



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN MARKETING**

TEMA

**ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL BRÓKER
SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL
MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015**

AUTORA

ESTEFANIA MANTILLA

DIRECTOR

ING. SANTIAGO CARRASCO COBO

QUITO, ECUADOR

ENERO 2016

RESPONSABILIDAD

Del contenido total del presente Trabajo de Titulación me hago responsable.

Mariana Estefania Mantilla Jácome

C.C. 1002272381

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente Trabajo de Titulación ha sido desarrollado en su totalidad por la señorita Mariana Estefania Mantilla Jácome, bajo mi Dirección.

Ing. Santiago Carrasco Cobo

Director

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fortaleza para culminar el presente Trabajo de Titulación y así, cumplir con una meta más en mi vida; a mis padres, quienes a lo largo de mi vida me han impulsado a perseguir mis sueños y han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional.

Mi agradecimiento total a la Universidad Tecnológica Equinoccial por abrirme sus puertas dándome una beca deportiva la cual me ayudó a alcanzar este logro académico y brindarme más oportunidades, para mi desarrollo profesional, además por ser una fuente inagotable de conocimiento y a la vez poner en mi camino a personas muy valiosas que han aportado de manera positiva en mi vida estudiantil y personal; a todos los profesores que conocí durante mi carrera profesional ya que aportaron distintas enseñanzas, en especial, al Sr. Juan Mena., quien con sus conocimientos, su experiencia y su motivación ha cooperado para que siendo deportista pueda terminar mis estudios con éxito y mi más sincera gratitud al Ing. Santiago Carrasco por ser una excelente persona y guiarme en el desempeño de este trabajo.

DEDICATORIA

A mis padres, Jorge y Mariana, con mucho amor y cariño les dedico todo mi esfuerzo y perseverancia puestos para la realización del presente Trabajo de Titulación y a mis hermanos, Jorge, Fernando, Pablo y Ricardo por ser fuente de mi inspiración.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1 1

INTRODUCCIÓN 1

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 3

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA 3

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 4

1.4.1 OBJETIVO GENERAL 4

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... 4

1.5 JUSTIFICACIÓN..... 4

1.6 MARCO REFERENCIAL 5

1.6.1 MARKETING DE SERVICIOS 5

1.6.1.1 Concepto marketing de servicios 5

1.6.1.2 ¿Qué es un servicio? 6

1.6.1.3 Características del marketing de servicios 7

1.6.1.4 Marketing holístico de servicios 8

1.6.2 SERVICIO AL CLIENTE 9

1.6.2.1 Funciones del servicio al cliente 10

1.6.3 MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN 11

1.6.3.1 Como realizar una medición de la satisfacción 11

1.6.3.2 Herramientas 12

1.6.4	PLAN DE MEJORA	12
1.6.5	EL PRESTADOR DEL SERVICIO PARA EL ESTUDIO	15
1.6.6	EL BENEFICIARIO DEL SERVICIO PARA EL ESTUDIO.....	16

CAPÍTULO 2 **17**

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... **17**

2.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	17
2.2	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	17
2.3	FUENTES DE INFORMACIÓN EMPLEADAS.....	18
2.4	POBLACIÓN A INVESTIGAR.....	18
2.5	MUESTRA.....	19
2.6	TIPO DE MUESTREO.....	20
2.7	TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	20
2.7.1	ENTREVISTA	20
2.7.1.1	Objetivos de la entrevista.....	20
2.7.1.2	Determinación del perfil de los participantes de la entrevista	21
2.7.2	ENCUESTAS.....	22
2.7.2.1	Objetivos de las encuestas.....	22
2.7.3	ANÁLISIS DE EXPERIENCIA.....	23
2.7.3.1	Objetivos del análisis de experiencia	23
2.8	TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	23
2.9	HERRAMIENTAS PARA PROCESAR LA INFORMACIÓN.....	23

2.10 INFORME DE RESULTADOS	24
---	-----------

CAPÍTULO 3 **25**

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN **25**

3.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA **25**

3.1.1 ENTREVISTAS..... 25

3.1.1.1 Análisis de la información de las entrevistas 25

3.1.1.1.1 Entrevista a estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial 26

3.1.1.1.2 Entrevista a docentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial..... 32

3.1.1.1.3 Entrevista a personal administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial 39

3.1.1.2 Resumen de los resultados de las entrevistas..... 46

3.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA **49**

3.2.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LAS ENCUESTAS..... 49

3.2.1.1 Edad 49

3.2.1.2 Género..... 50

3.2.1.3 Pregunta 1: ¿Usted es? 50

3.2.1.4 Pregunta 2: ¿Ha utilizado el servicio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga? 51

3.2.1.5 Pregunta 3: ¿Por qué no ha utilizado el servicio del bróker Raúl Coka Barriga?..... 52

3.2.1.6 Pregunta 4: De los siguientes servicios que se detallan a continuación ¿Cuáles conocía usted que Raúl Coka Barriga le ofrece?..... 53

3.2.1.7 Pregunta 5: ¿Qué servicio es el que más ha utilizado del bróker de seguros? 54

3.2.1.8	Pregunta 6: Evalué el servicio recibido por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga	55
3.2.1.9	Pregunta 7: ¿Cuál es su impresión sobre el prestigio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	56
3.2.1.10	Pregunta 8: ¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga? .	57
3.2.1.11	Pregunta 9: Al momento del servicio ¿Qué es lo que usted aprecia más?	58
3.2.1.12	Pregunta 10: ¿Conoce el procedimiento de la utilización del bróker?	59
3.2.1.13	Pregunta 11: ¿Cree que el procedimiento de la utilización del bróker es adecuada?....	60
3.2.1.14	Pregunta 12: Califique los diferentes proceso de prestación de servicios que brinda el bróker de seguros Raúl Coka Barriga, donde 10 es la calificación más alta.	61
3.2.1.15	Pregunta 13: ¿Cómo evalúa los medios de comunicación y difusión de la información del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	62
3.2.1.16	Pregunta 14: Según su criterio ¿Qué ubicación sería la más conveniente para la oficina del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	63
3.2.1.17	Pregunta 15: ¿Califique la atención del personal de servicio al cliente?	64
3.2.1.18	Pregunta 16: ¿Cuáles son las tres principales características con las que cuenta el personal de atención al cliente?	65
3.2.1.19	Pregunta 17: Califique la gestión del personal del bróker de seguros Raúl Coka Barriga, donde 10 es la calificación más alta y 1 es la calificación más baja.....	66
3.2.1.20	Pregunta 18: ¿Con qué frecuencia ha utilizado el servicio el último año?	67
3.2.2	RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	67
3.3	EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN.....	71
3.3.1	FACTORES CLAVE DE MEDICIÓN.....	71

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA
UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

3.3.2	ATRIBUTOS ESPERADOS	73
3.3.3	ATRIBUTOS PERCIBIDOS	74
3.3.4	MATRIZ DE EXPERIENCIA	76
3.3.5	MEDICIÓN GENERAL COMPARATIVA	78
3.3.6	RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LA MATRIZ DE EXPERIENCIA	80

CAPÍTULO 4 **82**

DISCUSIÓN DE RESULTADOS..... **82**

4.1	CONCLUSIONES	82
4.2	RECOMENDACIONES	86

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... **92**

ANEXOS..... **94**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo plan de mejoras	15
Figura 3 Matriz de experiencia	77
Figura 4. Medición general comparativa	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Muestra	19
Tabla 2 Distribución de la muestra	20
Tabla 3 Principales hallazgos de la entrevista a estudiantes N°1	26
Tabla 4 Principales hallazgos de la entrevista a estudiantes N°2	28
Tabla 5 Principales hallazgos de la entrevista a estudiantes N°3	30
Tabla 6 Principales hallazgos de la entrevista a docentes N°1	32
Tabla 7 Principales hallazgos de la entrevista a docentes N°2	34
Tabla 8 Principales hallazgos de la entrevista a docentes N°3	37
Tabla 9 Principales hallazgos de la entrevista a personal administrativo N°1	39
Tabla 10 Principales hallazgos de la entrevista a personal administrativo N°2	42
Tabla 11 Principales hallazgos de la entrevista a personal administrativo N°3	44
Tabla 12 Expectativa frente a realidad.....	48
Tabla 13 Determinación de edad del público objetivo	49
Tabla 14 Determinación del género del público objetivo.....	50

Tabla 15 Determinación entre estudiantes y docentes / administrativos	50
Tabla 16 Nivel de utilización del bróker de seguros Raúl Coka Barriga.....	51
Tabla 17 Razones de no utilización del servicio.....	52
Tabla 18 Nivel de conocimiento de los servicios a disposición del cliente.....	53
Tabla 19 Determinación del servicio más utilizado.....	54
Tabla 20 Evaluación del servicio prestado por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga al cliente.....	55
Tabla 21 Determinación del prestigio del bróker entre los clientes.....	56
Tabla 22 Expectativas del cliente acerca del bróker de seguros	57
Tabla 23 Expectativas del cliente al momento del servicio	58
Tabla 24 Nivel de conocimiento acerca de la utilización del bróker	59
Tabla 25 Conocimiento acerca del procedimiento para la utilización del bróker.....	60
Tabla 26 Calificación de los servicios	61
Tabla 27 Evaluación de medios de comunicación y difusión.....	62
Tabla 28 Determinación de la ubicación más conveniente para la oficina del bróker de seguros Raúl Coka Barriga.....	63
Tabla 29 Calificación del personal de servicio al cliente	64
Tabla 30 Tres principales características con las que cuenta el personal de atención al cliente ..	65
Tabla 31 Calificación acerca de la gestión del personal del bróker.....	66
Tabla 32 Frecuencia de utilización del servicio.....	67
Tabla 33 Factores clave de medición.....	71

Tabla 34 Antes de vivir la experiencia Raúl Coka Barriga	73
Tabla 35 Cuadro de equivalencias	74
Tabla 36 Realidad que está viviendo el usuario de Raúl Coka Barriga.....	74
Tabla 37 Cuadro de equivalencias	75
Tabla 38 Matriz de experiencia.....	76
Tabla 39 Medición general comparativa.....	78
Tabla 40 Análisis de brechas	80
Tabla 41 Solución de problemas.....	87
Tabla 42 Calidez del personal.....	88
Tabla 43 Medios de comunicación y socialización	89
Tabla 44 Respaldo en el proceso	90
Tabla 45 Tiempo de espera por el reembolso	91

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Raúl Coka Barriga inició oficialmente sus operaciones en el Ecuador en 1973, comercializando seguro de transporte. Es uno de los principales asesores de seguros en el país, han logrado posicionar la empresa en el mercado ecuatoriano al mantener servicios y valores agregados diferenciadores.

Actualmente Raúl Coka Barriga presta sus servicios a algunas instituciones particulares como: escuelas, colegios y universidades del Ecuador. La Universidad Tecnológica Equinoccial es una de estas instituciones; la misma que trabaja con dos tipos de seguros, uno para estudiantes y otro para docentes / administrativos.

Raúl Coka Barriga provee a la universidad de 10200 pólizas para estudiantes y 682 pólizas para docentes / administrativos. El bróker ha puesto a disposición de los usuarios una oficina de la institución, dentro de las instalaciones de la universidad; la misma que cuenta con dos personas de servicio al cliente para brindar soluciones optimas a los asegurados.

Ni Raúl Coka Barriga, ni la Universidad Tecnológica Equinoccial han realizado estudios recientes de satisfacción, respecto al servicio brindado por parte del bróker de seguros. El mismo que parece ser un servicio de buena calidad.

Por esta razón se ha decidido realizar un estudio de satisfacción del servicio, que permita conocer si existe un buen o mal servicio, hacia los asegurados por parte de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

El proyecto de investigación será útil para la oficina de Raúl Coka Barriga en la Universidad Tecnológica Equinoccial Matriz Quito, puesto que le permitirá conocer a la misma, el nivel de satisfacción de servicio que están percibiendo sus clientes acorde con sus estrategias ya implementadas; así como también conocer que estrategias deberían implementarse para mejorar su servicio.

El no realizar un análisis sobre la percepción de este servicio, tendría una afección bilateral, ya que por el lado de la aseguradora no sería posible realizar un proceso de continua mejora y de esta manera obtener clientes con un mayor grado de satisfacción de acuerdo al servicio prestado; por otro lado la Universidad Tecnológica Equinoccial permanecería en desconocimiento sobre cuál es el nivel de satisfacción que está siendo percibido de este servicio, el mismo que es un beneficio que la misma otorga a todos sus estudiantes, así como también a docentes y empleados administrativos.

Al realizar este proyecto la oficina de la aseguradora Raúl Coka Barriga en la Universidad Tecnológica Equinoccial Matriz Quito, podrá realizar acciones de mejora y/o implementación de nuevas estrategias, que le permitan generar una mayor confianza y fidelidad de sus clientes, al obtener ello, se pueden abrir mejores y mayores contratos para la empresa a nivel provincial y/o nacional, ya que no se debe olvidar que los clientes de ahora, estudiantes, son futuros empresarios,

así como también la universidad cuenta con profesores que son componentes importantes de empresas públicas y/o privadas.

De igual manera el favorecimiento sería bilateral, pero en mayor porcentaje sería en este caso para el bróker de seguros, ya que al conocer y poder implementar nuevas estrategias no solo ayudaría a mejorar el servicio prestado en la oficina mencionada, si no que podría abrir grandes puertas para la empresa en general; la universidad sería beneficiada al conocer si los estudiantes, docentes y personal administrativo están satisfechos con el servicio que están recibiendo por parte de la aseguradora o no y de esta manera igual podría tomar acciones de corrección.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de satisfacción del servicio al cliente de seguros Raúl Coka Barriga en la UTE Matriz Quito para el mejoramiento de la atención a los usuarios?

1.3 Sistematización del problema

- ¿Cuál es la percepción que tienen actualmente los clientes de Raúl Coka Barriga, con relación al servicio que presta la misma?
- ¿Cuáles son las expectativas de los clientes que reciben el servicio de Raúl Coka Barriga?
- ¿Cuáles deberán ser las estrategias a implementarse para mejorar el nivel de servicio al cliente en la aseguradora Raúl Coka Barriga?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Realizar un análisis de satisfacción del servicio al cliente de seguros Raúl Coka Barriga en la UTE Matriz Quito para el mejoramiento de la atención a los usuarios, oct – dic 2015

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar cuál es la percepción que tienen actualmente los clientes del bróker de seguros Raúl Coka Barriga, con relación al servicio que prestan actualmente.
- Conocer cuáles son las expectativas de los clientes que reciben el servicio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga.
- Establecer cuáles deberán ser las estrategias a implementarse para mejorar la satisfacción de servicio al cliente.

1.5 Justificación

La justificación de la presente investigación es de tipo práctico. El análisis de satisfacción del servicio, del bróker de seguros Raúl Coka Barriga dentro de la Universidad Tecnológica Equinoccial; tiene como finalidad conocer cómo se encuentran los parámetros de atención y prestación de este servicio; en base a este análisis se determinara las falencias, así como fortalezas y en base a ello se emitirán propuestas que el bróker pueda implementar para mejorar la calidad de su servicio.

El establecer un adecuado plan de servicios favorecerá directamente al bróker de seguros Raúl Coka Barriga al ser la prestadora de servicio y una empresa multinacional que busca liderar en cada mercado atendido, pero además también contribuirá a la universidad al brindar un

beneficio a sus estudiantes, docentes y administrativos de alta calidad; el mismo que le da un valor agregado al servicio de enseñanza. Por otra parte no se puede olvidar que al mejorar la calidad de servicio, se generan clientes leales y satisfechos con la marca.

1.6 Marco referencial

1.6.1 Marketing de servicios

1.6.1.1 Concepto marketing de servicios

Según Lovelock y Wirtz (2015):

La creación de un concepto de servicio es el paso inicial para la construcción de un modelo de servicios general. Esta tarea enfoca la atención en la primera de las 8Ps, los elementos del producto. Todas las empresa de servicios enfrentan opciones con respecto a los tipos de productos que pueden ofrecer la manera de entregarlos a los clientes. Para entender mejor la naturaleza de los servicios, es útil distinguir entre el producto básico y los elementos complementarios que facilitan su uso y aumentan su valor para los clientes. Al hacer un diagrama de flujo de la secuencia de los encuentros que los clientes tienen con una organización de servicios, podemos entender la naturaleza de uno ya existente.

Los mercadólogos necesitan crear una oferta coherente, en la que cada elemento sea compatible con los demás, y en el que todos se refuercen mutuamente, reconociendo que una proposición de valor puede abarcar todo o parte del conjunto de beneficios que una empresa ofrece al mercado meta.

En ambientes competitivos, los mercadólogos de servicios necesitan enfocarse en la innovación, buscando la creación de nuevos servicios o la mejora de los existentes. La creación de nuevos servicios puede afectar al propio producto o a los procesos que se utilizan para crearlo. Incluso, a menudo la disponibilidad de nuevos procesos de entrega para servicios existentes cambia la naturaleza de la experiencia de servicio y crea nuevos beneficios (p.68).

1.6.1.2 ¿Qué es un servicio?

Según Kotler y Keller (2012) “Un servicio se define como cualquier acción o cometido esencialmente intangible que una parte ofrece a otra, sin que exista transmisión de propiedad. La prestación de los servicios puede estar vinculada o no con productos físicos” (p. 402). En este entorno se puede decir que los servicios son el conjunto de actividades y estrategias, que una compañía realiza con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor y lograr lealtad del mismo.

Lovelock y Gummensson (2004), citado por Lovelock y Wirtz (2015), afirman que: Los servicios implican un tipo de arrendamiento. Los clientes de servicios obtienen beneficios al alquilar el derecho de utilizar un objeto físico, al contratar un trabajo y la pericia de algún empleado, o al pagar por tener acceso a instalaciones y redes. (Muchos servicios incluyen los tres elementos.) El valor se crea cuando los clientes se benefician al obtener las experiencias y soluciones deseadas.

Cuando un cliente realiza el pago del uso temporal de un objeto o una instalación física, acceden a disfrutar del uso de cosas que no son posibles comprar, que no se puede justificar su compra o que prefieren no conservar ni almacenar después de su uso. (p. 98)

1.6.1.3 Características del marketing de servicios

Es necesario destacar que el marketing de servicios posee cuatro características distintivas según Kotler y Keller (2012):

- **Intangibilidad.-** A diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden experimentar a través de los sentidos antes de su adquisición (...)
- **Inseparabilidad.-** Los servicios se producen y se consumen a la vez. Éste no es el caso de los productos, que primero se fabrican, después se almacenan, posteriormente se distribuyen a través de numerosos vendedores, y finalmente se consumen. (...) Como el cliente estará presente durante la prestación del servicio, la interacción entre el cliente y proveedor es una de las características especiales del marketing de servicios.
- **Variabilidad.-** Los servicios son muy variables puesto que dependen de quién los presta, cuándo y dónde. (...) Los compradores de servicios son conscientes de esta alta variabilidad, por lo que generalmente se informan antes de contratar a un proveedor específico. (...)
- **Caducidad.-** Los servicios no se pueden almacenar. El carácter perecedero de los servicios no resulta problemático cuando la demanda es estable, pero cuando la demanda fluctúa, las empresas de servicios enfrentan dificultades. (...) (pp. 405 - 407).

La intangibilidad puede dificultar la selección de ofertas competitivas por parte del consumidor, mientras que la caducidad o imposibilidad de almacenamiento es un factor que aporta algo de incertidumbre al marketing de servicios. Estas características distintivas de los servicios, ayudan a los encargados del marketing a generar estrategias de gestión comercial, que vayan acorde a las situaciones que presenten cada servicio en su entorno.

Además es importante mencionar que para las empresas se ha vuelto un verdadero reto diferenciar sus productos, por esta razón han comenzado a recurrir a diferenciarse a través de los servicios que la compañía pueda prestar a los consumidores en las diferentes etapas de la compra (pre-venta, venta, post-venta). Es de esta manera como las empresas hoy en día buscan generar una buena auto reputación.

1.6.1.4 Marketing holístico de servicios

Según Kotler y Keller (2012):

En el marketing holístico de servicios es necesario un marketing externo, un marketing interno, y un marketing interactivo (...). El marketing externo describe el trabajo que hace una empresa para preparar un servicio, fijar su precio, distribuirlo y promoverlo. El marketing interno se refiere al trabajo que hace la empresa para capacitar y motivar a sus empleados para que brinden la mayor satisfacción posible al cliente. Berry afirma que la contribución más importante que puede hacer el departamento de marketing a una empresa de servicios es “conseguir con inteligencia que todas las personas de la organización practiquen el marketing (p.410).

Debido a que las interacciones con los servicios son complejas y se puede ver que son afectadas por múltiples causas resulta inminente adoptar una postura de marketing holístico, debido a las características anteriormente mencionadas; esta estrategia ayudará a darle un enfoque mayor al servicio que la empresa está prestando al consumidor, tanto internamente como externamente.

La calidad de los servicios se pone a prueba en cada interacción de la empresa con el cliente, como empresa es necesario tener en cuenta que los consumidores se forman varias expectativas

sobre el servicio y estas vienen de varias fuentes como: comentarios de personas conocidas, publicidad y/o experiencias previas; esto quiere decir que cuando el consumidor hace una compra ya tiene ciertas expectativas sobre el servicio, por lo cuál si el servicio alcanza o supera estas expectativas, la empresa comenzará a construir lealtad en sus clientes caso contrario perderá clientes.

1.6.2 Servicio al cliente

Según (Kotler P.), citado por Prieto Herrera, (2010), servicio “es un intangible cuyo valor agregado sólo se conoce cuando se observa. La naturaleza de ese valor está en la calidad del contacto personal llamado momento de la verdad”(p. 25). El servicio al cliente es parte fundamental del proceso de prestación ya que ayuda a establecer relaciones fuertes con los clientes.

Según Melara (2013), “El servicio al cliente son actividades que apoyan a la comercialización y post-venta del producto básico.” De esta manera el servicio al cliente puede estar presente como estrategia en las empresas que prestan servicios, elaboran productos físicos y/o mixtas.

Es indispensable marcar la diferencia que existe entre los servicios y servicio al cliente ya que al no diferenciarlos puede existir confusión al momento de plantear estrategias de marketing, esto puede suceder, frecuentemente cuando la organización tiene por producto la prestación de servicios.

1.6.2.1 Funciones del servicio al cliente

Según Escudero Serrano, (2012) las principales funciones de servicio al cliente son:

- Atender las llamadas de una forma profesional, cuando los clientes solicitan información, presenten quejas o reclamaciones.
- Desarrollar una escucha activa, para: informar y asesorar mejor al cliente, satisfacer sus necesidades y conseguir su fidelización.
- Estudiar la situación del cliente, para ayudarlo a elegir el producto o servicio que mejor se ajusta a sus necesidades.
- Realizar un seguimiento y control del cliente hasta su entera satisfacción.
- Detectar necesidades del cliente.
- Elaborar periódicamente un informe explicativo y mantener un registro con las reclamaciones y quejas atendidas.

El prestar la debida atención a cada una de las funciones mencionada por Escudero, permite a las empresas mantener un feedback actualizado acerca de la percepción del servicio que están prestando.

Uno de los principales factores claves al momento de tomar acciones de mejora es conocer la situación actual de la compañía determinada por quienes reciben el servicio, por lo tanto estas funciones son el camino correcto que debe tomarse.

1.6.3 Medición de la satisfacción

Antúnez Gordillo, (2014) asegura que:

“ La satisfacción del cliente es el resultado de comparar la expectativa que tiene el cliente con la percepción del servicio o producto que recibe. Cuando mejor sea la percepción del cliente del servicio recibido y más acorde sea con las expectativas del mismo, mayor será la satisfacción del cliente ante el servicio prestado por la empresa” (p. 129).

1.6.3.1 Como realizar una medición de la satisfacción

Kotler y Armtroug (2008), define la satisfacción del cliente como: “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percivido de un producto o servicio, con sus expectativas” (p. 40).

Según Kotler y Armtroug, la satisfacción del cliente depende del desempeño que este perciba de un servicio en cuanto a la entrega de valor en relación con sus expectativas. Cuando el desempeño del servicio no alcanza las expectativas, el usuario quedara insatisfecho; si el desempeño coincide con ellas, el usuario quedara satisfecho; si el desempeño revasa las expectativas, quedaran encantados.

Las empresas pueden utilizar varios metodos para medir la satisfacción de sus clientes entre los más comunes estan:

- Encuestas regulares: sirven para hacerlo de manera directa, hacer seguimiento al índice de abandono de los clientes.
- Cliente fantasma: donde pueden estar involucrados los directivos de la empresa.

1.6.3.2 Herramientas

- Entrevista personal
- Entrevista telefónica
- *Focus group*
- Encuestas
- Cliente fantasma
- Observación

1.6.4 Plan de mejora

Según Kotler, Gregor, y Rodgers, (1989), citado por Pimenta Da Gama y Martinez Ruiz, (2013) definen la auditoría del marketing como:

“Un análisis completo, sistemático, independiente y periodico de los objetivos, estrategias y actividades del marketing de una empresa –o unidad de negocio- con el fin de determinar los problemas y oportunidades y recomendar un plan de acción para mejorar el performance del marketing de la empresa” (p. S/N).

De acuerdo a lo expresado por los autores antes mencionados la auditoría de marketing se puede utilizar como una herramienta de diagnóstico, la misma que permite implementar mejoras en base a los resultados que se obtengan en el estudio. También es posible ver a esta herramienta como un método para mejorar la conciencia y el conocimiento del marketing en la empresa así como un instrumento de intervención y un agente de cambio.

Según Fernández (2007):

“Para que una empresa pueda responder ante los cambios que presenta su entorno y cumplir con los objetivos de su empresa, debe implantar un plan de mejora con la finalidad de detectar puntos débiles de la empresa, y de esta manera atacar las debilidades y plantear posibles soluciones al problema” (párr.1).

Lograr la excelencia en una compañía implica que la misma crezca en un ambiente de mejora continua en cada uno de los procesos que haya establecido para llegar al cliente. Es necesario que se tome en cuenta el aprendizaje de uno mismo así como aprender que es lo que la competencia está haciendo; se debe planificar para el futuro sin olvidar el entorno cambiante de la actualidad para que sus estrategias sean las más adecuadas y de rápida adaptación.

Fernández (2007) añade que “El plan de mejora no es un fin o una solución, es un mecanismo para identificar riesgos dentro de la empresa, y al estar concientes de ellos, poder trabajar en soluciones que generen mejores resultados” (párr.3). Planificar una estrategia, le permite a la compañía estar un paso adelante en el servicio que esta ofreciendo a su mercado meta. Para poder elaborar la estrategia, es primordial que se evalúe el entorno actual en el que se encuentra la compañía, una de las herramientas que ayudará a realizar este diagnóstico es el FODA, es decir, analizar internamente cuáles son las fortalezas y debilidades del actual plan de servicios, y cuáles son las oportunidades y amenazas que el mercado de los seguros puede presentar.

Es necesario señalar que el plantear estrategias permitirá al bróker que:

- Los procesos del servicio serán más competitivos y eficaces
- Tener un mayor control de las acciones que se emplearán para corregir así como de las estrategias que se implantarán.

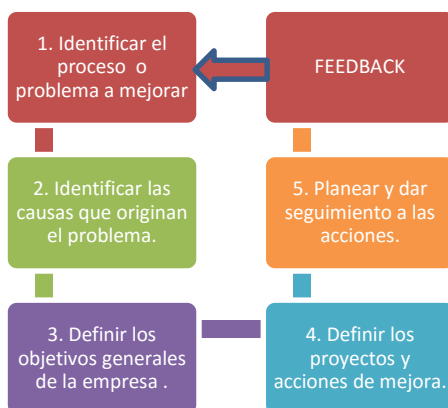
- Tener un proceso de retroalimentación que permitirá corregir en la marcha.
- Conocer a profundidad el proceso que se llevará a cabo para que la empresa sea más eficiente y eficaz al momento de prestar el servicio

El plan de mejoras debe estar dentro de los objetivos de la empresa como un proceso de mejora y adaptación al mercado continuas, de esta manera la empresa podrá estar a la vanguardia y atenta a cualquier estrategia de contrataque que la competencia pueda implementar, es la única manera de tener un liderazgo en el servicio, debido a la gran competencia que existe por atraer y conservar clientes.

El planteamiento del plan debe ser de una manera organizada, que permita priorizar las acciones y que estas tengan una correcta planificación. Su implantación y seguimiento debe orientarse a aumentar la calidad del servicio prestado por la aseguradora Raúl Coka a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

El plan de mejora debe seguir los siguientes pasos:

Figura 1 Modelo plan de mejoras



Fuente: Vásquez Luis, R. (2006). *Habilidades directivas y técnicas de liderazgo. Su aplicación en la gestión de equipos de trabajo*. España: Ideas propias. (p. 34-35)

Elaborado por: Estefania Mantilla

1.6.5 El prestador del servicio para el estudio

La actividad económica de una aseguradora es proveer un servicio de seguridad, cubriendo determinados riesgos económicos, dentro de los cuales se pueden destacar: accidentes, retrasos de vuelos, pérdida de equipaje, servicio exequial, emergencias médicas, etc.

Raúl Coka Barriga es uno de los principales asesores de seguros de Ecuador y México, al mantener servicios y valores agregados diferenciadores que han permitido posicionar a la Empresa en el mercado multinacional. Dentro de sus principales servicios se pueden encontrar:

- Orientación médica telefónica
- Club de beneficios Raúl Coka
- Asistencia Nacional en viajes
- Información 24h al día 365 días del año

- Servicio Exequial
- Crédito Hospitalario por accidente en emergencia.
- Ambulancia en emergencia.
- Ejecutivo Express asesoría personaliza en clínicas y hospitales

1.6.6 El beneficiario del servicio para el estudio

La Extensión Universitaria constituye uno de los fines de la educación superior y es función sustantiva de la Universidad Tecnológica Equinoccial, que promueve acciones de integración e interacción de la docencia e investigación aplicada, a fin de contribuir al desarrollo local y nacional de manera permanente.

En la Universidad Tecnológica Equinoccial se puede encontrar carreras de pre-grado, en la modalidad distancia y presencial, así como también de pos-grado en los campus: Quito, Sto. Domingo y Sta. Elena.

En el campus Matriz Quito, la universidad cuenta con seis facultades y oferta veintiséis carreras en pre-grado, la misma que la da un amplio portafolio en el ámbito educacional.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Tipo de investigación

Este estudio comienza con una investigación exploratoria, debido a que existe escasa información sobre la satisfacción en el servicio que presta la aseguradora Raúl Coka Barriga a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial; el primer paso fue investigar sobre lo que son los servicios y todo lo relacionado a la prestación del servicio; esta información se analizará de fuentes primarias, además se hará un levantamiento de información por lo cual el estudio también se basará en información de fuentes secundarias, como: encuestas, entrevistas y estudios no formales.

También se aplicó una investigación descriptiva ya que uno de los objetivos del estudio es el de describir las principales características de un amplio conjunto de datos, de forma que estas medidas reflejen lo más puntualmente las principales características de dicho conjunto, en el que se puede conocer situaciones que afectan al proceso de prestación de servicio y que se debe realizar para que el servicio de Raúl Coka sea mejor percibido por su mercado meta, a través de la descripción exacta de las actividades, estrategias, objetos, y procesos que usa la empresas para brindar este servicio.

2.2 Métodos de investigación

En la presente investigación se utilizó el método inductivo-deductivo, ya que se busca como mejorar el servicio a partir de una investigación de la situación actual del servicio prestado

por la aseguradora Raúl Coka Barriga a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

El método inductivo se caracteriza por estudiar los fenómenos desde las partes hacia el todo, es decir analiza los elementos del todo para llegar a un concepto o ley. También se puede decir que sigue un proceso analítico-sintético, en el que se puede seguir una estructuración de observación, experimentación, comparación, abstracción y generalización de todos los datos obtenidos.

Y el método deductivo, realiza lo contrario; efectúa un estudio desde el exterior, hacia el interior. Es decir, estudia un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes. Lo cual hace que sea un proceso sintético-analítico. Este método determinará varios aspectos externos importantes que establecerán el nivel de servicio de Raúl Coka Barriga.

2.3 Fuentes de información empleadas

Fuentes de información secundaria: Se obtuvo la información necesaria de libros, revistas, tesis de grado e Internet.

Fuentes de información primaria: Para obtener esta información se llevó a cabo entrevistas, encuestas y análisis de experiencia, aplicados al mercado objetivo.

2.4 Población a investigar

Se realizó el estudio a hombres y mujeres que pertenecen a la Universidad Tecnológica Equinoccial ya sea como estudiantes, docentes y/o administrativos

2.5 Muestra

Población:

- Estudiantes: 10200
- Docentes y administrativos: 682

Muestra:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Tabla 1 Muestra

NC=	95,5
e=	5
p=	50
q=	50
z=	2
N=	10.882
n=	386

Fuente: Investigación documental.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Distribución de la muestra

Tabla 2 Distribución de la muestra

n= 386		
Variable	% PART.	n
Estudiantes	75,00%	290
Docentes y administrativos	25,00%	96
Total	100,00%	386

Fuente: Raúl Coka Barriga

Elaborado por: Estefania Mantilla

Para lograr una distribución adecuada de la muestra se aplicará los siguientes porcentajes a cada segmento, de este modo, el estudio se realizará de manera proporcional a la población de cada segmento; cabe recalcar que los porcentajes han sido aplicados a criterio del investigador.

2.6 Tipo de muestreo

Se aplicó un muestreo no probabilístico, por criterio el mismo que delimita que sean estudiantes, docentes y personal administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial que estén asegurados por medio del bróker Raúl Coka Barriga y que estén o hayan utilizado el servicio.

2.7 Técnicas de recopilación de la información

2.7.1 Entrevista

2.7.1.1 Objetivos de la entrevista

- Establecer cuáles son los conocimientos que tiene el asegurado acerca del servicio.
- Determinar cuáles son los servicios más recurrentes por parte del público objetivo.

- Definir cuál es la percepción que tiene el cliente acerca del servicio prestado por parte de la aseguradora Raúl Coka Barriga.
- Conocer el nivel de información que tiene el cliente acerca de los procedimientos que debe y puede realizar dentro de la aseguradora.
- Determinar si la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es la adecuada desde la perspectiva del cliente.
- Establecer un perfil adecuado que debe tener el personal de servicio de acuerdo con las necesidades presentadas por el cliente.

2.7.1.2 Determinación del perfil de los participantes de la entrevista

Para alcanzar los objetivos propuestos y obtener un conocimiento más amplio acerca del estudio, se decidió realizar nueve entrevistas a: estudiantes, docentes y administrativos; realizando tres entrevistas a cada grupo.

Estudiantes: Se escogió de manera aleatoria, a tres estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial que actualmente se encuentran cursando sus estudios en las distintas carreras que ofrece la Universidad en Quito (Ya sea de los dos campus: Bourgeois u Occidental).

- Pedro Josué Auquilla Astudillo, Ing. Industrial, 3er nivel.
- Vilo Peralvo, Ing. Ambiental, 8vo nivel.
- Carlos Marcelo Proaño Abril, Administración de Empresas Hoteleras, último nivel.

Docentes: Se determinó entrevistar a tres docentes que actualmente se encuentran prestando sus servicios a la Universidad en el campus Matriz Quito

- Gustavo Iván Bejarano Gallardo, Empresas y negocios.
- Willam Marcelo Moreno, Finanzas y Auditoría
- Francisco Jara Padilla, Marketing

Administrativos: Se eligió entrevistar a tres administrativos de manera aleatoria los mismos que se encuentran trabajando para la universidad en el campus Matriz Quito.

- Jessica Guevara, Asistente administrativa
- Viviana Carolina Narváz Bohórquez, Asistente administrativa
- Walter Javier Guachamín Tatayo, Cajero Tesorería.

2.7.2 Encuestas

2.7.2.1 Objetivos de las encuestas

- Establecer cuáles son los conocimientos que tiene el asegurado acerca del servicio correspondiente a cada segmento.
- Determinar cuáles son los servicios más recurrentes por parte de los asegurados
- Definir cuál es la percepción que tiene el cliente acerca del servicio prestado por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga.
- Determinar si los beneficiarios conocen los procedimientos que pueden realizar en el bróker.
- Determinar si la ubicación de la oficina Raúl Coka Barriga es la adecuada para los usuarios.
- Establecer el perfil adecuado que debe tener el personal de servicio de acuerdo con las necesidades presentadas por el cliente.

- Conocer la periodicidad de utilización del servicio.

2.7.3 Análisis de experiencia

2.7.3.1 Objetivos del análisis de experiencia

- Determinar los cinco principales factores clave de medición.
- Conocer cuáles son las expectativas del cliente.
- Identificar cuál es la realidad que el cliente está viviendo al momento de recibir el servicio.
- Establecer un adecuado análisis de la situación actual del servicio, comparando lo esperado frente a lo percibido.

2.8 Técnicas de recopilación de la información

Entrevistas: Se utilizó un cuestionario adecuado para los beneficiarios del servicio (Ver anexo A).

Encuestas: Se elaboró el cuestionario en función de los hallazgos obtenidos en la investigación exploratoria (Ver anexo B).

Análisis experiencial: Se elaboró tablas y gráficos acordes a la información obtenida de los estudios formales e informales realizados para este caso.

2.9 Herramientas para procesar la información

El procesamiento de datos es definido como la técnica que consiste en la recolección de los datos primarios de entrada, los cuales son evaluados y ordenados, para obtener información útil sobre el tema a ser investigado, la cual será analizada por el investigador, para que pueda tomar

las decisiones o realizar las acciones que estime conveniente. A continuación se presentan las etapas que componen un procesamiento de datos, las cuales son las siguientes:

- Recolección de información bibliográfica a través de documentos, para saber todo acerca de la aseguradora en cuestión y conocer los índices aceptables de servicio al cliente.
- Observación preliminar de la información a ser obtenida.
- Procesamiento de la información obtenida con el uso de los sistemas de información como Excel.
- Detección de los aspectos que son considerados como relevantes.

Estos pasos permitirán conocer varios aspectos importantes, que determinan el nivel de servicio, obteniendo ideas o hechos capaces de ser manipulados por medio de algún proceso, para poder plantear un plan de mejoras dentro del presente estudio.

2.10 Informe de resultados

Para el informe de resultados se utilizaron tablas dinámicas y en algunos casos gráficos del programa Microsoft EXCEL 2010.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Investigación exploratoria

3.1.1 Entrevistas

3.1.1.1 Análisis de la información de las entrevistas

A continuación se presenta una matriz de los principales hallazgos por cada grupo entrevistado.

3.1.1.1.1 Entrevista a estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial

Tabla 3 Principales hallazgos de la entrevista a estudiantes N°1

Entrevista No.:	1	
Nombre del entrevistado:	Pedro Josué Auquilla Astudillo	
Perfil del entrevistado:	Estudiante de tercer nivel en Ingeniería Industrial y procesos, 19 años.	
Fecha:	Miércoles, 2 de diciembre de 2015	
Hora:	13:05	
Tema general	Preguntas	Análisis
Introducción	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Si
	¿Conoce usted con qué servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	Conozco el servicio de seguro médico y descuentos para diferentes establecimientos como: restaurantes.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	He utilizado el seguro médico por lesión el mismo que me ayudó reembolsándome los gastos realizados.
Percepción del cliente	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Es un muy buen seguro porque como universitarios nos brinda una cobertura muy amplia y por medio del reembolso nos ayuda a cubrir varios gastos médicos.
	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Espero recibir una buena atención y que sean justos con cada uno de los asegurados.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	Lo que más aprecio es que el bróker ofrece una cobertura amplia no únicamente como seguro de vida sino de accidentes y otras coberturas adicionales.
Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	Si, el personal de atención proporciona todos los formularios necesarios y facilita el proceso con ayuda personalizada.
	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	Reembolso.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

Tipo de demanda	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	Si corresponde de manera adecuada a todas mis necesidades.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	Sí, porque está en un lugar céntrico donde se llega con facilidad y queda muy cerca de mi casa.
	¿Según usted con qué características debe contar el personal de atención al cliente?	Deben ser muy respetuosos y brindar todas las facilidades que se necesiten para solucionar los casos que presentemos.
	¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	Es muy buena y cordial además son atentos y justos en su trato.
Personal de atención	¿Cómo consideraría al trato del personal?	Las veces que he acudido a la oficina me han tratado con mucha cordialidad y amabilidad además me ayudaron a solucionar inmediatamente todas mis inquietudes, por lo que considero que fue una atención muy personalizada.
	¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	Sí, porque me dieron la información adecuada y me entere de los servicios extras a los cuales puedo acceder. Además, de acuerdo con el reembolso que estaba solicitando me dieron un informe muy bien detallado.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Tabla 4 Principales hallazgos de la entrevista a estudiantes N°2

Entrevista No.:	2
Nombre del entrevistado:	Vilo Peralvo
Perfil del entrevistado:	Estudiante de octavo nivel de Ing. Ambiental, 24 años
Fecha:	Martes, 2 de diciembre de 2015
Hora:	13:45

Tema general	Preguntas	Análisis
	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí
Introducción	¿Conoce usted con qué servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	Sí, puedo contar con servicios de descuento en comida como Burger King, además en servicios médicos.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	He utilizado el de descuentos en Burger King y servicios médicos por medio de reembolsos.
Percepción del cliente	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	El bróker es de mucha ayuda, ya que nos brinda varios descuentos.
	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Espero que como bróker nos brinden una gama amplia de descuentos en diferentes servicios.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	Lo que más aprecios del bróker es los reembolsos en casos de accidentes y lesiones.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	El procedimiento me parece adecuado, pero no es muy fácil ya que se demora mucho en el proceso para cancelar el reembolso.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	El que más he utilizado es reembolso por accidentes.
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	Sí, corresponde a mis necesidades como estudiante y como deportista.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	Pienso que no es muy adecuada, porque se encuentra en un lugar muy cerrado, creo que podría ser mejor en un lugar donde sea más visible.
Personal de atención	¿Según usted con qué características debe contar el personal de atención al cliente?	El personal debe ser de mente abierta para dar toda la información necesaria para los estudiantes y todas las personas que adquieran este servicio.
	¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	Las veces que he asistido he quedado muy satisfecho con la atención brindada.
	¿Cómo consideraría al trato del personal?	Muy adecuado, estoy muy contento y satisfecho con el trato del personal.
	¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	Sí, el personal está muy preparado ya que me han respondido de manera adecuada todas las preguntas y me han ayudado a resolver varios inconvenientes por los cuales he asistido a esta oficina.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Tabla 5 Principales hallazgos de la entrevista a estudiantes N°3

Entrevista No.:	3	
Nombre del entrevistado:	Carlos Marcelo Proaño Abril	
Perfil del entrevistado:	Estudiante de último nivel en Administración de Empresas Hoteleras, 30 años.	
Fecha:	Jueves, 3 de diciembre de 2015	
Hora:	15h20	
Tema general	Preguntas	Análisis
Introducción	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí.
	¿Conoce usted con que servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	Conozco el tema del seguro por accidentes que tiene una cobertura de aproximadamente \$3 500 dólares. Además nos brindan descuentos en varios establecimientos de comida, de servicios hoteleros etc.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Utilicé por una lesión donde fue necesario realizarme una operación, el bróker de seguros me reintegro los gastos en su totalidad y fui operado en una de las mejores clínicas del país.
Percepción del cliente	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Creo que es muy útil ya que en el momento de la emergencia supieron ayudarme de la mejor manera y lo único que tuve que cubrir yo fue un deducible de \$20 dólares.
	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Que en una emergencia la atención sea rápida y el bróker esté dispuesto a ayudar en los trámites necesarios.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	Tener la certeza de tener el respaldo del bróker.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	Sí, creo que es un procedimiento adecuado para realizar los reclamos necesarios.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	Reembolso por accidente.
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	Sí.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	Cambiaron la ubicación de la oficina y la verdad no sé dónde se encuentra ubicada ahora.
	¿Según usted con que características debe contar el personal de atención al cliente?	Deberían conocer del servicio que ofrecen, para poderte guiar de la mejor manera.
Personal de atención	¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	Creo que están preparadas, saben guiarte en los trámites y además están capacitados para guiarte con especialistas adecuados para tus emergencias.
	¿Cómo consideraría al trato del personal?	Bueno.
	¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	Sí, creo que están preparados.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

3.1.1.1.2 Entrevista a docentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial

Tabla 6 Principales hallazgos de la entrevista a docentes N°1

Entrevista No.:	1	
Nombre de la entrevistada:	Gustavo Iván Bejarano Gallardo	
Perfil de la entrevistada:	Docente, en la carrera de empresas y negocios	
Fecha:	Martes, 2 de diciembre de 2015	
Hora:	19h00	
Tema general	Preguntas	Análisis
	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí
Introducción	¿Conoce usted con qué servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	Sí me ha llegado información, pero honestamente no conozco todos los servicios que ofrece, al momento de necesitarlos reviso en la web del bróker.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	He utilizado principalmente atenciones médicas básicas y un par de emergencias menores, para las cuales he practicado reembolso.
Percepción del cliente	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	En términos generales creo que cumple con su trabajo, ha habido oportunidades en las que es un poco demoroso debido a que no existe un adecuado monitoreo de la plataforma por la cual envían los documentos para los trámites de reembolso. Creo que los deducibles son muy altos.
	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Espero recibir una atención ágil cuando se den emergencias.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	Que tenga personal adecuado dentro de la universidad, lo cual nos brinda una atención más directa y personalizada.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	Se debe tener a la mano los formularios para poder llenarlos junto con el médico tratante.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	Emergencias menores como: (Dolores de estómago, dolores fuertes de cabeza)
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	Sí, no he tenido ningún problema; me han brindado una atención muy adecuada. Lo que resulta un poco problemático es recopilar los papeles que no se hicieron el momento de la emergencia.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	Creo que es localizable, pero si existen personas que desconocen de su ubicación les llevará un poco de trabajo encontrarla, ya que está un poco escondida detrás de dos puertas de difícil acceso.
Personal de atención	¿Según usted con qué características debe contar el personal de atención al cliente?	Deben ser jóvenes, bastante conocedoras de las nuevas tecnologías para lograr un trato más ágil y directo con el cliente.
	¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	No he tenido ningún problema, siempre he tenido un buen trato y atención.
	¿Cómo consideraría al trato del personal?	Yo creo que es bueno, tal vez para mejorarlo ayudaría que se acoplen más informaciones digitales lo cual ayudaría que los tramites sean más ágiles.
	¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	Creo que hay niveles, por lo general hay una persona que está ya por mucho tiempo por lo cual conoce muy bien el servicio y tienen otras personas que han sido un tanto rotativas por lo cual no tienen tan claro el servicio.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Tabla 7 Principales hallazgos de la entrevista a docentes N°2

Entrevista No.:	2	
Nombre de la entrevistada:	Willam Marcelo Moreno	
Perfil de la entrevistada:	Docente en la carrera de Finanzas y Auditoría	
Fecha:	Martes, 2 de diciembre de 2015	
Hora:	19h15	
Tema general	Preguntas	Análisis
	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí
Introducción	¿Conoce usted con que servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	Puedo contar con reembolsos, atención médica, emergencias, también existen algunos adicionales como descuentos en ciertos lugares de convenio.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Atención medica por medio de reembolso.
Percepción del cliente	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Es caro, creo que deberían hacer un análisis más adecuado de los precios de las pólizas y analizar la cobertura que ha bajado al 70%.
	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Que el bróker apoye al cliente, a veces noto que el apoyo más va hacia el seguro.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?

La gestión de trámites con el seguro.

Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	Por reembolso, o por autorización de atención médica y/o exámenes; creo que estos procedimientos son adecuados, pero existe falta de socialización de este sistema para que se tenga un mayor acceso a los mismos.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	He utilizado con mayor frecuencia el reembolso y autorizaciones.
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	Creo que existe un déficit de información por parte del bróker para poder beneficiarnos de manera adecuada de este servicio.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	Creo que deberían ver el volumen y la densidad de población que existe en los campus Matriz y Occidental para de esta forma colocar la oficina donde haya mayor afluencia de estudiantes, docentes y administrativos.
Personal de atención	¿Según usted con qué características debe contar el personal de atención al cliente?	Debe contar con conocimiento a detalle del contrato.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	Han sido muy cordiales y muy atentos, el problema es cuando se realizan trámites de reembolso, creo que no están muy bien capacitados para este proceso.
¿Cómo consideraría al trato del personal?	Me parece que son muy amables, en general ha sido bueno.
¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	Creo que este es el principal problema, la falta de conocimiento contractual, debería haber un mejor manejo y conocimiento de los contratos con el seguro, para que exista una mejor información para el asegurado.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Tabla 8 Principales hallazgos de la entrevista a docentes N°3

Entrevista No.:	3	
Nombre del entrevistado:	Francisco Jara Padilla	
Perfil del entrevistado:	Docente en Ing. en Marketing	
Fecha:	Martes, 2 de diciembre de 2015	
Hora:	19:35	
Tema general	Preguntas	Análisis
	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí.
Introducción	¿Conoce usted con que servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	Sí.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Servicios médicos.
	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	En general cubren mis expectativas.
Percepción del cliente	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Rapidez en la atención de reclamos, un mayor porcentaje de cobertura, que reconozca todos los exámenes solicitados por el médico.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	Atención del personal.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	Sí.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	Servicios médicos.
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	Sí.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	No
	¿Según usted con que características debe contar el personal de atención al cliente?	Amabilidad, conocimiento del servicio.
	¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	Muy buena.
Personal de atención	¿Cómo consideraría al trato del personal?	Excelente.
	¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	Sí, conocen del tema.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

3.1.1.1.3 Entrevista a personal administrativo de la Universidad Tecnológica Equinoccial**Tabla 9 Principales hallazgos de la entrevista a personal administrativo N°1**

Entrevista No.:	1	
Nombre de la entrevistada:	Jessica Guevara	
Perfil de la entrevistada:	Administrativa del área de contabilidad – Asistente administrativa	
Fecha:	Jueves, 3 de diciembre de 2015	
Hora:	14:35	
Tema general	Preguntas	Análisis
	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí.
Introducción	¿Conoce usted con qué servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	No todos, conozco el tema de reembolso, cobertura por embarazo, seguro por accidentes y de vida.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Cobertura de embarazo y reembolsos
Percepción del cliente	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Es una empresa buena, pero el porcentaje de cobertura es muy bajo; actualmente trabajan con el 70%-30% creo que debería ser el 80%-20%.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Menor ganancia para el bróker y mayor cobertura para los usuarios.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	La rapidez con la que hacen los reembolsos.
Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	Sí, creo que es adecuado y de fácil acceso para los usuarios.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	La cobertura por embarazo.
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	Sí mucho.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	Sí, porque en realidad no hay mucho espacio en la universidad para poder ubicarla en otro de lugar; aunque se encuentra un poco oculta es posible ubicarla.
Personal de atención	¿Según usted con que características debe contar el personal de atención al cliente?	Debe gustarle trabajar en atención al cliente, ser amable y proactiva.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	Siempre hay una chica que es fija y el resto del personal varia constantemente. He tratado más con Gabriela Beltrán y tengo una muy buena percepción de ella.
¿Cómo consideraría al trato del personal?	Es bueno, el problema radica cuando no estamos bien informados acerca del servicio y a veces existen inconvenientes por este tema.
¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	No he tenido la oportunidad de que me soluciones inconvenientes directamente, ha sido por medio de Gina Alarcón que es la conexión que existe entre la Universidad y el Bróker.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Tabla 10 Principales hallazgos de la entrevista a personal administrativo N°2

Entrevista No.:		2
Nombre de la entrevistada:		Viviana Carolina Narváez Bohórquez
Perfil de la entrevistada:		Administrativo del área de contabilidad – Asistente Administrativa.
Fecha:		Jueves, 3 de Diciembre de 2015
Hora:		14:45
Tema general	Preguntas	Análisis
	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí.
Introducción	¿Conoce usted con qué servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	Sí, no en su totalidad pero si algunos como el de salud, accidentes y de vida.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Únicamente el de reembolso por atención médica.
Percepción del cliente	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Creo que el bróker funciona bastante bien, lo único es que el tema del deducible es bastante alto.
	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Una mejor socialización de los beneficios que tenemos como clientes.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	Que den una atención rápida y personalizada.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	Conozco el procedimiento que se hace por medio de la oficina de bienestar universitario, pero no uno directo con el bróker.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	Reembolso por atención médica.
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	En realidad no me reembolsaron nada ya que todo tuve que pagar por el tema del deducible.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	Sí.
Personal de atención	¿Según usted con que características debe contar el personal de atención al cliente?	Amplia información, amabilidad, paciencia.
	¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	Me parece que es bueno.
	¿Cómo consideraría al trato del personal?	Muy bueno.
	¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	Sí.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Tabla 11 Principales hallazgos de la entrevista a personal administrativo N°3

Entrevista No.:	3	
Nombre de la entrevistada:	Walter Javier Guachamín Tatayo	
Perfil de la entrevistada:	Administrativo, cajero en tesorería.	
Fecha:	Jueves, 3 de Diciembre de 2015	
Hora:	15:00	
Tema general	Preguntas	Análisis
	¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?	Sí
Introducción	¿Conoce usted con qué servicios puede contar por parte del bróker de seguros de Raúl Coka Barriga?	No.
	¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Únicamente conozco el servicio de reembolso
	¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Les falta mejorar para podernos ayudar en nuestras necesidades.
Percepción del cliente	¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?	Más ayuda y socialización del servicio para conocer los beneficios que tenemos.
	¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?	No he sido atendido personalmente todo ha sido por medio de la oficina intermediara de bienestar universitario.

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

Procesos	¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?	No conozco la oficina intermediaria de bienestar universitario es quien se encargó directamente de los tramites.
Tipo de demanda	¿Qué servicio es el más utilizado por usted?	Reembolso.
	¿El servicio corresponde a sus necesidades?	No, porque hubo una confusión en la información otorgada acerca del monto que cubre; por este motivo el servicio no cubrió mis expectativas.
Ubicación	¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?	No conozco la ubicación de la oficina.
	¿Según usted con que características debe contar el personal de atención al cliente?	Que tengan presencia y educación.
	¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?	No he tenido ningún trato directo con el personal de atención al cliente.
Personal de atención	¿Cómo consideraría al trato del personal?	No he tenido ningún trato directo con el personal de atención al cliente.
	¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?	No he tenido ningún trato directo con el personal de atención al cliente.

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

3.1.1.2 Resumen de los resultados de las entrevistas

Después de este estudio realizado a los segmentos determinados anteriormente, se destaca que existe una gran falta de conocimiento acerca de los beneficios que otorga el bróker de seguros Raúl Coka Barriga a los estudiantes, docentes y personal administrativo, dentro de los servicios más conocidos y utilizados se encuentra el reembolso por accidente y/o atención médica.

La impresión acerca del bróker de seguros es un tanto dispersa, en lo que respecta al segmento estudiantes concuerdan en que es un bróker que cumple con sus necesidades y les proporciona mucha ayuda en el momento de una emergencia. Según el segmento de docentes y administrativos el seguro es un tanto caro, cuenta con una cobertura baja, por lo cual, no se encuentran totalmente satisfechos debido a las características expuestas anteriormente y a que los deducibles aplicados a cada contrato son sumamente altos y costos.

Cabe recalcar que el seguro de estudiantes es un seguro básico al cual tienen derecho todos los matriculados, según la ley orgánica de educación superior, el cual se incluye directamente en la matrícula de cada estudiante de manera obligatoria. En el caso de los docentes y administrativos es totalmente distinto ya que la obtención del seguro privado es decisión de cada individuo y pueden escoger entre dos tipos de seguros dependiendo cuál se acople mejor a cada una de sus necesidades. Por esta razón se habla de dos servicios diferentes en lo que respecta al segmento estudiantes y al segmento de docentes y administrativos, su diferencia se basa en el tipo de cobertura.

Respecto al tipo de seguro que se oferta en el segmento docentes y administrativos, existe un conjunto de problemas expuestos por el grupo entrevistado; referente a la negociación inicial

realizada con el bróker; ya que cubre únicamente el 70% de los gastos realizados por cualquier accidente y/o atención médica, esto hace que el asegurado no se sienta satisfecho con el servicio ya que en la mayoría de casos de emergencia menores, el seguro no representa una ayuda significativa; en la mayoría de casos el asegurado no ha recibido el reembolso debido a que el pago del deducible es alto.

Dentro de las características del servicio que esperan recibir los asegurados desatacan las siguientes:

- Buena atención al cliente
- Gama amplia de servicios
- Atención rápida y ágil.
- Asesoramiento en gestión de trámites
- Apoyo al cliente
- Mayor cobertura
- Mejor socialización de los beneficios

Para el cliente es importante que el bróker de seguros ofrezca una amplia cobertura con un sistema adecuado de reembolsos en caso de emergencias, para lo cual es de vital importancia que se ofrezca una atención rápida y personalizada que les brinde el adecuado respaldo en la gestión de trámites.

Se puede notar un gran desconocimiento acerca de los procedimientos que se pueden realizar como asegurados, el único proceso que tiene cierta aceptación y conocimiento por parte del grupo objetivo es el de reembolso; para el cual en el segmento estudiantes, se encuentran

bastante conformes con el mismo ya que ha recibido una atención personalizada y por ello creen que es adecuado y fácil. Al contrario, en el segmento docente y administrativo creen que es un trámite lento y que la falta de socialización del mismo hace que se dé un mal uso.

De acuerdo con el estudio, la ubicación de la oficina del bróker Raúl Coka Barriga, es desconocida para un número considerable de beneficiarios; otros opinan que no se encuentra en una ubicación adecuada ya que no es visible y además es de difícil acceso. Creen que se debe considerar la densidad de población que existe en cada campus para buscar una ubicación más acertada y que pueda ser de mayor accesibilidad para los beneficiarios del bróker.

El servicio al cliente está muy bien visto por parte de los segmentos definidos; además de que lo consideran un factor fundamental e indispensable para el servicio. Las principales características que esperan recibir en comparación con las que reciben el momento de ser atendidos son:

Tabla 12 Expectativa frente a realidad

Expectativa	Realidad
Respeto	Cordialidad
Mente abierta	Satisfacción
Conocedores del servicio	Están preparados para guiar
Trato ágil	Atentos
Manejo de nuevas plataformas tecnológicas	Falta de información digital
Proactividad	Atención adecuada a las necesidades
Paciencia	Buen trato
Atención personalizada	Atentos
Amabilidad	Amabilidad
Respaldo	

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Se puede notar que en el ámbito del servicio al cliente no existen grandes diferencias entre las expectativas del asegurado frente a la realidad del servicio recibido. Se puede acotar que la única característica a tomar en cuenta es el tema de las nuevas plataformas tecnológicas el aplicarlas y socializarlas de manera correcta ayudaría a que los trámites tengan una mayor rapidez.

3.2 Investigación descriptiva

3.2.1 Análisis de la información de las encuestas

3.2.1.1 Edad

Tabla 13 Determinación de edad del público objetivo

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
18 a 21	197	51%
22 a 27	116	30%
28 a 45	42	11%
46 a 70	31	8%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

La mayoría de los encuestados tienen de 18 a 21 años estos representan el 51%, esto se debe a que existe un mayor número de asegurados en el segmento estudiantes que en el segmento docentes/administrativos.

3.2.1.2 Género

Tabla 14 Determinación del género del público objetivo

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	208	54%
Femenino	178	46%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Se intentó conocer la opinión del género masculino y femenino por igual, debido a que no existe ninguna diferencia en el servicio; pero se puede observar que el género masculino supera en un 8% al género femenino; por esta razón se concluye que existe un mayor porcentaje de utilización del seguro en el género masculino.

3.2.1.3 Pregunta 1: ¿Usted es?

Tabla 15 Determinación entre estudiantes y docentes / administrativos

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Estudiante	290	75%
Docente / Administrativo	96	25%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

En el criterio de la investigación, el mismo que fue dado por el investigador se determinó realizar de la muestra al 25% del segmento docente/administrativo y el 75% al segmento estudiantes. De esta manera se puede obtener una opinión acerca del bróker de seguros de los dos segmentos en proporciones adecuadas a la densidad de cada grupo.

3.2.1.4 Pregunta 2: ¿Ha utilizado el servicio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Tabla 16 Nivel de utilización del bróker de seguros Raúl Coka Barriga

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	169	44%
No	217	56%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Se observa que el porcentaje de personas que no utilizan el servicio es mayor que el de utilización, este es un factor muy importante para el estudio ya que el 56% de estudiantes y docentes/administrativos tiene ciertas razones que se conocerá más adelante, para no haber utilizado este servicio.

3.2.1.5 Pregunta 3: ¿Por qué no ha utilizado el servicio del bróker Raúl Coka Barriga?

Tabla 17 Razones de no utilización del servicio

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
No sabía que tenía	33	8%
No se cómo utilizar	184	45%
Es muy tedioso	11	3%
No he necesitado	158	38%
Otros (Especifique)	26	6%
Total	412	100%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Se puede notar que existe un porcentaje muy alto que refleja la falta de socialización del servicio entre los estudiantes y docentes/administrativos de la Universidad Tecnológica Equinoccial; esto se debe a que el 45% de las personas que no han utilizado el servicio expreso que no conocen como utilizar el bróker de seguros Raúl Coka Barriga. Además se puede agregar que el 62% de los mismos no ha dado uso al mencionado servicio debido a falta de conocimiento, inconformidad con los procesos entre otros y únicamente el 38% de los mismos no ha utilizado este servicio ya que no lo ha requerido.

3.2.1.6 Pregunta 4: De los siguientes servicios que se detallan a continuación

¿Cuáles conocía usted que Raúl Coka Barriga le ofrece?

Tabla 18 Nivel de conocimiento de los servicios a disposición del cliente

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Consultas médicas	265	69%
Plan dental	88	23%
Ambulancia	107	28%
Reembolsos	213	55%
Orientación medica	51	13%
Crédito hospitalario	151	39%
Ejecutivo express	15	4%
Servicio exequial	44	11%
Club de beneficios	125	32%
Plan gastos mayores	26	7%
Atenciones ambulatorias	85	22%
Maternidad	88	23%
Vida	74	19%
Asistencia total RCB	26	7%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefanía Mantilla

Existe una gran falta de conocimiento acerca de los servicios que otorga el bróker de seguros a los estudiantes, además se debe tomar en cuenta que únicamente el 44% hace uso de ellos. Dentro de los servicios más conocidos se encuentran: consultas médicas (69%), reembolsos (55%) y club de beneficios (32%). Los otros servicios están a disposición del cliente, pero se puede notar que el nivel de conocimiento es muy vago.

3.2.1.7 Pregunta 5: ¿Qué servicio es el que más ha utilizado del bróker de seguros?**Tabla 19 Determinación del servicio más utilizado**

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Consultas medicas	180	47%
Plan dental	22	6%
Ambulancia	11	3%
Reembolsos	151	39%
Orientación medica	22	6%
Crédito hospitalario	62	16%
Ejecutivo express	11	3%
Servicio exequial	0	0%
Club de beneficios	96	25%
Plan gastos mayores	15	4%
Atenciones ambulatorias	29	8%
Maternidad	7	2%
Vida	7	2%
Asistencia total RCB	11	3%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Los servicios más utilizados tienen relación directa con los servicios más conocidos por parte de los clientes. Sin embargo, la utilización de los mismos es bastante baja ya que dentro de los principales servicios más utilizados se encuentran: consultas médicas (47%), reembolso (39%), club de beneficios (25%); ningún servicio llega a una utilización considerable.

3.2.1.8 Pregunta 6: Evalué el servicio recibido por parte del bróker de seguros**Raúl Coka Barriga****Tabla 20 Evaluación del servicio prestado por parte del bróker de seguros Raúl****Coka Barriga al cliente**

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy bueno	74	19%
Bueno	239	62%
Regular	59	15%
Malo	15	4%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Se puede observar que la percepción del servicio recibido es bueno el 62% de los clientes se encuentra relativamente conforme con la atención brindada por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga. Sin embargo, este punto será analizado a profundidad en la siguiente herramienta utilizada en este estudio.

3.2.1.9 Pregunta 7: ¿Cuál es su impresión sobre el prestigio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Tabla 21 Determinación del prestigio del bróker entre los clientes

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy bueno	66	17%
Bueno	235	61%
Regular	70	18%
Malo	15	4%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

El 61% de los clientes concuerda con que el prestigio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga es bueno. Este indicador es de gran relevancia ya que denota un nivel de buen prestigio entre sus usuarios.

3.2.1.10 Pregunta 8: ¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Tabla 22 Expectativas del cliente acerca del bróker de seguros

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Respeto	107	14%
Información adecuada	243	31%
Socialización	85	11%
Agilidad y rapidez	298	39%
Paciencia	33	4%
Otros (especifique)	7	1%
Total	772	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Dentro de las características más relevantes que esperan recibir los consumidores de este servicio se encuentran: agilidad y rapidez (39%) e información adecuada (31%). Estos concuerdan que al obtener una información adecuada acerca del servicio ayudará a que el proceso sea adecuado y sin tropiezos; a su vez demanda al personal agilidad y rapidez debido a que muchas veces se deben solucionar emergencias médicas.

3.2.1.11 Pregunta 9: Al momento del servicio ¿Qué es lo que usted aprecia más?**Tabla 23 Expectativas del cliente al momento del servicio**

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Cordialidad	143	18%
Agilidad y rapidez	217	27%
Respaldo en el proceso	107	13%
Información y asesoría	173	22%
Solución de problemas	154	20%
Total	794	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Los usuarios han destacado tres variables importantes que para ellos son muy apreciables, las dos primeras concuerdan con las expectativas que tienen acerca del servicio: agilidad y rapidez (27%), Información y asesoría (22%) y solución de problemas (20%). Estas características son fundamentales para que el cliente sienta que está recibiendo una atención y servicio adecuado.

3.2.1.12 Pregunta 10: ¿Conoce el procedimiento de la utilización del bróker?**Tabla 24 Nivel de conocimiento acerca de la utilización del bróker**

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	213	55%
No	173	45%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

La gran mayoría de los usuarios conoce el procedimiento que se debe realizar para poder utilizar los servicios, pero es necesario destacar que un porcentaje alto (45%) no conoce el procedimiento; este es un factor importante ya que puede causar insatisfacción dentro de los clientes por falta de información al usuario.

3.2.1.13 Pregunta 11: ¿Cree que el procedimiento de la utilización del bróker es adecuada?

Tabla 25 Conocimiento acerca del procedimiento para la utilización del bróker

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	193	50%
No	193	50%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Los comentarios de los usuarios están divididos justo a la mitad en el tema de la concepción acerca del procedimiento para la utilización del bróker, esto se debe a que un porcentaje alto no conoce el procedimiento como se pudo ver anteriormente. Es necesario establecer una estrategia para mejorar el sistema de socialización de los servicios.

3.2.1.14 Pregunta 12: Califique los diferentes proceso de prestación de servicios que brinda el bróker de seguros Raúl Coka Barriga, donde 10 es la calificación más alta.

Tabla 26 Calificación de los servicios

Detalle	Promedio
Autorización para consultas médicas	8
Plan dental	7
Servicio de ambulancia	7
Crédito hospitalario	7
Club de beneficios	8
Plan gastos mayores	7
Maternidad	7
Servicio exequial	7
Reembolso	8
Orientación telefónica	7
Ejecutivo express	7
Vida	8
Asistencia total RCB	7

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefanía Mantilla

Existen servicios apreciados como muy buenos dentro de los cuales se destacan: autorización para consultas médicas, club de beneficios, reembolso y vida; a los cuales la gran mayoría de usuarios los calificó con 8 en una escala donde 10 es la mayor calificación, el resto de servicios son apreciados como regulares con una calificación de 7. Esta calificación está dada únicamente por el 44% de clientes que son los que han utilizado ciertos de estos servicios y este

factor puede ser de gran influencia ya que existe muy poca utilización y muy poco conocimiento acerca del servicio.

3.2.1.15 Pregunta 13: ¿Cómo evalúa los medios de comunicación y difusión de la información del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Tabla 27 Evaluación de medios de comunicación y difusión

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy bueno	26	7%
Bueno	147	38%
Regular	173	45%
Malo	40	10%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

En puntos anteriores se notó que existe una gran falta de conocimiento acerca del servicio que presta el bróker de seguros Raúl Coka Barriga, en esta pregunta la gran mayoría de usuarios afirma que los medios de comunicación y difusión son deficientes, calificándolos como: regular 45% y malo 10%; lo cual suma un 55% de inconformidad.

3.2.1.16 Pregunta 14: Según su criterio ¿Qué ubicación sería la más conveniente para la oficina del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Tabla 28 Determinación de la ubicación más conveniente para la oficina del bróker de seguros Raúl Coka Barriga

Occidental y Matriz
Patio de la Virgen
Occidental
Actual

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

La gran mayoría de encuestados expresaron que la ubicación idónea para la oficina de Raúl Coka Barriga debería ser en el campus Occidental de la Universidad Tecnológica Equinoccial, debido a que en este se encuentra la mayor densidad de usuarios del servicio del bróker. De esta manera podrían acceder con mayor facilidad a información así como al servicio en sí. También cabe recalcar que un número considerable de usuarios piensa que debe existir una oficina en cada sede, es decir en el campus Matriz y Occidental. En lo que respecta a la ubicación dentro del campus Matriz la gran mayoría concuerda en que se debe ubicar la oficina en un lugar más visible y asequible como el Patio de la Virgen.

3.2.1.17 Pregunta 15: ¿Califique la atención del personal de servicio al cliente?**Tabla 29 Calificación del personal de servicio al cliente**

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Muy bueno	103	27%
Bueno	228	59%
Regular	44	11%
Malo	11	3%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Los usuarios consideran que la atención del personal es buena con un 59% y muy buena con un 27%; por lo cual se puede concluir que el 86% de usuarios se encuentran relativamente conformes con la atención que presta el personal de servicio al cliente. Pero este punto se abordara a mayor profundidad en la siguiente herramienta a utilizarse en el presente estudio.

3.2.1.18 Pregunta 16: ¿Cuáles son las tres principales características con las que cuenta el personal de atención al cliente?

Tabla 30 Tres principales características con las que cuenta el personal de atención al cliente

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Cordialidad	202	18%
Agilidad	158	14%
Conocedores del proceso	210	18%
Conocedores de la oferta de servicios	74	6%
Formalidad	88	8%
Iniciativa	85	7%
Disposición de servicio	110	10%
Don de gentes	22	2%
Colaboración	132	12%
Presentación personal	62	5%
Total	1.143	100%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefanía Mantilla

El 18% de los usuarios cree que el personal es cordial y conoce del proceso, mientras que el 14% cree que es ágil. Estas son las tres principales características que caracterizan al personal de atención al cliente según los usuarios. Además es de gran relevancia ya que coincide con las demandas de los mismos como son: agilidad y rapidez, información y respaldo en el proceso.

3.2.1.19 Pregunta 17: Califique la gestión del personal del bróker de seguros Raúl

Coka Barriga, donde 10 es la calificación más alta y 1 es la calificación más baja.

Tabla 31 Calificación acerca de la gestión del personal del bróker

Detalle	Promedio
Conocedores del proceso	8
Conocedores de la oferta de servicios	8
Formalidad	8
Iniciativa	8
Disposición de servicio	8
Don de gentes	8
Colaboración	8
Presentación personal	8

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

La gestión del personal del bróker de seguros es considerada como muy buena ya que la han calificado con un 8 a cada uno de los factores expuestos. Como se puede ver, el personal se encuentra a la altura para brindar una atención adecuada a los usuarios.

3.2.1.20 Pregunta 18: ¿Con qué frecuencia ha utilizado el servicio el último año?**Tabla 32 Frecuencia de utilización del servicio**

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
No he utilizado	77	20%
Mensual	74	19%
Trimestral	81	21%
Semestral	62	16%
Anual	92	24%
Total	386	100%

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

La frecuencia de utilización es un tanto dispersa ya que el 24% utiliza una vez al año, el 21% utiliza tres veces al año y el 20% no ha utilizado el servicio en el último año. De igual manera si se generara una mejor socialización acerca de los beneficios así como el modo de utilización, es probable que se dé una mayor frecuencia en la utilización del servicio.

3.2.2 Resumen de los resultados de las encuestas

El segmento de mayor proporción como ya lo conocíamos, se encontraba entre los estudiantes, estos se encuentran entre 18 a 21 años, que es la edad en la que se encuentran cursando los tres primeros años de universidad generalmente. A de más se puede ver que dentro de ellos el género masculino son los que realizan mayor utilización del servicio que ofrece el bróker de seguros Raúl Coka Barriga. El nivel de utilización entre los docentes y administrativos es muy bajo, la gran mayoría expresa que no existe una relación directa con el bróker de seguros, si no,

que existe un intermediario por el cual deben realizar los trámites pertinentes; esto hace que la atención hacia ellos sea poco personalizada.

Durante la investigación se encontró un dato muy interesante y a su vez es un factor de gran relevancia que se deberá tomar en cuenta para los siguientes puntos del estudio. Se encontró que el 56% de los asegurados no utiliza el seguro; existen varios factores que provocan este comportamiento dentro de los cuales se puede destacar un gran porcentaje de insatisfacción debido a: No sabe cómo utilizar (45%), no sabían que tenían (8%), es muy tedioso (3%). Estos suman el 56% de factores no positivos por los cuales no han intentado utilizar este servicio, que al momento es un beneficio que brinda la universidad a los estudiantes; únicamente el 38% de estos no han utilizado el servicio ya que no lo han requerido.

El conocimiento que los asegurados tienen acerca de los servicio/beneficios es muy vago. A pesar de que hablamos únicamente del 44% de asegurados que son quienes tienen una leve experiencia y/o conocimiento del bróker de seguros; ellos destacan conocer: consultas médicas 69%, Reembolso 55%, Club de beneficios 32%; aun así el nivel de conocimiento es muy limitado ya que existen 9 beneficios para estudiantes y 14 beneficios para docentes/administrativos; que no están socializados de manera correcta y por esta razón no han sido muy utilizados.

Dentro de los servicios con mayor utilización se encuentran: consultas médicas 47%, reembolsos 39% y club de beneficios 25%; estos tienen relación directa con el nivel de conocimiento acerca de los mismos; sin embargo el nivel de utilización de los servicios ofertados por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga, es muy bajo, tomando en cuenta que estos no son únicamente para emergencias si no que puedes obtener otros beneficios al estar asegurado.

La evaluación acerca del servicio que presta actualmente el bróker de seguros es buena de acuerdo al 62% de asegurados que han utilizado el servicio, es decir que la gran mayoría se encuentran conformes con lo que conocen y han recibido del bróker de seguros.

De igual manera el 61% concuerda en que la impresión acerca del prestigio de la aseguradora es buena. Estos dos factores ponen a la empresa en una buena concepción y percepción del servicio lo cual hace que las expectativas del cliente sean siempre altas.

Los usuarios esperan recibir del bróker: agilidad y rapidez 39%, información adecuada 31%; estas son las principales características que valorarían más cada uno de ellos. Es importante poner atención en no bajar la calidad del servicio descuidando cualquiera de estos aspectos. Los asegurados concuerdan con sus expectativas frente a lo que están recibiendo durante el servicio, esto es muy importante ya que se puede decir que el bróker está cumpliendo con las expectativas de los clientes. El 27% concuerda con que recibe agilidad y rapidez, el 22% información y asesoría y el 20% solución de problemas. Estos factores denotan que el personal está altamente capacitado para brindar el servicio.

Respecto al procedimiento de la utilización del bróker los usuarios dijeron: el 55% conoce, mientras que el 45% no conoce el procedimiento; lo cual es una cifra alta, la misma que se debe a la falta de socialización del servicio de manera correcta. Los usuarios se dividen en proporciones iguales para expresar que este procedimiento es adecuado y que el mismo procedimiento no es adecuado. Esto implica que por lo menos el 10% de los usuarios que conocen el procedimiento se encuentran insatisfechos con el mismo.

La calificación de los servicios por parte de los usuarios se encuentra entre buena y regular, es necesario que la mayoría de servicio se conciben como regulares, existen varias razones para que se den estas percepciones tales como: no utilización, falta de conocimiento etc.

Como se viene comentando anteriormente y es de donde radica el problema. Los medios de comunicación y difusión fueron calificados como regulares, debido a que muchos usuarios sienten la falta de información adecuada, que les ayude a adquirir este servicio.

Según los usuarios la actual ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga no es la más conveniente ya que se encuentra en un lugar que no es muy visible y de difícil acceso. Para lo cual expresaron que la ubicación adecuada debería ser en el campus Occidental debido a la cantidad de usuarios que se encuentran; pero un porcentaje considerable también cree que esta oficina debería estar presente en los dos campus, de esta manera podría cubrirse las expectativas de los clientes y ser de fácil acceso para los estudiantes, docentes-administrativos de cada campus; es necesario agregar que acerca de la ubicación en el campus matriz los usuarios prefieren que esta se encuentre en el patio de la virgen, así sería más visible.

Acerca del personal de servicio al cliente los usuarios concuerdan en que es buena y sus principales características son: cordialidad 18%, conocedores del proceso 18% y agilidad%; si recordamos un poco estas son las características que los usuarios esperaban recibir. A de más han calificado a cada una de las cualidades de los prestadores de servicios como buenas con un rango de 8. Esto confirma que la atención que brinda el personal a los usuarios está muy bien percibida.

Respecto a la frecuencia de utilización existe poca frecuencia, la gran mayoría expresaron que pensaba que el seguro es únicamente para emergencias, recaemos en el problema anterior de falta de socialización del servicio.

3.3 Evaluación de la satisfacción

3.3.1 Factores clave de medición

En base a todo el proceso investigativo desarrollado, formal e informal se establecieron los factores clave que servirán para poder medir la satisfacción del usuario. Se considerados los más trascendentes y los menos trascendentes. Para lo cual se anexa la tabla desarrollada que permite determinar los factores clave que serán considerados y los pocos trascendentes que no serán tomados en cuenta.

Tabla 33 Factores clave de medición

Factor	%	% acumulado	
Solución de problemas	20,15%	20,15%	Factores clave
Calidez del personal	18,30%	38,45%	
Medios de comunicación y socialización	17,25%	55,70%	
Respaldo en el proceso	16,18%	71,88%	
Tiempo de espera por reembolso	15,20%	87,08%	
Presentación del personal	3,15%	90,23%	
Explicación del servicio	2,95%	93,18%	
Explicación de beneficios	2,65%	95,83%	
Ubicación de la oficina	2,35%	98,18%	
Elementos tangibles	1,82%	100,00%	
TOTAL	100,00%		

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Se considera una definición de cada factor clave de medición de acuerdo al proyecto donde se considera lo siguiente:

- **Solución de problemas:** Proceso que abarca diversas actividades, las mismas que pueden ser cortas o extensas; con la finalidad de encontrar y dar la mejor solución a los problemas que presentan los clientes del bróker de seguros Raúl Coka Barriga.
- **Calidez del personal:** Se refiere a la cordialidad y al afecto humano.
- **Medios de comunicación y socialización:** Adecuada selección de medios por los cuales se socializará entre los estudiantes, docentes/administrativos los beneficios que otorga el bróker de seguros Raúl Coka Barriga.
- **Respaldo en el proceso:** Proporcionar una adecuada guía al asegurado durante todo el proceso de prestación del servicio de tal manera que el mismo se sienta respaldado por el bróker.
- **Tiempo de espera por reembolso:** Cumplimiento del tiempo ofertado para concluir con el trámite de reembolso. (siete días laborables)
- **Presentación del personal:** Aspecto con el que se muestra el personal de atención al cliente.
- **Explicación del servicio:** Adecuada explicación de los componentes del servicio brindado por el bróker de seguros Raúl Coka Barriga.
- **Explicación de los beneficios:** Adecuada explicación acerca de los beneficios brindados por parte del servicio que presta el bróker de seguros Raúl Coka Barriga.

Dentro de los factores clave destacan: solución de problemas, calidez del personal, medios de comunicación y socialización, respaldo en el proceso y tiempo de espera por el reembolso. Los

mismos que suman un 87,08%, por esta razón son considerados como imprescindibles para que el bróker de seguros Raúl Coka Barriga alcance un índice de satisfacción bueno dentro de sus usuarios.

3.3.2 Atributos esperados

Para fines del estudio se considera como atributo esperado a la expectativa que tiene el usuario sobre lo que espera recibir antes de la utilización del servicio para cada uno de los factores clave considerados, con una ponderación del 1 al 10.

En base a los análisis realizados, estudios formales e informales se encontró que lo que el usuario espera antes de vivir la experiencia Raúl Coka Barriga es:

Tabla 34 Antes de vivir la experiencia Raúl Coka Barriga

Factor	Calificación
Solución de problemas	8,00
Calidez del personal	9,00
Medios de comunicación y socialización	9,00
Respaldo en el proceso	8,00
Tiempo de espera por reembolso	9,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Debido a que la aseguradora tiene un buen prestigio entre los estudiantes, docentes y administrativos. En promedio las expectativas acerca del servicio son altas entre 8 y 9 que según el cuadro de equivalencias expuesto a continuación se refiere a muy bueno.

Tabla 35 Cuadro de equivalencias

Cuadro de equivalencias
10: Excelente
8 - 9: Muy bueno
5 - 7: Regular
3 - 4: Malo
1 - 2: Pésimo

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

3.3.3 Atributos percibidos

Para fines del estudio se considera como atributo percibido a la experiencia que tiene el usuario una vez utilizado el servicio para cada uno de los factores clave considerados, con una ponderación del 1 al 10.

En base a estudios realizados durante este proyecto, los mismos que fueron formales e informales, se obtuvo las siguientes calificaciones que van acordes a la realidad que está viviendo el usuario en el bróker de seguros Raúl Coka Barriga.

Tabla 36 Realidad que está viviendo el usuario de Raúl Coka Barriga

Factor	Calificación
Solución de problemas	5,00
Calidez del personal	8,00
Medios de comunicación y socialización	4,00
Respaldo en el proceso	5,00
Tiempo de espera por reembolso	4,00

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Los usuarios se encuentran relativamente conformes respecto a la calidez del personal, pero existe una gran inconformidad respecto a los otros factores claves. De acuerdo al cuadro de equivalencias el mismo que se muestra a continuación, los factores anteriormente mencionados tienen una calificación de regular y malo.

Tabla 37 Cuadro de equivalencias

Cuadro de equivalencias
10: Excelente
8 - 9: Muy bueno
5 - 7: Regular
3 - 4: Malo
1 - 2: Pésimo

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

3.3.4 Matriz de experiencia

Esta herramienta se utilizará para comparar lo esperado frente a lo percibido durante la experiencia del usuario, esto ayudará a determinar cómo se encuentra el servicio actualmente.

Para poder realizar esta tabla se solicitó a los usuarios dentro de un estudio informal ubicar en orden de importancia para cada uno de ellos los factores relevantes, de esta manera se obtuvo la columna % ponderado. A continuación se formaron dos columnas más con los resultados obtenidos anteriormente acerca de los atributos esperados y percibidos para los cuales se genera una columna extra para cada uno donde, se ubicará el valor ponderado. Este valor ponderado es el resultado de la multiplicación del % ponderado de cada atributo por la calificación de cada uno; se repite el mismo procedimiento para cada factor y para cada atributo.

Tabla 38 Matriz de experiencia

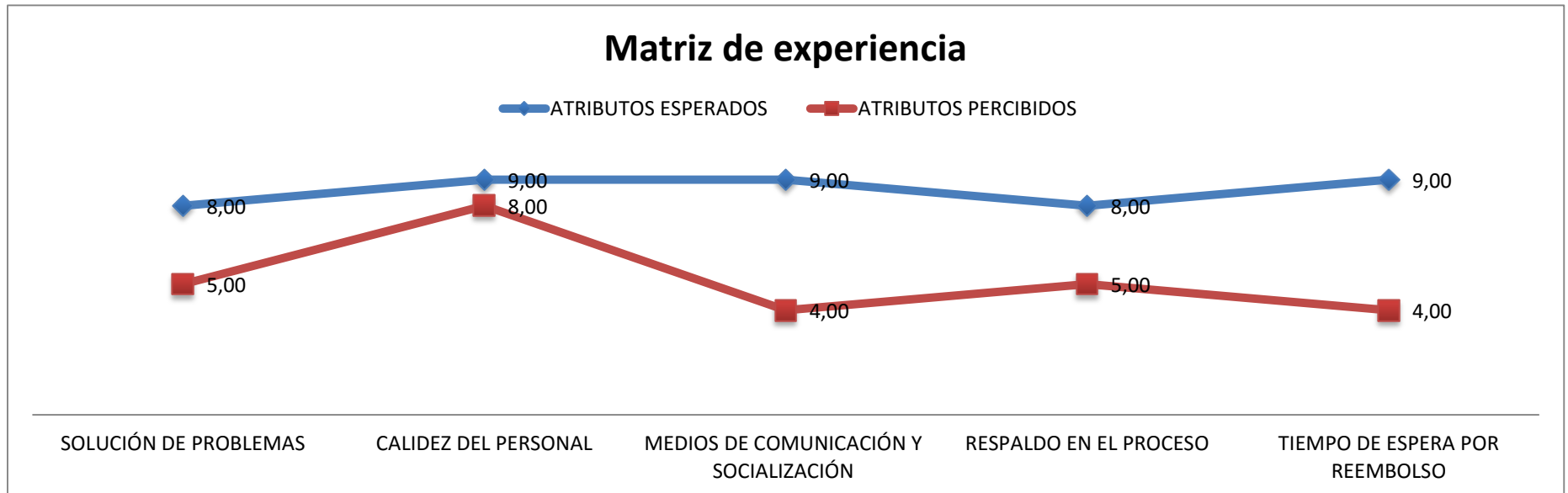
Factor	% Ponderado	Atributos esperados		Atributos percibidos	
		General	Ponderado	General	Ponderado
Solución de problemas	33,00%	8,00	2,64	5,00	1,65
Calidez del personal	26,00%	9,00	2,34	8,00	2,08
Medios de comunicación y socialización	21,00%	9,00	1,89	4,00	0,84
Respaldo en el proceso	12,00%	8,00	0,96	5,00	0,60
Tiempo de espera por reembolso	8,00%	9,00	0,72	4,00	0,32
Total	100,00%		8,55		5,49

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

La figura que se muestra a continuación servirá para mayor comprensión.

Figura 2 Matriz de experiencia



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Se puede ver que existe una brecha muy amplia entre lo esperado frente a lo percibido en el momento del servicio, esto genera oportunidades de mejora.

3.3.5 Medición general comparativa

Para la siguiente medición se tomarán únicamente los valores ponderados generados en la matriz de experiencia

Tabla 39 Medición general comparativa

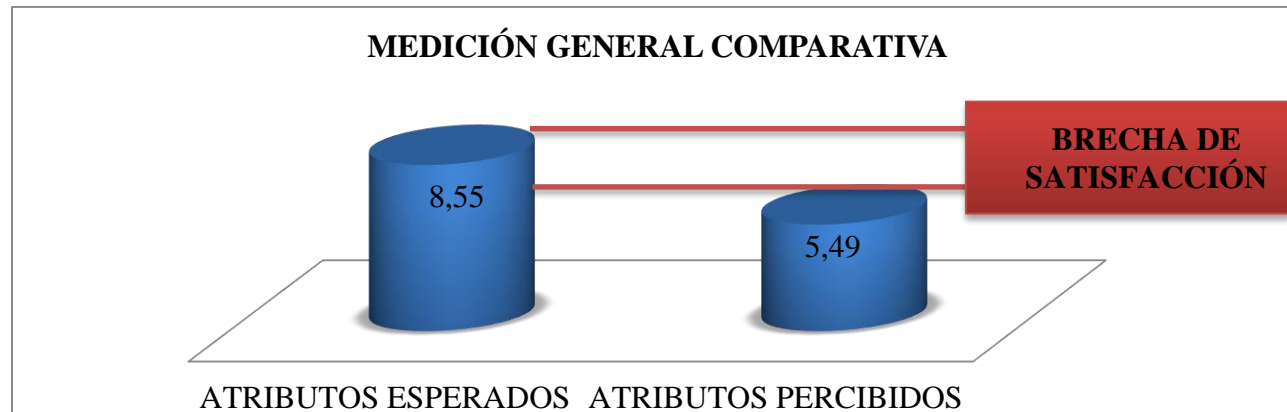
Factor	Valores ponderados	
	Atributos esperados	Atributos percibidos
Solución de problemas	2,64	1,65
Calidez del personal	2,34	2,08
Medios de comunicación y socialización	1,89	0,84
Respaldo en el proceso	0,96	0,60
Tiempo de espera por reembolso	0,72	0,32
Total ponderado	8,55	5,49

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

La figura que se presenta a continuación servirá para mayor comprensión.

Figura 3. Medición general comparativa



Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Como se observa en la figura, existe una brecha de insatisfacción negativa la misma que es de 3,06, esto se debe a que el cliente espera más de lo que está recibiendo actualmente. Sin embargo, se destaca que en base a este estudio la compañía tiene varias oportunidades para mejorar.

Tabla 40 Análisis de brechas

Análisis de brechas		
Atributos esperados	8,55	
Atributos percibidos	5,49	
<i>Diferencia</i>	-3,06	Lo que falta para llegar al esperado por el usuario
Momento ideal	10,00	
Proyección percibido	6,42	
Brecha de satisfacción	-3,58	
Umbral de satisfacción	85%	
Brecha de umbral	-30,10%	

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: Estefania Mantilla

Se define como brecha de umbral, al porcentaje critico que separa al momento ideal ponderado frente a la realidad percibida ponderada por el usuario.

3.3.6 Resumen de los resultados de la matriz de experiencia

En base al proceso investigativo el mismo que se compone por estudios formales e informales, se determinó cinco factores claves de medición; por medio de los cuales se determinará la situación actual del servicio y cuáles son las oportunidades de mejora.

Los cinco factores clave son: solución de problemas, calidez del personal, medios de comunicación y socialización, respaldo en el proceso y tiempo de espera por el reembolso; los mismos que suman el 87,08% de importancia entre los clientes.

En lo que respecta a atributos esperados el cliente destaca que las expectativas esperadas se encuentra en una calificación entre 8 y 9 lo que quiere decir muy bueno; esto se debe a que la aseguradora tiene un buen prestigio entre sus clientes por lo cual suben sus expectativas.

Al realizar el análisis de los atributos percibidos se encontró que el cliente está recibiendo mucho menos de lo esperado, esto provoca insatisfacción entre ellos.

Al realizar la matriz de experiencias se puede notar el margen que existe entre lo esperado frente a lo recibido, esta matriz es muy útil ya que permite conocer cuáles son las principales falencias del servicio.

La brecha de satisfacción es negativa por lo cual se puede concluir que al momento se tiene clientes insatisfechos ya que esta brecha es de 3,06.

Además la brecha de umbral es de -30,10%, la misma que define como, el porcentaje crítico que separa al momento ideal ponderado frente a la realidad percibida ponderada por el usuario.

CAPÍTULO 4

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Conclusiones

Uno de los primeros hallazgos dentro de los estudios realizados, destaca que existe una gran falta de conocimiento acerca de los beneficios que ofrece el bróker de seguros Raúl Coka Barriga a los estudiantes, docentes/administrativos. Dentro de los servicios más conocidos los usuarios destacaron: atención ambulatoria, reembolso y club de beneficios.

El nivel de utilización de los servicios del bróker de seguros Raúl Coka Barriga, es muy bajo; existen varios motivos, en mayor proporción se debe a inconformidad con el servicio, los usuarios expresaron que no saben utilizar; esto tiene directa relación con la falta que sienten los usuarios de una mejor información y socialización del servicio.

Respecto a la impresión que tienen los usuarios acerca del bróker de seguro, se puede observar que existe una opinión un tanto dispersa, esto se debe a que el seguro de estudiantes tiene una menor cobertura que la de docentes/administrativos; además el seguro para estudiantes es un beneficio que hasta el momento es otorgado por la Universidad Tecnológica Equinoccial a cada uno de sus estudiantes y el seguro de docente/administrativos es un seguro opcional que cada colaborador debe asumir el costo. El segmento estudiantes está conforme con el servicio brindado por parte del bróker de seguros, pero cabe recalcar que a pesar de que este segmento es el más grande, la mayoría desconoce del servicio y en esta opinión únicamente se incluye a aquellos que alguna vez han utilizado el servicio. En cambio en el segmento docentes/administrativos la opinión

acerca del servicio no es muy alentadora, ya que se sienten un tanto desinformados y además opinan que la relación precio/cobertura no es la más justa.

El bróker de seguros tiene una gama amplia de benéficos para sus usuarios, esto conlleva a que existan varios procesos para la utilización de los mismos; el estudio demuestra que el conocimiento acerca de estos son muy vagos; uno de los procesos más utilizados y conocidos es el de reembolso en el cual existe una problemática en el segmento docentes/administrativos, ya que estos creen que es un proceso demoroso y que la falta de socialización del mismo hace que los trámites sean indeseables. Al contrario, en el segmento estudiantes se sienten bastante conformes ya que aprecian una atención personalizada lo que les facilita los trámites. En estudios informales se pudo conocer que la atención que reciben los dos segmentos es diferente ya que para el segmento estudiantes se encuentra personal de Raúl Coka Barriga a disposición de ellos, pero para el segmento docentes/administrativos los trámites se realizan por medio de la oficina de bienestar universitario.

Abordando el tema de la ubicación adecuada para la oficina del bróker, los usuarios expresaron que no tiene una ubicación adecuada, debido a las siguientes razones:

- Es un lugar de difícil acceso
- No es fácil de ubicar
- Se encuentra en el campus con menor densidad de estudiantes

Haciendo una investigación de mayor profundidad una mayoría notable expreso que la mejor ubicación para esta oficina sería en el Campus Occidental, de esta manera podrían acceder con mayor facilidad a la misma.

Además estos creen que el prestigio que tiene el bróker entre su público objetivo también es bueno lo que le da un valor agregado a la empresa y a su vez eleva las expectativas del cliente acerca del servicio ofertado y prestado.

Las principales expectativas del cliente acerca del servicio son: Información adecuada, agilidad y rapidez. Los clientes concuerdan que al recibir correcta información el proceso será adecuado y sin contratiempos, por lo cual también demandan que el personal sea ágil y la atención sea rápida.

Las expectativas del cliente se relacionan directamente con lo que el cliente está recibiendo, según los usuarios lo que valoran más durante el servicio es: agilidad y rapidez, información y asesoría, solución de problemas. Es importante que el cliente esté recibiendo un servicio de acuerdo a sus expectativas ya que esto ayuda a generar relaciones perdurables en el tiempo.

Sobre el procedimiento que se debe realizar para la utilización del bróker la mayoría de los asegurados que han utilizado el servicio, dicen conocer el procedimiento pero existe una opinión contrapuesta en partes iguales sobre si este procedimiento es el adecuado, ya que el 50% cree que este procedimiento es adecuado mientras que el otro 50% cree que este procedimiento no es el adecuado.

Los diferentes procesos que se deben realizar para la utilización de los servicios ofertados al cliente, fueron calificados como muy buenos a regulares, de igual manera tiene que ver directamente con la falta de información que tienen acerca de los mismos.

La opinión de los usuarios respecto a los medios de comunicación y socialización del servicio es que estos son regulares, esta respuesta es poco alentadora pero a su vez concuerda con

los demás análisis acerca del conocimiento del seguro, por lo que se deben tomar medidas emergentes para lograr una mayor aceptación.

Respecto al personal de atención al cliente los usuarios se encuentra bastante conformes ya que creen que el servicio prestado es bueno y además las principales características según los usuarios son: cordialidad, agilidad, conocedores del proceso; los mismos que tienen una relación importante con lo que los clientes esperan recibir del servicio que es agilidad/rapidez y respaldo en el proceso.

Los usuarios han calificado a la gestión del personal del bróker de seguros como muy buena ya que la han calificado con un 8 a cada uno de los factores expuestos en la encuesta realizada. Como se puede ver el personal se encuentra a la altura para brindar una atención adecuada a los usuarios.

La frecuencia de utilización dentro de un año es del 64% el resto no ha utilizado el servicio durante un año.

Dentro de la evaluación de satisfacción se observa que existe una brecha muy amplia entre lo esperado frente a lo percibido en el momento del servicio, esto genera oportunidades de mejora. Esta brecha es de 3,06.

Además la brecha de umbral es de -30.10% es brecha es el porcentaje crítico que separa al momento ideal ponderado frente a la realidad percibida ponderada por el usuario.

4.2 Recomendaciones

Se debe realizar un plan de mejoras que abarque principalmente los cinco factores clave de medición del servicio, es necesario que el bróker de seguros centre sus esfuerzos en mejorar estos cinco puntos, los mismos que según su público objetivo son los más importantes para ellos.

Por esta razón a continuación se detallarán acciones que ayudarán a mejorar y medir constantemente el desarrollo de cada estrategia; que ayudarán al bróker de seguros a elaborar un plan de mejoras adecuado a las necesidades del clientes y que el mismo sea adaptable a los cambios e innovaciones que presente el mercado.

Para lograr una correcta atención del personal de servicio hacia el cliente, es de suma importancia que el mismo este en constante preparación y actualización de los sistemas de la empresa para que de esta manera puedan actuar de manera adecuada y ágil ante cualquier problema que presenten los clientes; además en vista de las demandas de los clientes y de las nuevas tecnologías que se encuentran a la mano de los usuarios, se ve necesario crear e implantar una plataforma virtual la misma que ayude a resolver los problemas de los clientes en línea.

Tabla 41 Solución de problemas

Solución de problemas	
Estrategia	Retroalimentación
Mantener actualizado al personal sobre resolución de problemas y atención al cliente.	Hacer un seguimiento adecuado de cada cliente atendido, para conocer el nivel de satisfacción de acuerdo a la información y ayuda para resolver su problema.
Establecer un sistema adecuado para solución de problemas en red	El sistema debe enviar reportes periódicos con información de tiempos de espera, número de problemas resueltos, satisfacción del cliente respecto al sistema.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Para lograr que el personal brinde una atención adecuada y el cliente pueda sentir calidez en la misma, es necesario que se logre una conexión de pertenecía del colaborador hacia la empresa, vale recordar que al tener un trabajador conforme y contento transmitirá esa satisfacción a sus clientes; porque para la empresa los primeros clientes son sus colaboradores.

Tabla 42 Calidez del personal**Calidez del personal**

Estrategia	Retroalimentación
Establecer un programa de satisfacción para el colaborador; el mismo que debe incluir actividades de interés como coaching empresarial, un sistema de reconocimientos y mejora del ambiente laboral.	Se debe realizar un estudio de satisfacción dirigido a los colaboradores de la empresa, periódicamente, que permita determinar los aciertos como las falencias de la estrategia implementada y esta se pueda mejorar.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

En los diferentes estudios realizados (formales e informales), se observó que existe una falencia en la estrategia actual de comunicación que tiene el bróker de seguros Raúl Coka Barriga; la misma que ha provocado que sus usuarios se sientan desinformados e inconformes.

Por esta razón es de suma importancia generar una nueva estrategia de comunicación, la misma que debe ser totalmente innovadora, para que pueda ser llamativa para los estudiantes, docentes/administrativos y estos se sientan identificados con la campaña; por esta razón se deben escoger los canales de comunicación cuidadosamente así como el mensaje.

Tabla 43 Medios de comunicación y socialización**Medios de comunicación y socialización**

Estrategia	Retroalimentación
Realizar campañas informativas para los diferentes segmentos; se debe establecer varios temas de interés, para que estas campañas sean pequeñas capsulas que los usuarios puedan aprender y retener la información necesaria.	Se debe realizar un estudio trimestral para conocer el impacto de las campañas realizadas.
Establecer adecuados canales de comunicación	Se debe analizar mensualmente el alcance obtenido por cada canal
Determinar los distintos mensajes que se quieren transmitir a los usuarios	Emitir reportes mensuales sobre la aceptación del mensaje entre el público objetivo, para poder innovarlo de acuerdo al mercado

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

En una empresa de servicios es clave que el cliente se sienta respaldado por la organización, para lograr que el cliente se sienta respaldado es necesario que la empresa de una clara imagen de que sus procesos internos tienen coherencia, su estructura empresarial sea flexible y adaptable, para que el cliente tenga acceso total y facilidad de obtener información adecuada de cualquiera de los colaboradores de la compañía.

Tabla 44 Respaldo en el proceso**Respaldo en el proceso**

Estrategia	Retroalimentación
<p>Establecer un sistema que lleve la información completa de cada caso; el mismo que debe tener tiempos límite para resolución de problemas; y obligue al personal a mantener una comunicación constante con el usuario ya sea vía telefónica o email.</p>	<p>El sistema deberá emitir informes de cada caso para poder analizar donde existen demoras o posibilidades de mejora para los siguientes casos.</p>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

El reembolso es uno de los servicios más conocido y utilizados por los dos segmentos, por lo que la empresa debe prestar especial atención en el mismo ya que el usuario tiene altas expectativas.

En este factor clave es necesario recalcar que hasta el momento el proceso para los dos segmentos es diferente, ya que los estudiantes lo realizan directamente con el bróker de seguros y los docentes/administrativos realizan este trámite por medio de la oficina de bienestar universitario y no tienen un acercamiento directo con el prestador del servicio.

Tabla 45 Tiempo de espera por el reembolso**Tiempo de espera por el reembolso**

Estrategia	Retroalimentación
Establecer un programa que envíe reportes diarios al usuario en base al estado en el que se encuentra el trámite.	Obtener una retroalimentación sobre el sistema por parte de los usuarios que han utilizado mensualmente.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Estefania Mantilla

Estas estrategias ayudarán en un principio a eliminar la brecha que existe entre el beneficio esperado frente al recibido, posteriormente se deberá hacer otro análisis para conocer la nueva situación y poder plantear estrategias que ayuden a superar las aspiraciones del usuario y de esta manera general relaciones perdurables en el tiempo con los clientes del bróker de seguros Raúl Coka Barriga.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Antúnez Gordillo, L. (2014). *La gestión profesional de ventas*. Estados Unidos: Create Space.

Escudero Serrano, M. J. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: Ediciones paraninfo.

Fernández, J. C. (31 de diciembre de 2007). *slideshare*. Obtenido de IN:
<http://es.slideshare.net/jcfdezmx2/plan-de-mejora-216033?related=2>

García Ferrer, G. (2012). *Investigación comercial* (3ª ed.). Madrid: Esic editorial.

Haskett, J., Jones, T., Loveman, G., Sasser, W., & Schlesinger, L. (2008). *The ownership Quotient: putting the service profit chain to work for unbeatable competitive advantage* (1 ed.). Boston, Massachusetts: Harvard Business Press.

Hoffman, K., & Bateson, J. (2002). *Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos* (1 ed.). México: Thomson.

Kotler, Gregor, & Rodgers. (2001). *The marketing Audit comes of age*. (M. J. Baker, Ed.) Nueva York: Routledge.

Kotler, P. (s.f.).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (11ª ed.). México: Pearson educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (14^a ed.). Mexico: Pearson

Educación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). México: Pearson educación.

Lovelock, C., & Gummensson, E. (1 de agosto de 2004). Whither service Marketing? *Journal of service Research*.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios* (6^a ed.). México: Pearson educación.

Melara, M. (30 de Julio de 2013). *El blog de Marlon Melara service design & marketing de servicios*. Obtenido de Marlon Melara: <http://marlonmelara.com/diferencia-entre-servicios-y-servicio-al-cliente/>

Pimenta Da Gama, A., & Martinez Ruiz, M. (2013). *Análisis de la performance en las empresas una perspectiva integrada* (1 ed.). Barcelona: UOC.

Prieto Herrera, J. E. (2010). *Gerencia del servicio* (2^a ed.). Bogotá: Ecoe ediciones.

Vásquez Luis, R. (2006). *Habilidades directivas y técnicas de liderazgo. Su aplicación en la gestión de equipos de trabajo*. España: Ideas propias.

Zeithaml, Parasuraman, & Berry. (1988). *Marketing Science Institut*. Cambridge: Journal of Retailing.

ANEXOS

Anexo A “Cuestionarios de entrevista en profundidad”

Segmento Estudiantes

Introducción

¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?

¿Conoce usted con que servicios puede contar por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Percepción del cliente

¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?

Procesos

¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?

Tipo de demanda

¿Qué servicio es el más utilizado por usted?

¿El servicio corresponde a sus necesidades?

Ubicación

¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?

Personal de atención

¿Según usted con que características debe contar el personal de atención al cliente?

¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?

¿Cómo consideraría al trato del personal?

¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?

Segmento Docentes y Administrativos

Introducción

¿Ha utilizado los servicios del bróker Raúl Coka Barriga?

¿Conoce usted con que servicios puede contar por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

¿Qué servicios ha utilizado del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Percepción del cliente

¿Cuál es su impresión acerca del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

¿Qué es lo que usted aprecia más en el servicio del bróker de seguros?

Procesos

¿Conoce usted el procedimiento para la utilización del bróker de seguros?

Tipo de demanda

¿Qué servicio es el más utilizado por usted?

¿El servicio corresponde a sus necesidades?

Ubicación

¿Cree usted que la ubicación de la oficina de Raúl Coka Barriga es adecuada?

Personal de atención

¿Según usted con que características debe contar el personal de atención al cliente?

¿Cuál es la impresión que usted tiene acerca del personal de atención al cliente?

¿Cómo consideraría al trato del personal?

¿Cree usted que el personal cuenta con la preparación adecuada para solucionar sus demandas? ¿Por qué?

Anexo B.- Cuestionario de encuestas

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DEL BRÓKER DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA

La información proporcionada en la encuesta será utilizada únicamente con fines académicos. ¡Agradezco su colaboración!

Edad: 18 a 21 años () 22 a 27 años () 28 a 45 años () 46 a 70 años ()
Género: Masculino () Femenino ()

1) ¿Usted es?

Estudiante () 1.1 Docente () 1.2 Administrativo () 1.3

2) ¿Ha utilizado el servicio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

Si () 2.1 No () 2.2

¿Por qué no ha utilizado?

No sabía que tenía () 3.1
 No se cómo utilizar () 3.2
 Es muy tedioso () 3.3
 No he necesitado () 3.4
 Otros (Especifique) () 3.5 _____

Si su respuesta es afirmativa, por favor continuar con la encuesta; caso contrario muchas gracias por su tiempo.

3) De los siguientes servicios que se detallan a continuación ¿Cuáles conocía usted que Raúl Coka Barriga le ofrece?

SERVICIO		SERVICIO	
Consultas médicas (3.1)		Servicio exequial (3.8)	
Plan dental (3.2)		Club de beneficios (3.9)	
Ambulancia (3.3)		Plan gastos mayores (3.10)	
Reembolsos (3.4)		Atenciones ambulatorias (3.11)	
Orientación médica (3.5)		Maternidad (3.12)	
Crédito Hospitalario (3.6)		Vida (3.13)	
Ejecutivo express (3.7)		Asistencia total RCB (3.14)	

4) ¿Qué servicio es el que más ha utilizado de bróker de seguros Raúl Coka Barriga?

SERVICIO		SERVICIO	
Consultas médicas (4.1)		Servicio exequial (4.8)	
Plan dental (4.2)		Club de beneficios (4.9)	
Ambulancia (4.3)		Plan gastos mayores (4.10)	
Reembolsos (4.4)		Atenciones ambulatorias (4.11)	
Orientación médica (4.5)		Maternidad (4.12)	
Crédito Hospitalario (4.6)		Vida (4.13)	
Ejecutivo express (4.7)		Asistencia total RCB (4.14)	

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

5) **Evalúe el servicio recibido por parte del bróker de seguros Raúl Coka Barriga**

Muy Buena () 5.1 Buena () 5.2 Regular () 5.3 Malo () 5.4

6) **¿Cuál es su impresión sobre el prestigio del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?**

Muy Buena () 6.1 Buena () 6.2 Regular () 6.3 Malo () 6.4

7) **¿Qué es lo que espera recibir del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?**

Respeto () 7.1
 Información adecuada () 7.2
 Socialización () 7.3
 Agilidad y rapidez () 7.4
 Paciencia () 7.5
 Otros (especifique) () 7.6

8) **Al momento del servicio. ¿Qué es lo que usted aprecia más?**

Cordialidad () 8.1
 Agilidad y Rapidez () 8.2
 Respaldo en el proceso () 8.3
 Información y asesoría () 8.4
 Solución de problemas () 8.5

9) **¿Conoce el procedimiento para la utilización del bróker?**

Si () 9.1 No () 9.2

10) **¿Cree que el procedimiento para la utilización del bróker es la adecuada?**

Si () 10.1 No () 10.2

11) **Califique los diferentes procesos de prestación de servicios que brinda el bróker de seguros Raúl Coka Barriga, donde 10 es la calificación más alta.**

PROCESO	CAL.	PROCESO	CAL.
Autorización para consultas médicas. (11.1)		Servicio Exequial (11.8)	
Plan dental (11.2)		Reembolso (11.9)	
Servicio de ambulancia (11.3)		Orientación telefónica (11.10)	
Crédito Hospitalario (11.4)		Ejecutivo Express (11.11)	
Club de beneficios (11.5)		Vida (11.12)	
Pla gastos mayores (11.6)		Asistencia total RCB (11.13)	
Maternidad (11.7)			

12) **¿Cómo evalúa los medios de comunicación y difusión de la información del bróker de seguros Raúl Coka Barriga?**

Muy Buena () 12.1 Buena () 12.2 Regular () 12.3 Malo () 12.4

13) **Según su criterio, ¿Qué ubicación sería la más conveniente para la oficina del bróker de seguros Raúl Coka Barriga? (Dentro de la universidad)**

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE SEGUROS RAÚL COKA BARRIGA EN LA UTE MATRIZ QUITO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN A LOS USUARIOS, OCT – DIC 2015

14) ¿Califique la atención del personal de atención en servicio al cliente?

Muy Buena () 14.1 Buena () 14.2 Regular () 14.3 Malo () 14.4

15) ¿Cuáles son las tres principales características con las que cuenta el personal?

CARACTERÍSTICA		CARACTERÍSTICA	
Cordialidad (15.1)		Iniciativa (15.6)	
Agilidad (15.2)		Disposición de servicio (15.7)	
Conocedores del proceso (15.3)		Don de gentes (15.8)	
Conocedores de la oferta de servicios (15.4)		Colaboración (15.9)	
Formalidad (15.5)		Presentación personal (15.10)	

16) Califique la gestión del personal del bróker de seguros Raúl Coka Barriga, donde 10 es la calificación más alta.

CARACTERÍSTICA	CAL.	CARACTERÍSTICA	CAL.
Cordialidad (16.1)		Iniciativa (16.6)	
Agilidad (16.2)		Disposición de servicio (16.7)	
Conocedores del proceso (16.3)		Don de gentes (16.8)	
Conocedores de la oferta de servicios (16.4)		Colaboración (16.9)	
Formalidad (16.5)		Presentación personal (16.10)	

17) ¿Con que frecuencia ha utilizado el servicio este último año?

No he utilizado () 14.1
 Mensual () 14.2
 Trimestral () 14.3
 Semestral () 14.4
 Anual () 14.5