los asegurados no están satisfechos con el servicio que le brinda su agente según la experiencia y el conocimiento para resolverles sus consultas, esto debido que el 43% de los asegurados contestó que es deficiente la experiencia que tiene el agente cuando el asegurado acude a él para que le resuelva unas dudas o consultas que tenga con el seguro, y el 21% contestó que es muy bueno, en esta grafica debería de reflejarse que el servicio que le presta el agente a los asegurados es excelente, ya que por medio de la experiencia los asesores deben responder con seguridad de lo que están vendiendo.

Capítulo 3

Discusión y análisis

3.1 Extrapolación

Según Estrada (2007) menciona el servicio como:

El servicio como factor clave del éxito, la calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. El servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general. (p. 9).

Las empresas exitosas poseen un servicio de calidad ante los clientes porque tienen el conocimiento que es una herramienta muy importante para vender sus productos o servicios con la finalidad de incrementar sus ventas.

Según el autor Tschohl (2011) indica que

La mentalidad de servicio, que se logra por medio de la capacitación, incrementa la credibilidad de la fuerza de mercadotecnia. Si los clientes desarrollan una actitud de rechazo hacia la empresa, debido a la forma como se les trata (o no se les trata), la empresa pierde credibilidad. En consecuencia, los clientes no se muestran predispuestos a reaccionar, de la forma que se espera, a los mensajes publicitarios que reciben de la empresa. (p. 348)

A través de la investigación se determinó que los asegurados perdieron la confianza a los agentes por una mala experiencia porque la mayoría de los clientes les pagan su prima mensual, trimestral, semestral y anual, estos no presentan la prima a tiempo y los clientes reciben llamadas de telecobros indicándoles que su seguro no está al día con las cuotas, esto es molesto para los clientes por esa razón pierden credibilidad ante la empresa.

Las empresas están preocupadas por situaciones que se están dando en la actualidad acerca de la desconfianza que existe entre asegurado y el agente, se ven obligados a introducir estrategias de cobros para que sus clientes estén seguros de sus pagos correspondientes a su póliza.

Según Pérez (2006) menciona el servicio al cliente como:

La calidad en la atención en el cliente representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes respecto a la oferta que realcen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa. Esto hace que cualquier empresa que posea una política de calidad de servicios que sea competitiva obtenga una clara diferenciación con respecto a lo que hacen otras empresas en el mismo mercado. (p. 8)

En la investigación se determinó que los agentes de seguros en el departamento de Chiquimula, no cuentan con la calidad de atención al cliente que le permite cumplir los requerimientos de los asegurados, estos demandan más atención y resolver sus inquietudes.

Para Daniel (2006):

La calidad es la medida de la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad, soluciona un problema o agrega valor para alguien. Las cosas tangibles pueden ser comparadas entre sí para observar su proximidad al ideal o standard, pero tratándose de servicio y de las diferentes percepciones de los clientes, la mayor calidad no la dará el apego a un standard, sino la superación de las expectativas que cada cliente tenga de lo recibido. (p.25)

En la investigación, la mayoría de los asegurados manifestaron que según la experiencia que obtuvo con un agente ese es la expectativa que tiene acerca del servicio al cliente que la empresa o compañía de seguros puede ofrecer ante un determinado cliente. Las empresas tienen el riesgo que los asegurados que no están satisfechos con la atención brindada pueden causarles pérdidas por un rumor o comentario negativo del servicio.

Según Pérez Porto y Gardey. (2,019)

La acción de satisfacer o satisfacerse se conoce como satisfacción. El término puede referirse a saciar un apetito, compensar una exigencia, pagar lo que se debe, deshacer un agravio o premiar un mérito. Los beneficios de la satisfacción al cliente son numerosos: un cliente satisfecho es fiel a la compañía, suele volver a comprar y comunica sus experiencias positivas en su entorno. Es importante, por lo tanto, controlar las expectativas del cliente de manera periódica para que la empresa esté actualizada en su oferta y proporcione aquello que el comprador busca.

<https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>) Publicado: 2011. Actualizado: 2014.

Recuperado el 25 de Julio 2019

La satisfacción y la percepción de valor son conceptos relacionados, pero distintos. Las organizaciones eficientes reconocen que aun cuando están ofreciendo las características de un producto o servicio a sus clientes, lo que estos realmente están comprando son los beneficios que proporcionan dichos productos y servicios. La percepción de valor es el punto de vista de los clientes respecto de esos beneficios. La satisfacción del cliente, por otro lado, se centra en cómo se sintió éste la última vez que compro un producto o servicio. (C. S. Summers. 2006, p. 61)

A través de los resultados obtenidos se demostró que los agentes tienen que proporcionar un servicio de calidad, ya que ellos son los representantes de una compañía de seguros prestigiosa, el precio de los seguros de automóvil y de gastos médicos son elevados por lo cual demandan de un servicio que satisfaga al cliente porque están comprando un seguro caro para que les den una calidad de atención cuando lo necesiten.

Según Kotler y Keller (2010)

Satisfacción es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia de un producto (o los resultados) con expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente muy satisfecho o encantado. (p. 144).

Para los asegurados encuestados en el departamento de Chiquimula, calificaron el servicio de los agentes como malo lo cual no están satisfechos cuando fueron atendidos, cuando querían resolver unas consultas o no atendían inmediatamente sus llamadas para que los agentes les indicaran como reclamar un seguro por medio de reembolso o pago directo, los seguros de gastos médicos son los más usados por los asegurados ya que las enfermedades de un día para otro se puede manifestar.

Los asegurados que utilizan el seguro de automóvil no están satisfechos con el servicio que le brinda el agente, cuando ocurre un siniestro el asegurado inmediatamente llama a su agente para que este le explique el proceso de llamar a cabina, para que les manden inmediatamente un ajustador, lo cual este proceso es muy lento, el ajustador llega al lugar del siniestro de una hora a dos horas para esto es molesto que el cliente espere para que se apoyado por la aseguradora, para el cliente el servicio que le brindaron no lleno la expectativas para estar satisfechos.

Según Lovelock y Wirtz (2009) “Las empresas deben asegurarse de que la información que proporcionan es oportuna y precisa, porque si es incorrecta puede molestar o perjudicar a los clientes.” (p. 78)

Según la investigación los asegurados en el departamento de Chiquimula indicaron que el agente no les dio la información completa de su póliza a la hora de adquirirla, esto se ve afectado cuando quieren hacer uso del seguro, porque en los seguros de gastos médicos se trabaja de dos maneras: pago directo y por medio de reembolso, cada uno lleva un proceso de reglamentos internos, por ejemplo: cuando una persona quiere usar el seguro de gastos médicos pero cuando compro el seguro ya tenía esa enfermedad la aseguradora no lo va autorizar ya que es una enfermedad preexistente y es donde los asegurados se molestan porque el agente no les dio bien la información acerca de las condiciones.

3.2 Hallazgos y análisis general

En la investigación se determinó que el 94% de los asegurados cuenta con agentes (asesor se seguro), la cual es un factor importante para las compañías de seguros porque ellos representan la parte del éxito de las empresas, son las personas que se dan a conocer en el campo, venden los productos o servicios de las compañías y brindan el servicio al cliente de manera constante.

Mediante los resultados obtenidos para esta investigación se demostró que los agentes no están cumpliendo con esta herramienta que es dar una buena calidad de servicio al asegurado, como lo dice los expertos, es una herramienta estratégica que le da un valor añadido a los productos ofrecidos, y no están compitiendo entre sí. La calidad en el servicio al cliente es fundamental para garantizar la rentabilidad y el éxito de cualquier empresa. Además de contribuir con la lealtad del consumidor hacia un producto o servicio, garantiza la viabilidad y éxito de la compañía dentro del mercado competitivo que existe en la actualidad.

Para las empresas el servicio al cliente de éxito es un elemento importante porque si los asegurados están contentos con la atención que el agente les brinda como servicio de calidad, seguridad, capacidad y confianza, se garantiza que se incrementara la demanda por la simple razón que un cliente está contento con su experiencia con los seguros.

Los clientes que están asegurados en la compañías de seguros en el departamento de Chiquimula, tomando en cuenta el servicio al cliente de los agentes de esa área se determinó que están insatisfechos por la atención brindada de parte de los asesores, se obtuvo resultados negativos de la calidad en el servicio porque los agentes solo pretende vender y luego se les olvida atender a sus clientes o darles un seguimiento como una atención.

Entre los principales hallazgos se puede mencionar: La mayoría de los asegurados tienen asignados a un agente, para que les preste el servicio, esto para la empresa es de mucho beneficio porque los asegurados no están desamparados y también para la empresa es una estrategia para poder realizar negocios nuevos o negocios cruzados, es decir; que los asegurados al conocer a su agente ellos mismo recomiendan a su asesor con otros familiares o personas que estén interesadas en un seguro.

Cuando se le preguntó a los asegurados cuales fueron sus expectativas al momento de adquirir un seguro ellos mencionaron que la calidad de producto les llamo la atención porque están ofreciendo y vendiendo un producto y servicio de las mejores compañías de seguros. También manifestaron que están insatisfechos con la respuesta inmediata de parte del agente de seguros ya que no responden a sus consultas de manera eficaz.

Según el resultado del estudio se verificó que los asegurados mencionan que cuando tienen un reclamo no obtienen una respuesta rápida para resolver las dudas que es cuando el agente tiene que asesorar a la persona afectada para verificar el proceso de dicho reclamo e indicarle que documentos tienen que presentar, pero los asegurados mencionan que los agentes no lo realizan. Los clientes están insatisfechos del servicio que les proporciona su agente.

Hay un punto muy importante y que no es bueno de olvidar es que los agentes no explican de todo las condiciones de la póliza que están adquiriendo los asegurados, la respuesta fue negativa y no les favorece a los asegurados porque a la hora que les ocurra un siniestro no van a tener conocimiento de que es lo que tienen derecho a reclamar.

Los asegurados comentaron que adquirieron un seguro para el bienestar de la familia, las pólizas de seguros médicos se pagan mensual y manejan varios planes que según la capacidad económica del cliente tienen la decisión de comprar el que mejor les convenga, pero así como es el precio alto así debería de ser el servicio que el cliente espera una atención que satisfaga sus consultas y que estas sean resultados inmediatos.

El servicio dependerá del seguro que los asegurados tengan, ya que son diferentes las condiciones de cada uno, los seguros de automóvil para presentar un reclamo por medio de reembolso se necesita de varios requisitos y papelería que adjuntar, para que el reclamo sea evaluado y asimismo autorizado para pagar el gasto, cuando es un seguro de gastos médicos hay dos opciones de reclamar o hacer uso del mismo, que es por medio de pago directo y por medio de reembolso el asegurado se acerca a la agencia de la empresa por los trámites de reembolso de gastos médicos y esperan una pronta respuesta, este es el proceso donde los asegurados tienden a molestarse por la falta de información de los encargados del área de reclamos de gastos médicos.

Los procesos de reclamos son lentos porque los asegurados solicitan reembolsos y no tienen la respuesta inmediatamente, pasa un largo tiempo para que le puedan resolver su caso y presentan malestar ya que tienen que estar llamando a la secretaria para preguntar cómo va el proceso de su situación.

Los asegurados no tienen confianza a los agentes de seguros, sin embargo son los que tienen mayor contacto con el usuario. El servicio al cliente es un factor importante porque si el cliente está satisfecho, nuevos consumidores se ven identificados para incrementar las ventas de las pólizas.

3.3 Conclusiones

De acuerdo a la pregunta planteada en la investigación, ¿Cómo califica el asegurado el servicio que le brinda el agente? Y según el estudio que se realizó el asegurado no califica a un 100% de excelencia en tal servicio sino al contrario la mayoría no está contenta con la atención que les gustaría tener como clientes de una compañía prestigiosa.

1. El servicio al cliente de los agentes independientes en el mercado de seguros en el departamento de Chiquimula, se califica como resultado negativo la atención que se le brinda al asegurado, el hecho de servir a un cliente a la hora de cerrar un negocio, ser amable o simplemente ser cortés; se requiere de entender a la persona que hay detrás del nombre –asegurado- es decir; analizar cuál es su necesidad prioritaria cuando tienen un reclamo y satisfacer esa necesidad. Una de las compañías aseguradoras mencionan que tienen servicio a con nivel superior mundial, pero basado en el estudio se determinó que no es así. En la práctica es reconocido que solo hay una manera de satisfacer al cliente y es precisamente dando más de lo que se espera y el asegurado se encuentra insatisfecho por el servicio recibido.

2. Para el asegurado es importante conocer de las condiciones que posee un seguro porque así tiene conocimiento de lo que se está enfrentando cuando sucede un siniestro, por lo cual, la mayoría de los clientes poseen esa información, cuando el agente le presentó el seguro al asegurado les dio una pequeña explicación de lo que se trata su seguro y cómo funciona cuando se presenta un siniestro.

3. La comunicación es de suma importancia entre un asegurado y su agente, pero se identificó que la mayor parte de los asegurados no tienen una comunicación con su asesor, el agente solo le interesa vender el producto y luego se les olvida su clientela, hay unos casos que el agente llama a su asegurado cada año para cobrar el pago de su póliza, no tiene una comunicación constante con el cliente y pierde oportunidades de realizar nuevos negocios o negocios cruzados y muchas veces el asegurado está interesado en adquirir otro seguro de automóvil, de vida o de gastos médicos pero por la falta de comunicación con su agente acude a las oficinas de las compañías aseguradoras.

4. Las expectativas que tiene el asegurado al adquirir un seguro fue la calidad del producto, las compañías de seguros responden por los servicios que la póliza tenga, si el asegurado tiene un seguro de gastos médicos la aseguradora vela por afiliar a los mejores doctores, los mejores hospitales, laboratorios entre otros, para que el cliente se sienta cómoda a la hora de poder hacer uso del seguro, de igual manera el seguro de automóvil trae muchos beneficios que son atractivos para los clientes. Es una fortaleza para la compañía de seguros brindarles a los asegurados la mejor calidad en un servicio (producto).

5. Por último, las compañías aseguradoras tienen que implementar estrategias de servicio que prestan los agentes, porque ellos son los que interactúan más con los asegurados, tienen que invertir en capacitaciones para los agentes y motivarlos a servir mejor, ya que dando un mejor servicio de calidad, confianza, eficaz, y sobre todo responder inmediatamente a sus inquietudes o necesidades que el asegurado posea.

Referencias

Estrada Vela, Williams. (2007). *Servicio y Atención al cliente*. Depósito legal en la biblioteca nacional del Perú.

Julián Pérez Porto y Ana Gardey. (2019, 25 de Julio) *Satisfacción del cliente*. Recuperado de <https://definicion.de/satisfaccion-del-cliente/>

Lovelock, Chistopher., y Wirtz, Jochen. (2009). *Marketing de servicios*. México: Pearson Educacion.

Pérez Torres, Vanesa. (2006). *Calidad Total en la atención al cliente*. España: Ideaspropias Editorial Vigo.

Summers, Donna (2006). *Administración de la Calidad*. México: Pearson Educación.

Tigani, Daniel. (2006). *Excelencia en Servicio*. Argentina: Editorial Duken.

Tschohl, John. (2011). *Servicio al cliente el arma secreta para la empresa que alcanza la excelencia*. 8ta edición. Estados Unidos: Service Quality Institute.

Anexos



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

La presente encuesta es una investigación acerca del servicio al cliente de los agentes independientes de seguros en el departamento de Chiquimula, por lo que solicito su apoyo con responder las siguientes preguntas, la información y resultados tendrá como finalidad adquirir conocimiento acerca del servicio al cliente.

Genero M F

Escolaridad: Primaria ____ Básico _____ Diversificado ____ Licenciatura _____

Edad 20 a 30 31 a 40 41 o mas

CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

1. Cuenta usted con un agente de seguros?

SI NO

2. Cuáles fueron sus expectativas al momento de adquirir un seguro.

Buena atención

Capacidad de respuesta

Calidad de producto

Experiencia con el seguro

3. El agente de seguros le ha fallado al momento en cuanto a la espera de sus consultas?

SI NO

4. El agente de seguros le brindo una inducción o explicación de las condiciones de la póliza?

SI NO

5. El agente es de su confianza?

SI NO

6. Cuando necesita llamar a su agente, le responde inmediatamente?

SI NO

7. Como califica usted la atención que le brinda su agente a la hora de resolver sus consultas?

EXCELENTE
MUY BUENO
BUENO
MALO

8. La atención que recibe es personalizada?

SI NO

9. Como califica el tiempo de espera para resolver su reclamo?

| | |
|-----------|--------------------------|
| EXCELENTE | <input type="checkbox"/> |
| MUY BUENO | <input type="checkbox"/> |
| BUENO | <input type="checkbox"/> |
| MALO | <input type="checkbox"/> |

10. Es efectiva la comunicación que tiene usted con su agente?

| | | | |
|----|--------------------------|----|--------------------------|
| SI | <input type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|----|--------------------------|

11. Como califica usted la calidad de servicio que le presta su agente de seguros?

| | |
|-----------|--------------------------|
| EXCELENTE | <input type="checkbox"/> |
| MUY BUENO | <input type="checkbox"/> |
| BUENO | <input type="checkbox"/> |
| MALO | <input type="checkbox"/> |

12. Dentro de que rango considera usted que le atendió sus consultas según la experiencia y el conocimiento necesarios para brindarle un mejor servicio? **(Siendo 5 Muy bueno y 1 Deficiente)**

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <input type="checkbox"/> |

Gracias por su colaboración