



DOI: <https://doi.org/10.46296/yc.v6i11edespdic.0261>

VENTAJAS COMPETITIVAS DE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR COMPAÑÍAS ASEGURADORAS Y BRÓKERS DE SEGUROS EN ECUADOR

COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE SERVICES OFFERED BY INSURANCE COMPANIES AND INSURANCE BROKERS IN ECUADOR

Vera-Vélez Zuleima Nathaly ¹; Mogro-Rada Félix Alberto ²

¹ Estudiante del programa de Maestría en Administración de Empresas, Instituto de Posgrado, Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Ecuador. Correo: zvera1491@utm.edu.ec.

² Docente del programa de Maestría en Administración de Empresas, Instituto de posgrado, Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Ecuador. Correo: felix.mogro@utm.edu.ec.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3961-6473>.

Resumen

En Ecuador, tanto las compañías aseguradoras como los brókers están facultados para ofertar servicios de seguro a las personas naturales y jurídicas para protegerlos ante eventuales riesgos de sus bienes materiales en intercambio de una alícuota monetaria establecida de manera mensual o anual según el caso. La presente investigación se centró en analizar las ventajas competitivas entre los servicios que ofertan las compañías aseguradoras y los brókers de seguros localizados en la ciudad de Portoviejo, empleando como metodología el enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y explicativo para poder fundamentar las ventajas competitivas de la oferta de seguros de ambas partes. El método analítico para realizar la discusión de los resultados obtenidos de la aplicación de una encuesta a 1 compañía y 10 brókers que operan en la ciudad de Portoviejo, considerando un muestreo de tipo no probabilístico por conveniencia. Como resultados se evidenció mayores ventajas competitivas en un 13% de los brókers frente a las compañías de seguros, y un 5% menos de desventajas de los brókers en comparación con las empresas aseguradoras; la experiencia en el mercado de ambos confluye entre los 16 a 20 años y en el caso de la compañía más de 20 años, los servicios son los mismos con la diferencia de la estrategia que implementa el uno y el otro. Se concluye que aunque los brókers emplean mejores estrategias, se puede lograr mayores ventajas competitivas cuando los esfuerzos se unifican y se trabaja con un fin común, brindando un mejor servicio a la sociedad.

Palabras claves: brókers, compañía de seguros, estrategia, seguros, ventaja competitiva.

Abstract

In Ecuador, both insurance companies and brokers are authorized to offer insurance services to individuals and legal entities to protect them against possible risks to their material assets in exchange for a monetary quota established on a monthly or annual basis, as the case may be. This research focused on analyzing the competitive advantages between the services offered by insurance companies and insurance brokers located in the city of Portoviejo, using a quantitative, descriptive and explanatory approach as a methodology to substantiate the competitive advantages of the insurance offer of both parties. The analytical method for the discussion of the results obtained was the application of a survey to 1 company and 10 brokers operating in the city of Portoviejo, considering a non-probabilistic convenience sampling. The results showed that 13% of the brokers had greater competitive advantages than the insurance companies, and 5% fewer disadvantages than the insurance companies; the experience in the market of both companies is between 16 and 20 years, and in the case of the company, more than 20 years; the services are the same with the difference in the strategy implemented by one and the other. It is concluded that although the brokers employ better strategies, greater competitive advantages can be achieved when the efforts are unified and work with a common purpose, providing a better service to society.

Keywords: brokers, insurance company, strategy, insurance, competitive advantage.

Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 05 de octubre de 2022.

Fecha de aceptación: 01 de diciembre de 2022.

Fecha de publicación: 08 de diciembre de 2022.



1. Introducción

A raíz del evento catastrófico del 16 de abril de 2016 en Ecuador, específicamente en las provincias de Manabí y Esmeraldas, la dinámica con la que operaban las aseguradoras ha venido operativizándose, de manera que el trabajo con profesionales independientes conocedores de los beneficios que implican tomar un determinado seguro, pueda potenciar su presencia en un mercado altamente competitivo (Abad y Pincay, 2014).

El trabajo de estos profesionales, denominados también corredores de seguros, brókers, consultores independientes se centra en la intermediación con las compañías aseguradoras, con la cual no tienen vínculo laboral, para poder analizar las mejores opciones de este servicio adaptado de la mejor forma a satisfacer las necesidades de sus clientes, efectúa las negociaciones con dichas empresas lo cual involucra su defensa cuando éste requiera cobrar el servicio de seguro que contrató (Quintana y Rodríguez, 2017).

Sin embargo, a pesar de que un bróker puede ofrecer las mejores cotizaciones previa contratación de una póliza de seguros al requirente, existen realidades ineludibles que han incidido en que estos profesionales no sean parte del personal contratado por la empresa de seguros (Torres, 2016), tales como, la incorporación al rol de la empresa para percibir los beneficios que la legislación ecuatoriana contempla cuando se contrata a un empleado bajo cualquier modalidad, sea esta, la afiliación al Instituto Ecuatoriano de seguridad social (IESS), la recepción de los décimos tercero y cuarto sueldo, vacaciones y otros (Segarra y Murillo, 2021), han incidido en que la relación laboral entre las compañías de seguros y los brókers sea de no dependencia, es decir que su trabajo es indirecto y su retribución económica se realice mediante comisiones por la venta de los servicios de seguros con las diferentes compañías con las que efectúan sus negocios (Escayola, 2017).

Expuesto el contexto problemático, se establece la formulación del problema: ¿Cuáles son las ventajas competitivas entre los servicios que



ofertan las compañías aseguradoras y los brókers de seguros localizados en la ciudad de Portoviejo, Ecuador?, teniendo como objetivo de investigación, analizar las ventajas competitivas entre los servicios que ofertan las compañías aseguradoras y los brókers de seguros localizados en la ciudad de Portoviejo, Ecuador.

Revisión de literatura

- **Teoría general de la competitividad**

Siendo la competitividad una condición indispensable para el desarrollo de las empresas y de los países, es importante analizar los conceptos básicos de competitividad internacional. Según Porter “la competitividad es un indicador que mide o cuantifica la capacidad de una nación de competir frente a sus socios comerciales” (Porter, 1990). Como expresión de este fenómeno dos conocidas organizaciones suizas han venido compilando frecuentemente “Índices de competitividad” de naciones desarrolladas y en vías de desarrollo. Estas son el Foro Económico Mundial quien afirma que “la competitividad mundial es la habilidad de un país o una compañía

de, proporcionalmente, generar más riqueza que sus competidores en un mercado mundial” (Cardona et al., 2016).

La otra organización es el Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial (IMD) con sede en Lausana, Suiza, para quien el término competitividad está asociado con “la habilidad de dirigir la ubicación de los negocios para explotar las ventajas competitivas de los diferentes países, la utilización óptima de activos para fomentar la productividad y el desarrollo de capacidades interactivas para desatar el crecimiento” (ITESM, 1999).

Para calcular la competitividad de una nación, ambos indicadores combinan datos cualitativos como cuantitativos obtenidos de la aplicación de una encuesta de opinión diseñada para evaluar aspectos relacionados. De gran importancia para el cálculo de estos indicadores es la encuesta de opinión empresarial adelantada anualmente por el Foro Económico Mundial, la cual permite derivar datos sobre una buena cantidad de aspectos de la economía de un país para los que no existen datos

cuantitativos, tales como la eficiencia de las instituciones del gobierno, la sofisticación de las redes de abastecimiento local, o la naturaleza de las prácticas competitivas. La competitividad se traduce en el desarrollo de los países en la generación de riqueza dentro o fuera de estos y a su vez en capital y conocimientos, la generación de conocimientos es costosa, por lo que suele producirse en los países industriales. Pero las naciones en desarrollo pueden adquirir conocimientos en otros países, y también crearlos ellas mismas (Uzcátegui et al., 2017).

Hace cuarenta años, la República de Corea y Ghana tenían un ingreso per cápita prácticamente igual. A principios de los 90 el ingreso per cápita de la República de Corea era seis veces mayor que el de Ghana. En opinión de algunos, la mitad de esa diferencia obedece al mayor acierto con que aquella ha sabido adquirir y utilizar los conocimientos. El conocimiento ilumina también todas las transacciones económicas; revela las preferencias, aclara los intercambios, orienta los mercados. La revolución de la información hace más urgente la necesidad de

conocer y comprender el desarrollo de las nuevas tecnologías de las comunicaciones, la caída vertiginosa del costo de los servicios informáticos está eliminando las fronteras y acortando las distancias y el tiempo. La aldea más remota tiene la posibilidad de aprovechar un acervo mundial de conocimientos tan vasto que hace un siglo habría resultado impensable, además hacerlo en forma rápida y económica de lo que nadie habría imaginado hace sólo unos decenios; esto es globalización (IMD, 2013). El IMD mide los siguientes indicadores:

- **Fortaleza de la Economía Nacional:** Evalúa la profundidad y estabilidad de las políticas macroeconómicas.
- **Internacionalización:** Mide el grado en el que el país participa en el comercio internacional y su flujo de inversión. **Gobierno:** Grado en que las políticas del gobierno facilitan la competitividad.
- **Actividad Financiera:** Mide el desarrollo del mercado de capitales y la calidad de los servicios financieros.
- **Infraestructura:** Evalúa la calidad y disponibilidad de la



infraestructura existente. •

Administración: Grado en que las empresas son manejadas en forma innovadora, responsable y rentable.

- Ciencia y Tecnología: Es la capacidad científica y tecnológica unida al éxito de la investigación básica aplicada.
- Personas: Disponibilidad y calificación de los recursos humanos (IMD, 2022).

Para soportar su estrategia y desarrollar un desempeño superior al promedio de la industria, una compañía debe contar con una ventaja competitiva sustancial, la cual debe mejorarse constantemente. El entorno moderno hace que cada vez se torne mucho más difícil mantener una ventaja porque es muy alta la velocidad con que unas empresas imitan a otras. Según Porter, la manera que tiene una compañía para obtener una ventaja competitiva dentro de la industria sólo puede darse de dos maneras.

Diferenciar sus productos para establecer un precio más elevado: Implica poder ofrecer un valor exclusivo a sus clientes, a partir de

características y tecnologías superiores. Esto puede significar tener costos más altos, pero no es importante en la medida que el precio final superior sea mayor que el costo extra de ofrecer un valor único. La diferenciación se deriva fundamentalmente de la creación de un valor para el comprador a través del impacto de una empresa para la cadena de valor del comprador. Tener los costos más bajos: La empresa puede decidir pasar algunas de las reducciones de costos hacia los precios, pero costos menores significan mayores márgenes para la organización (Torres, 2016).

La ventaja competitiva sólo puede ser entendida observando las actividades. Las empresas deben ser capaces de identificar donde se encuentran las ventajas y las desventajas de la compañía. Es por esta razón que se hace necesario estudiar qué actividades específicas proporcionan una ventaja competitiva en cuanto a los costos o a la diferenciación. El obtener y el mantener la ventaja competitiva depende de no sólo comprender la cadena de valor de una empresa, sino cómo encaja la empresa en el

sistema de valor general. Una diferencia importante es que la cadena de valor de una empresa puede diferir en el panorama competitivo del de sus competidores, representando una fuente potencial de ventaja competitiva. El grado de integración dentro de las actividades juega un papel clave en la ventaja competitiva (Porter, 1987).

Las oportunidades para diferenciarse no sólo residen en los atributos del producto o en la variedad de los servicios. También pueden encontrarse en cada punto de contacto del cliente con la empresa. Para detectarlas hay que hacer, en primer lugar, un análisis de la cadena de consumo que consiste en descomponer la experiencia del cliente en etapas: desde el momento en que percibe una necesidad y se vincula con la empresa, hasta que concluye su relación con ella (López, 2017).

Las diferencias entre las cadenas de valor de los competidores son una fuente clave de la ventaja competitiva. Los eslabones entre las cadenas de valor de los proveedores y la cadena de valor de la empresa pueden proporcionar oportunidades para que la empresa aumente su

ventaja competitiva. La administración de los eslabones es así una tarea organizacional más compleja que la administración de las mismas actividades de valor. Dada la dificultad de reconocer y administrar los eslabones, la capacidad de hacerlo se basa con frecuencia en una fuente sostenida de ventaja competitiva. No se puede olvidar dentro de la ventaja competitiva la importancia de la definición por parte de la alta dirección sobre la definición de los factores clave de éxito (FCE) (Kaushal y Ghosh, 2017).

Esta etapa debe ser abordada inmediatamente antes de cualquier análisis, general o específico, interno o externo. Para ello se deben definir cuáles son los elementos necesarios que deben existir para alcanzar la misión definida previamente por los miembros de la junta directiva. Estos deben ser preferiblemente pocos y de gran trascendencia estratégica. Los FCE son aspectos internos y externos que toda empresa de la misma industria o sector debe reunir para alcanzar el éxito y con cuya presencia se constituyen ventajas competitivas y con su carencia se obstaculiza el cumplimiento de la



misión de la organización. Algunos tipos comunes de factores clave para el éxito que utilizan las organizaciones y con los que tratan de lograr ventajas competitivas sostenibles son:

- Relacionados con la tecnología.
- Relacionados con la fabricación.
- Relacionados con la distribución.
- Relacionados con la mercadotecnia.
- Relacionados con las habilidades.
- Habilidad Organizacional (Rauch y Altuntas, 2017).

Otros tipos de FCE: Imagen con los compradores, bajo costo general, ubicaciones convenientes, empleados amables, acceso a capital para financiamiento, protección de patentes. Para poder definir con exactitud estos factores, los presidentes de las organizaciones y sus respectivos miembros de juntas directivas deben conocer a fondo las características del sector industrial o comercial al que pertenecen (Thompson y Strickland, 2014).

De acuerdo a Porter, la ventaja competitiva se denomina al valor que una empresa es capaz de ofrecer a

sus clientes, para lo cual puede usar estrategias como precios inferiores que los de los competidores para beneficios similares o por productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes. Para Porter, el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que la empresa les proporciona. Las 5 fuerzas de Porter hablan acerca del concepto sobre los negocios con el fin de maximizar los recursos y superar la competencia (Porter, 1990).

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. Según Porter dos son los tipos de ventajas competitivas que se pueden observar en el mercado:

1. El liderazgo en costos, o sea la capacidad de realizar un

producto a un precio inferior a nuestros competidores;

2. La diferenciación del producto, o sea la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para los consumidores frente a los productos ofrecidos por nuestros competidores. la ventaja competitiva de una empresa frente a otras recae en la habilidad de reducir los costos que pueden estar ligados a ciertos factores como la eficiencia y la adecuada selección de proveedores y acreedores, así como también, en la diferenciación de productos y servicios determinados por la calidad y capacidad de satisfacer las necesidades del cliente, lo que puede permitirle a la empresa alcanzar un mayor desempeño al promedio de la industria y, por ende, una mayor competitividad (Porter, 1987).

En este marco de las ventajas competitivas, el servicio al cliente es uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta cuando se piensa en la adquisición de un bien o servicio, es por ello que debe ofrecerse una atención de calidad que proporcione satisfacción

absoluta a los clientes. “El servicio al cliente se define como un conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (Kaushal y Ghosh, 2017).

“La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe” (Abad & y Pincay, 2014). “Para llevar una política exitosa de atención al cliente, la empresa debe poseer fuentes de información sobre su mercado objetivo y el comportamiento de sus consumidores” (Rauch y Altuntas, 2017).

Establecer características de servicio que permitan marcar ventajas competitivas dentro de la industria de los seguros es a lo que hoy en día las compañías aseguradoras y corredores de seguros le deben apuntar, ya que un cliente satisfecho puede significar fidelización y así mismo generar cadenas de recordación y promoción recomendando a las empresas que llenaron sus expectativas a conocidos y familiares. Para fabricar un servicio lo primordial es tener



mano de obra especializada en servicios, que fue llamada personal de contacto, como segundo elemento se nombró el soporte físico y como tercer elemento un cliente (Thompson y Strickland, 2014).

Según Thompson y Strickland (2014), los elementos y sus definiciones se describen a continuación:

- El cliente: Es el consumidor, implicado en la fabricación del servicio, cuya presencia es absolutamente indispensable.
- El soporte físico: Es un elemento material necesario para la producción del servicio, del que se servirá el personal de contacto, el cliente o ambos. Hay dos grandes clases de soportes físicos:
 1. Los instrumentos necesarios para la prestación del servicio, vale decir, los objetos, muebles o máquinas que se requieren.
 2. El entorno material en que se desarrolla el servicio, o sea los edificios, decorados y disposición de los elementos que configuran el ambiente en que se presta el servicio.

- El personal de contacto: Se trata de la o las personas empleadas por la empresa de servicios, cuyo trabajo consiste en estar en contacto directo con el cliente. En algunos casos, el personal de contacto puede no existir, en servucciones que son realizadas directamente por el cliente.
- Servicio: es el resultado de la interacción de los tres elementos anteriores. Esta resultante constituye el beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente, con la mayor calidad posible. Es el “beneficio” que satisface la necesidad.

• **Compañías aseguradoras, brókers y seguros**

Antes de hablar sobre las compañías de seguros, es preciso indagar en un término poco tratado que corresponde a la cultura de seguros, este se refiere al proceso de toma de decisión consciente y no forzada de contratar pólizas de seguros para prevenir el shock que genera un evento adverso. Para esto es necesaria la confluencia de tres hechos, volverse consciente del valor de las cosas en el tiempo, de la posibilidad de ocurrencia de un

evento y del efecto de la pérdida en el bienestar personal (EKOS, 2018).

En este referente, las compañías de seguros son las que promueven la cultura de seguros en las personas; y pueden ser definidas como una persona física o jurídica que se ocupa de asegurar los riesgos a terceros, es decir, su principal actividad consiste en resguardar a aquellos bienes materiales de determinados riesgos a los que están expuestos (Cardona et al., 2016). Una compañía aseguradora es “la entidad debidamente autorizada por la Superintendencia de bancos y seguros que asume riesgos particulares a cambio de un pago que hace el asegurado” (Superintendencia de compañías, valores y seguros, 2022).

El servicio principal que ofertan este tipo de empresas son los seguros, los cuales nacen como resultado de la necesidad de los agentes económicos de prevenir su patrimonio, activos o elementos de valor de un fenómeno probable, que tiene ocurrencia en el futuro y que genera una pérdida o daño en caso de ocurrencia. De esta forma, entre mayor conocimiento tengan los agentes económicos respecto de los

riesgos potenciales que asumen en el futuro, mayor será la predisposición de éstos para contratar una póliza de seguros. En consecuencia, el seguro es el contrato consensual, bilateral, oneroso, aleatorio y de ejecución sucesiva (Superintendencia de Seguros Privados, 2022).

El seguro es aquel contrato bilateral mediante el cual tanto una persona jurídica o natural, se encarga de ciertos riesgos de pérdida, obligado por una retribución se puede indemnizar las pérdidas ocasionadas, o cualquier otro daño u objeto que esté asegurado”. También es el Seguro un contrato por cual una empresa especializada se hace cargo por determinado tiempo de los riesgos de pérdida o de deterioro, obligándose a indemnizar en el caso de que lleguen a presentarse las pérdidas o daños previstos. Existe un contrato en donde se obliga a que el asegurar cancele una prima como parte de garantía en caso de que ocurra un evento imprevisto. En un medio muy competitivo “...el respectivo crecimiento por parte de la demanda de una empresa de seguros, si el corredor o intermediario quiere ser



exitoso en el mercado deberá de aplicar técnicas relacionadas al mercado financiero” (Quintana y Rodríguez, 2017).

Para Goyeneche (2022) un bróker es la persona que comercializa o realiza operaciones con productos de seguros que son valores, como las rentas vitalicias variables, u otros productos de inversión que son valores, además:

Los bróker pueden participar o actuar como un único asegurador o representar a varios. En los casos en el que el bróker actúa de manera principal en nombre del cliente, el bróker es independiente de las aseguradoras, los mismos, que pueden escoger los productos que se encuentren disponibles en el mercado. En caso de siniestro, el bróker representa a su cliente en las diversas compañías de seguro realizando los respectivos trámites, con la finalidad de preservar los intereses de sus clientes y de esta manera las entidades aseguradoras cumplan con sus respectivas funciones frente a los términos acordados en el contrato (p. 21).

2. Metodología

La investigación se atiene al paradigma positivista con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y explicativo para poder fundamentar las ventajas competitivas de la oferta de seguros de las compañías y los consultores independientes. Se empleó el método de análisis síntesis para realizar la discusión de los resultados obtenidos con la aplicación del cuestionario a los sujetos de estudio, en contraste con otras investigaciones sobre la temática investigada.

La técnica de la encuesta fue administrada a los funcionarios de las empresas aseguradoras y a los consultores independientes de seguros, considerando una población de 3 compañías y 15 brókers, y aplicando un muestreo de tipo no probabilístico por conveniencia de acuerdo al criterio de la autora de 1 compañía de seguros y 10 brókers, que cuentan con oficinas en la ciudad de Portoviejo, Ecuador, para realizar sus actividades comerciales.

La encuesta fue diseñada en función al objetivo de investigación y

validada por el experto en el área del servicio de seguros; este instrumento constó de 2 partes, en la primera se realiza una identificación general de la empresa atendiendo al tipo de compañía, tiempo en el mercado, número de empleados, localización de las oficinas en la ciudad de Portoviejo, tipo de servicios ofertados, compañía de seguros nacionales e internacionales con las que trabaja, cartera de clientes, el tiempo de fidelidad del cliente, el tiempo de entrega de servicio. En la segunda parte se realiza una caracterización de los tipos de servicios ofertados mediante 5 ítems, y finalmente se realiza una comparación entre las ventajas y desventajas de los servicios ofertados por las

compañías de seguros, para la cual se empleó una escala de Likert de 5 puntos, teniendo:

Muy alto = 5

Alto = 4

Regular- 3

Bajo = 2

Muy bajo=1

3. Resultados y discusión

Producto del desarrollo de la investigación referida a las ventajas competitivas del servicio de seguros ofertado por las aseguradoras y los agentes independientes, se tienen los siguientes:

Tabla 1. Identificación de la empresa o bróker

Razón social	#	Área de operaciones	#
Compañía de seguros	1	Portoviejo	11
Bróker	10	Provincia de Manabí	11
Agente	0	Otras ciudades de Ecuador	11
Total	11	Media	11
Tiempo de operaciones	#	Domicilio en Portoviejo	#
Menos de 1 año	2	Parroquia Portoviejo	2
1-5 años	2	Parroquia 12 marzo	3
6-10 años	2	Parroquia Andrés de Vera	2
11-15 años	3	Parroquia Colón	1
16-20 años	1	Parroquia Simón Bolívar	1
Más de 20 años	1	Parroquia Picoazá	2
Total	11	Total	11
Compañías de seguros con las que trabaja	#		#
Aig metropolitana, compañía de seguros y reaseguros S.A.	0	Liberty seguros S.A.	5
Aseguradora del Sur	10	La unión compañía nacional de seguros S.A.	
Ama América S.A. empresa de seguros	2	Mapfre atlas compañía de seguros S.A.	4



BMI del Ecuador, compañía de seguros de vida S.A.	5	Oriente seguros S.A.	1
Bupa Ecuador S.A. compañía de seguros	2	Pan American Life de Ecuador compañía de seguros S.A.	1
Constitución C.A. compañía de seguros	3	Seguros del Pichincha S.A. compañía de seguros y reaseguros	6
Compañía de seguros Cóndor S.A.		Seguros Sucre S.A.	0
Chubb seguros Ecuador S.A.	1	Seguros unidos S.A.	1
Zurich seguros Ecuador S.A.	9	Seguros Colón S.A.	
Equivida compañía de seguros S.A.	3	Seguros alianza S.A.	4
Compañía de seguros ecuatoriano Suiza S.A.		Seguros confianza S.A.	2
Generali Ecuador compañía de seguros S.A.		Seguros equinoccial S.A.	3
Hispana de seguros S.A.	3	Sweaden compañía de seguros S.A.	5
Interoceánica C.A. de seguros	5	Compañía francesa de seguros para el comercio exterior COFACE sucursal Ecuador S.A.	0
Latina seguros C.A.	7	VAZ seguros S.A. compañía de seguros	3
Cartera de clientes		Fidelidad del cliente	
Menos de 10	0	Menos de 1 año	1
11-40	3	1-5 años	6
41-60	0	6-10 años	1
61-80	0	11-15 años	2
81-100	1	16-20 años	1
Más de 100	7	Más de 20 años	0

Nota. Elaboración propia

Como puede apreciarse en la tabla 1, se identificaron 10 brókers y 1 compañía de seguros que tienen operaciones en la ciudad de Portoviejo, pero que además el 70% operan en otros cantones de la provincia de Manabí como Chone, Pedernales, Bolívar, Junín y un 30% tiene cobertura en varias ciudades del Ecuador como Guayaquil, Quevedo, Santo Domingo, Esmeraldas y Quito. El tiempo de operaciones para el 30% de los brókers está entre 11 a 15 años, un 20% tiene menos de 1 año, entre 1 a 5 años y entre 6 a 10 años, 1 bróker tiene entre 16 a 20 años trabajando

y la compañía de seguros tiene más de 20 años en el mercado.

En cuanto a las compañías de seguros con las que trabajan los brókers, el 100% lo hace con Aseguradora del Sur, seguido de un 90% que también coordina con Zurich seguros Ecuador S.A., un 70% con Latina Seguros C.A., un 60% con Seguros del Pichincha S.A. compañía de seguros y reaseguros, un 50% trabaja también con Liberty seguros S.A., Sweaden compañía de seguros S.A. e Interoceánica C.A. de seguros.

La cartera de clientes que maneja el 70% de los brókers y la compañía

aseguradora corresponde a más de 100 usuarios, un 30% tiene una cartera entre 11 a 40 personas y 1 bróker tiene una base de datos entre 81 a 100 asegurados. Respecto de la fidelidad de los clientes, el 60% reporta una fidelización entre 1 a 5 años, un 20% entre 11 a 15 años, y la compañía tiene clientes fieles entre 16 a 20 años. Además el promedio de tiempo en que el 50%

entrega el servicio es de 24 horas, mientras el 40% de los brókers entrega el servicio entre 48 a 72 horas; para la compañía el tiempo oscila entre 24 horas a 48 horas según el caso.

En la tabla 2 se presentan los servicios ofertados, tanto por los brókers como por la compañía aseguradora.

Tabla 2. Servicios ofertados

Seguros personales		Seguros de servicios:	
Seguros de vida:		Seguros de servicios varios:	
Seguro por fallecimiento	8	Seguros de defensa jurídica	2
Seguro de ahorro para supervivencia (PPA)	2	Seguro de decesos	1
Seguro por accidentes (mortales, médicos o quirúrgicos, por legítima defensa, invalidez permanente y total, etc.)	6	Seguros de asistencia técnica (automóviles, transporte, accidentes específicos, maquinaria especializada, etc.)	1
Seguros de salud:		Seguro de asistencia en carretera	2
Seguros por enfermedad (asistencia sanitaria por problemas de salud o dependencia)	3	Seguros nuevos:	
Planes de ahorro sistemático	2	Seguros para teléfono móvil	2
Seguros mixtos (Salud y vida)	3	Seguros de educación	3
Seguros patrimoniales (contra daños materiales o accidentes):		Seguros para ciertas partes del cuerpo humano	4
Seguros de cosas:		Seguros de mascotas	3
Seguros de autos	10	Seguros colectivos	1
Fianzas	5	Seguros agrícolas	7
Seguro de vivienda	9	Seguros de pensión	0
Seguro del negocio	6	Otros	0
Seguro de accidentes	6	Seguros innovadores:	
Seguro estudiantil	7	Seguros de riesgos informáticos, cibernéticos o de internet	4
Seguros de responsabilidad:		Seguros por difamación	4
Seguros de incendios	5	Seguros por plagio de ideas	3
Seguros de automóvil	10	Seguros por violación de derechos de autor	2
Seguros agrarios	1	Divulgación no autorizada de información	3
Seguros de pérdidas pecuniarias	0	Robo de datos	1
Seguros de robo	4	Pérdida de datos personales	0
Seguros de transporte	2	Extorsión comercial	6
Seguros Multiriesgo	5	Violaciones de seguridad y privacidad	3
Seguros de Ingeniería	2	Transmisión de virus informáticos	1
Otros	0	Otros	0

Nota. Elaboración propia



Como se aprecia en la tabla 2, Seguros personales que comprenden los seguros de vida en que destaca el seguro por fallecimiento (8), el Seguro por accidentes (mortales, médicos o quirúrgicos, por legítima defensa, invalidez permanente y total (6), lo seguros de salud que involucran los Seguros por enfermedad (asistencia sanitaria por problemas de salud o dependencia) (3) y los mixtos (3). Los seguros patrimoniales contra daños materiales o accidentes que incluyen a los seguros de cosas como el de autos (10), de vivienda (9) y estudiantil (7), del negocio y accidentes (6); los seguros de responsabilidad que agrupa el aseguramiento de automóviles (10), de incendios y multiriesgo (5), de robo (4) entre los más destacados.

Entre los seguros de servicios sobresalen los de defensa jurídica y

de asistencia en carreteras (2) cada uno. En los seguros nuevos tienen más demanda los agrícolas (7) y aquellos que resguardan ciertas partes del cuerpo humano (4), y en menor proporción (3) los seguros de educación y de mascotas.

En cuanto a los seguros innovadores, se cuentan mayormente a los de extorsión comercial (6), Seguros de riesgos informáticos, cibernéticos o de internet (4), por difamación (4); un 30% oferta los seguros de divulgación no autorizada de información, plagio de ideas, y violaciones de seguridad y privacidad

En la tabla 3 se muestran las ventajas y desventajas de los servicios que oferta la compañía de seguros estudiada.

Tabla 3. Ventajas y desventajas de los servicios de una compañía de seguros

Ventajas	Muy alto (5)	Alto (4)	Regular (3)	Bajo (2)	Muy bajo (1)
Respaldo de una compañía	6	5			
Soporte 24/7	1	3	5	2	
Fuentes de empleo	1	7	3		
Atención inmediata al cliente	1	7	3		
Innovación permanente	1	4	6		
Talento humano eficiente	1	10			
Servicio personalizado	1	5	5		
Brinda las mejores opciones al cliente	1	5	5		
Media	1,63	5,75	3,37	0,25	

Desventajas	Muy alto (5)	Alto (4)	Regular (3)	Bajo (2)	Muy bajo (1)
Tasas más altas por los servicios de seguros y reaseguros	7	3		1	
Brinda una sola oferta de mercado, la propia.	6	4		1	
Limitado nivel de coberturas					
Costos adicionales por intermediación de reembolsos	7	3		1	
	8	2		1	
Limitadas soluciones, deficientes, incompletas o con bajo nivel de cobertura	8	2		1	
Media	7,2	2,8		1	

Nota. Elaboración propia

Como puede visualizarse en la tabla 3, las ventajas incluyen al respaldo de una compañía, soporte 24/7, fuentes de empleo, atención inmediata al cliente, innovación permanente, talento humano eficiente, servicio personalizado, mejores opciones al cliente fueron calificadas como altas por el 68% de los brókers y la compañía.

Entre las desventajas listadas están las tasas más altas por los servicios

de seguros y reaseguros, brinda una sola oferta de mercado, la propia; limitado nivel de coberturas; costos adicionales por intermediación de reembolsos; limitadas soluciones, deficientes, incompletas o con bajo nivel de cobertura, las cuales fueron calificadas como muy altas por el 65%. Estos resultados significan que la compañía de seguros encuestada presenta más ventajas que desventajas en un 3%.

Tabla 4. Ventajas y desventajas de los servicios de un bróker de seguros.

Ventajas	Muy alto (5)	Alto (4)	Regular (3)	Bajo (2)	Muy bajo (1)
Soporte 24/7	8	2	1		
Varias opciones de pólizas de seguros	10		1		
Asesoramiento personalizado a clientes	10		1		
Código de ética y honestidad laboral					
Intermediación de reembolsos sin costo	8	2	1		
Brinda las mejores opciones al cliente					
Gestiona y comercializa pólizas y coberturas para distintas compañías al mismo tiempo	8	2	1		
	10		1		
	8	2	1		
Mejores costos que las compañías de seguros					
Brinda diferentes ofertas del mercado					
Servicio personalizado	10		1		
Ahorro de tiempo y dinero					
Mejor nivel de coberturas	10		1		
Calidad en la prestación de servicios	10		1		
contratados	9	1	1		
Los intereses del cliente son lo primero		8	3		
	6	4	1		



	6	4	1		
Media	8,07	1,79	1,14		
Desventajas	Muy alto (5)	Alto (4)	Regular (3)	Bajo (2)	Muy bajo (1)
No tiene vínculo directo con las compañías aseguradoras	5	1		5	
Eventual desconocimiento a proponer soluciones		1		2	8
Eventual falta de experiencia para proponer soluciones		1		2	8
Eventual descuido administrativo para proponer soluciones		1		2	8
Eventual planteo de soluciones deficientes, incompletas o con bajos niveles de cobertura		1		2	8
Eventual encarecimiento de los servicios contratados por falta de experiencia o desconocimiento		1		2	8
Media	0,83	1		2,5	6,67

Nota. Elaboración propia.

Como se aprecia en la tabla 4, en referencia a las ventajas que presentan los brókers en los servicios de seguros, inherentes a un soporte 24/7; varias opciones de pólizas de seguros, asesoramiento personalizado a clientes; código de ética y honestidad laboral, intermediación de reembolsos sin costo, brinda las mejores opciones al cliente, gestiona y comercializa pólizas y coberturas para distintas compañías al mismo tiempo, mejores costos que las compañías de seguros, brinda diferentes ofertas del mercado, servicio personalizado, ahorro de tiempo y dinero, mejor nivel de coberturas, calidad en la prestación de servicios contratados; los intereses del cliente son lo

primero, el 73% las calificó como muy altas.

Respecto de las desventajas que comprenden el no tener vínculo directo con las compañías aseguradoras; un eventual desconocimiento a proponer soluciones; una eventual falta de experiencia para proponer soluciones; un eventual descuido administrativo para proponer soluciones; un eventual planteo de soluciones deficientes, incompletas o con bajos niveles de cobertura; un eventual encarecimiento de los servicios contratados por falta de experiencia o desconocimiento, el 60,6% las calificó como muy bajas. Estos resultados significan que los brókers presentan un 12,4% más de ventajas ante las desventajas.

Analizando comparativamente a las ventajas y desventajas entre la compañía aseguradora y los brókers de seguros, se tiene que los brókers presentan un 5% más de ventajas que la compañía de seguros; y en cuanto a las desventajas, también la compañía de seguros tiene un 4.4% más desventajas que los brókers.

Discusión

El que una persona natural pueda recomendar a una compañía de seguros o a un brókers de seguros, quienes tienen en común proveer servicios de seguros, implica varias probabilidades que van desde lo negativo a lo positivo, en este sentido, los resultados de la investigación evidencian comparativamente las ventajas entre uno y otro actor de un fin en común como es el producto de los seguros en el mercado. En este contexto, para Escayola (2017):

La probabilidad que un cliente recomiende la compañía aseguradora aumenta es significativa, por lo que al aumentar la calidad percibida los propios asegurados pueden proporcionar nuevos clientes a las compañías aseguradoras. Sin embargo, al

analizar la sensibilidad al precio o intención de recompra, la mejora no es tan evidente (teniendo en cuenta que se ha considerado la posibilidad de cambiar de compañía si otra ofrece un mejor precio como elemento de estudio), es decir que, al aumentar la calidad percibida las compañías aseguradoras puedan relajar el esfuerzo que realizan por mantener precios competitivos para no perder clientes (p.280).

De acuerdo al estudio de Cardona et al., (2004), las empresas aseguradoras para mantenerse competitivas en un mercado abarrotado de oferta y con una demanda exigente precisan re inventarse, y esto implica muchas acciones encaminadas a mejorar la manera en que vienen haciendo el negocio de los seguros para generar un valor agregado distinto del que realizaban, para proveer otros servicios complementarios, servicios innovadores, eficaces y efectivos, ágiles y sencillos, en cierto nivel descomplicados para facilitarle al cliente los procesos engorrosos que se venían manejando; esto significa que para poder tener el efecto esperado se debe priorizar la atención en los colaboradores que



son la materia prima para proveer el servicio, significa que hay que capacitarlos y re entrenarlos en una función mejorada desde la renovación del servicio hasta la satisfacción del cliente que es la meta de la compañía, no puede ser otra.

Los negocios de seguros no deben reparar solamente en la rentabilidad financiera que les genera, deben poner atención en la concepción de los productos que ofertan, en su diseño y en las estrategias para la captación responsable de clientes con un componente de fidelización que es menester de la empresa trabajarlo, pues “Los aseguradores tendrán que hacer uso de toda la imaginación para poder crear ventajas competitivas mediante nuevas modalidades de negocios y servicios de calidad superiores, porque el negocio asegurador y los mercados presentan nuevos riesgos” (Cardona et al., 2004).

Una forma de innovar los procesos en las empresas aseguradoras atiende al uso de las tecnologías de la información y la comunicación que rompen con las distancias y el tiempo, así como también la incorporación de las alianzas

estratégicas con los brókers, pues esta autora, diría que no son una competencia entre sí, sino que ambas partes, empresa aseguradora y brókers son un complemento, son interdependientes, la una tiene lo que el otro no tiene, una razón social, el otro tiene lo que la otra no tiene, el acompañamiento al cliente, y así otros elementos sustanciales para proveer un servicio de calidad como el cliente requiere; estas estrategias van a facilitar la administración de los contratos, la gestión de riesgos y siniestros, la inversión de capital, tiempos de respuesta más cortos, variedad y abundancia de información, liquidación de siniestros con más rapidez y sobretodo la libertad en proporcionar el servicio más idóneo para cada caso.

Con base en dicho precedente, Quintana y Rodríguez (2017) hacen una conclusión muy interesante sobre las ventajas competitivas de un bróker, así:

Los bróker cumplen una gran función en el ámbito del seguro porque tiene la gran responsabilidad de poder brindar un servicio transparente, útil e íntegro de asesorías sobre los servicios de seguros que ofrecen y esto permite que el cliente esté

informado y seguro de tomar libremente la compañía de seguros que quiera contratar contando con la tranquilidad de tener profesionales en seguros guiándolos en todo momento, son profesionales muy capacitados en el ámbito de los seguros que intervienen en función de lo que vaya a necesitar o solicite el cliente, entre las funciones que prestan los bróker son la consultoría a las empresas, en el administrar las carteras de sus contratos, ayuda en asesorías jurídicas y siempre tienen que analizar los riesgos que están estipulados en el seguro contratado. El lema de los bróker son salvaguardar los intereses de sus clientes frente a las compañías aseguradoras, lo cual lo hace el encargado de inspeccionar todos los futuros riesgos que pueda tener el cliente dándole la información detallada del producto que le ofrezca el bróker el cual va a tener todas las coberturas que cubran dichos riesgos potenciales por causa del siniestro esto permitirá la debida liquidación del siniestro permitiendo la satisfacción óptima del cliente (p.12).

En cuanto a las empresas de seguros, Torres (2016) pone de

manifiesto que para estas “posicionar su marca va más allá de la venta de un intangible, lo cual indica que deben vender una experiencia muy satisfactoria para generar recordación en los clientes” (p.81), así, las estadísticas reflejan el trabajo de concienciación por los servicios de seguros que estas compañías vienen haciendo con la población para que puedan resguardar sus bienes, lo cual en un principio es una buena estrategia competitiva, pero que al ser común, deben empezar a buscar enfoques diferenciadores que les permita crecer en el mercado, una de ellas es fortalecer el servicio al cliente para proveer la atención de calidad que este demanda desde la etapa inicial hasta la final, es decir, cuando se presenta el siniestro y requiere atención inmediata, esto implica tiempo, pero la empresa debe proveerlo para no fracasar en el intento, y no le serviría de nada haber ganado un espacio con un cliente para perder mucho si este cliente se decepciona por la falta de atención cuando lo necesitó.

En el mismo contexto, Palomino (2016) destaca que para una empresa de seguros, los canales de



atención, el ingreso de primas y la participación del mercado son factores priorizados para mantenerse competitivos en el mercado. Los canales de atención hacen que los clientes y los que no lo son aún puedan identificar la marca de la compañía, que les ofrece un servicio confiable para la satisfacción de sus necesidades, les hace conocer la importancia del recurso humano como una pieza vital para proveer el servicio de seguros; y una parte no menos importante que hace alusión a las economías de escala que comprenden una diferenciación de precios en los diversos productos que la empresa contempla en su portafolio, pero también productos complementarios a los existentes, y nuevos canales de distribución para fortalecer la atención al cliente y su satisfacción, basados en alianzas estratégicas.

Por su parte, Uzcátegui et al., (2017) en su estudio refiere que los factores de competitividad son muy importantes para que una empresa los considere y los ponga en práctica, estos contribuyen al desarrollo de un país y a su índice de competitividad global como una carta de presentación que incluye

estadísticas e indicadores financieros, y es el papel principal de la empresa prestarle atención para poder incrementarlos y mantenerse competitivos en el mercado. Empero, se presentan situaciones que salen del contexto normal, y esto se trata de eventos catastróficos como un movimiento sísmico de alto impacto, como una inundación muy grave o cualquier otro fenómeno devastador de la naturaleza, que sale del control directo de una empresa, pero precisamente es el momento que demanda de acciones estratégicas inmediatas para contrarrestar esos impactos; esto genera las ventajas competitivas entre una empresa y otra que dan el mismo servicio, pero que lo hacen de distinta manera y eso es lo que distingue a la una de la otra, la que hace que tenga las preferencias del cliente, la que la ubica en un escalón del mercado, la posiciona y la reconoce.

Finalmente, Segarra y Murillo (2021) establecen que en el marco de desarrollo socio económico de una nación y, ante los cambios climatológicos, tecnológicos y sociales que el mundo atraviesa “el seguro es parte fundamental de sostenibilidad que ayuda a cubrir la

pérdida financiera por la eventualidad de un siniestro, por eso para pocos individuos es una inversión y para otros un gasto que depende las necesidades individuales” (p.299); el producto seguros ha pasado por una evolución constante, de ser un producto de élite hasta llegar a una masificación o popularización porque ya no es un característico de cierto grupo poblacional sino que se ha convertido en una necesidad que ha generado toda una cultura de aseguramiento de bienes, de la salud y de la vida misma. Esta nueva cultura ha incidido notablemente en la productividad, crecimiento y participación en el mercado de las empresas aseguradoras y de los agentes especializados en seguros o brókers que son profesionales calificados para proveer estos servicios.

Lo expresado no solamente ha generado una mejor calidad y la competitividad entre agencias de seguros y brókers, evidenciando las ventajas que ofertan el uno y el otro, para que sea el cliente quien decida por el mejor postor, sino que pone en manifiesto que las empresas de seguros deben estar atentas a los

cambios y hacerlos oportunamente, llámese esto innovación o incorporación de estrategias puntuales, porque de lo contrario sus días estarían limitados y tenderían a la desaparición, pues los clientes están a la expectativa de novedades, y es un elemento que el bróker conoce y maneja muy bien, de allí que el criterio de la autora de este estudio, en base a la experiencia de más de quince años en el mercado de seguros, se atiene a que el bróker tiene ventajas competitivas frente a las compañías, es su propio jefe, se planifica y organiza para proveer el servicio, si tiempo, ni restricciones, con una meta clara que es proveer un servicio oportuno, de calidad y para la satisfacción de un cliente, en muchas ocasiones descontrolado.

De tal manera que, entre los resultados obtenidos en este estudio y los de los autores citados, se tiene coincidencia en varios aspectos relacionados a las ventajas competitivas que ofrecen las compañías aseguradoras y también los brókers o agentes de seguros, siendo un denominador común la dotación de un servicio especializado, el nivel de ética profesional que manejan, la



información confiable, los procesos establecidos; no obstante las diferencias entre ambos proveedores de seguros es notoria cuando de atención al cliente se trata, y es que el factor de la personalización del servicio es fundamental para el cliente en los actuales momentos cuando parece que el tiempo es un agente de restricción de algunas actividades, sobre todo si son personales, es el tiempo que no tiene una compañía para brindárselo a un cliente porque debe atender otros en la lista, o en la sala de espera; es el tiempo que si lo proporciona un bróker porque tiene muy claro que la atención efectiva al cliente es la garantía de su trabajo.

Pero no solamente es el tiempo, en el servicio de seguros entran en juego otros elementos como la calidad del servicio que es una integración de elementos que confluyen, aparece también el acompañamiento o la personalización que puede ser decisivo para el cliente, quien requiere apoyo para tomar una decisión entre uno y otro producto de seguros, en la situación difícil que se le ha presentado cuando el evento adverso se ha manifestado; y es

precisamente por lo cual, estos criterios se han apoyado además en la entrevista de una experta en el tema de seguros.

En tal contexto, contrastando la información citada con la experiencia de la experta, bróker de seguros, gerente de V Seguros, Ing. Adalis Moreira Intriago, un bróker por regla general ofrece servicios y lo hace en el momento que la persona los necesita, por ejemplo en un siniestro, el bróker es el profesional que se apersona para poder brindarle la ayuda que el cliente requiere en esa situación difícil, priorizándolo por encima de otras actividades, proporcionándole toda la información precisa, para llenar formularios, revisar la documentación, y así mismo hacerle conocer los datos que él requiere otorgar para que pueda atenderse su requerimiento con la premura del caso. El bróker es quien guía al cliente, quien da respuesta inmediata si está a su alcance, es aquel que indica la cobertura, cuáles son los beneficios, los diferentes tipos de compañías de seguros y de productos que existen en el mercado para que el cliente pueda elegir la que más convenga a sus sanos

intereses, también de acuerdo a su capacidad económica (Moreira, 2022).

Consultar a un bróker le ahorra tiempo y dinero, el cliente puede tener la tranquilidad que va a recibir un servicio de asesoramiento de 24 horas, sobre todo cuando necesita una póliza para ayer, como popularmente se dice; a diferencia de una compañía que tiene un horario de oficina y no tienen un servicio personalizado para cada persona debido a sus políticas internas y responsabilidades, pues ellos tienen establecidos sus procesos, el tiempo que toma un proceso, el tiempo de una respuesta, al igual que lo tiene un bróker, sin embargo este tiene claro que la calidad del servicio implica proporcionar la ayuda inmediata porque un siniestro no espera y sus efectos son devastadores, tanto emocionalmente como físicamente, la pérdida de bienes materiales es un impacto tan negativo que si no se atiende inmediatamente, aparte de que la persona psicológicamente está golpeada, siente que parte de su economía o toda se va al piso y puede llegar a niveles de

desesperación extrema (Moreira, 2022).

El bróker también es un ser humano con competencias profesionales cualificadas, con una ética elevada, un gestor que rompe los esquemas de trámites engorrosos porque él toma la dirección y los realiza, y le brinda un apoyo integral a su cliente, durante el episodio catastrófico que ha sufrido. Indiferente del tiempo que tome el proceso, el asesoramiento especializado lo brinda el bróker, algo que las compañías aseguradoras no pueden dar porque esta asesoría toma tiempo, y sus empleados tienen funciones específicas establecidas en sus políticas internas, por el factor demanda que también incide en no poder dar ese tiempo y un servicio más eficiente al cliente cuando los consulta por un servicio de seguros (Moreira, 2022).

Después de que el cliente ha escogido el producto más conveniente, este profesional de los seguros es quien realiza una explicación detallada de todo el producto, de los términos y condiciones del producto, las coberturas, las diferencias que existen con otros ramos en otras



compañías, por citar un ejemplo, la diferencia entre robo y hurto, que no significan lo mismo, en una compañía por el tiempo no le explican detalladamente, su trabajo es muy limitado, le pasan una cotización y el cliente no puede interpretar bien lo que está escrito y cuando viene el siniestro surge el problema con la compañía, y es que, la mayoría de clientes que han tenido una mala experiencia con una compañía de seguros no es porque la compañía es mala, sino que lamentablemente el asesor que le atendió no le supo explicar con detalle cuál era la cobertura y cuáles eran los beneficios de adquirir esa póliza de seguros (Moreira, 2022).

El bróker siempre va a estar ahí cuando el cliente lo necesite, una llamada telefónica o un mensaje es la forma de conexión inmediata; en muchos casos cuando el siniestro se ha presentado, el cliente recurre al bróker y la situación evidente es que no conoce el producto de seguros que adquirió, no sabe qué cobertura tiene. Ni mucho menos las obligaciones que él también asumió porque no pidió que le expliquen y no le fueron explicadas debido al escaso tiempo que la compañía

destina a la atención al cliente, en estos casos, muchas veces el cliente debe pagar un deducible y en ese rato con la situación delicada que está atravesando, el choque emocional es intenso, es el bróker que en ese instante le da el acompañamiento, está allí para explicarle y hacerle entender de la forma más armónica cómo funciona el proceso y que si recibirá la ayuda que requiere (Moreira, 2022).

El proceso que sigue un bróker es sencillo y eficaz, comienza por explicar al cliente todas las opciones que tiene en cuanto a productos y compañías que los otorgan, esto cuando el cliente busca la asesoría de un bróker, a partir de allí, una vez escogido el producto y la compañía, explica en detalle el tipo de póliza escogida, porque el cliente requiere un profesional especializado en el tema, que le acompañe, que le explique, que le asesore, que le indique las condiciones, los beneficios, la cobertura, las ventajas y las exclusiones porque él va a pagar un seguro que constituye una obligación adquirida que en un determinado momento va a darle uso. El bróker está para asesorar, dar servicio, agilidad eficiencia y

buscarle la mejor opción al cliente, según sus requerimientos y se sienta satisfecho con el servicio recibido (Moreira, 2022).

4. Conclusiones

Con base en el análisis y discusión de los resultados del presente trabajo, puede concluirse que las ventajas competitivas de un bróker frente a una compañía de seguros son superiores, dado los resultados del presente análisis, así también las desventajas que éstos tienen en comparación a una empresa aseguradora son mínimas, lo cual se debe a varios factores que hacen de un bróker un profesional en el área de los seguros, ya que una gran mayoría cuenta con una licencia certificada, competencias profesionales, amplia experiencia y actualización constante; así también su trayectoria corresponde a más de una década, constituyéndose en elementos que respaldan estas ventajas frente a una empresa aseguradora, en que la rotación del personal se da con mayor frecuencia.

Sin embargo, considerando que las ventajas competitivas son puntales a

favor de un emprendedor, negocio o empresa, según las definiera Michael Porter; el valor que una empresa aseguradora o un bróker puedan proporcionarles a sus clientes radica precisamente en las estrategias que consigan poner en práctica, no solo para la captación de clientes y nuevos clientes, sino para garantizar la fidelización por su parte, la promoción más valiosa que puedan obtener de un cliente que se siente servido y con un alto nivel de satisfacción por el servicio recibido, el que va a referir a cuántos pueda porque quiere compartir que el producto sirve y vale la pena invertir en pagar un seguro.

Esta autora está convencida firmemente que puede lograrse más y mejores ventajas competitivas cuando los esfuerzos se unifican y se trabaja con un fin común, es decir que, si tanto las compañías aseguradoras como los brókers logran trabajar mancomunadamente, con beneficios económicos mutuos y justos como incentivo para el trabajo del bróker que es quien la mayoría de las veces realiza el mayor esfuerzo laboral, se pueden conseguir grandes logros, mejorar el servicio, diferenciación del



producto, cobertura de nuevos mercados, conseguir una expansión mediante el uso del negocio electrónico.

Entre las limitaciones que se presentaron para la realización del estudio están la accesibilidad a la información por otras compañías de seguros que operan en la ciudad de Portoviejo y en la provincia de Manabí, pudiéndose evidenciar lo cerrado que representa para ellos conceder una entrevista por temores infundados con la competencia, siendo esta una realidad que distingue a la gran mayoría de compañías de seguros en Ecuador, no obstante, la colaboración de una compañía aseguradora, un funcionario y de los brókers de seguros pudo aportar muchos elementos de análisis para la presente investigación.

Este trabajo es un punto de partida para otros derivados de la temática de los servicios de seguros, de sus ventajas competitivas, de la innovación del servicio, de la renovación de sus procesos, de la asociatividad con los brókers y otras estrategias involucradas para la repotenciación del servicio de seguros en Ecuador, ya no como un

producto más, sino como una necesidad, dada la realidad social y ambiental que el país y el planeta está vivenciando.

Bibliografía

- Abad, M., & y Pincay, D. (2014). Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7451>
- Cardona, R., Orozco, J., & Parra, M. (2004). Estudio sobre la competitividad en el sector asegurador en Colombia y las implicaciones estratégicas para suramericana de seguros S.A. Santiago de Cali: Instituto Tecnológico y de estudios superiores de Monterrey, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Universidad Autónoma de Occidente.
https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2019/2004_Tesis_Cardona_Acevedo_Reinaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardona, R., Orozco, J., & Parra, M. (2016). Estudio sobre la competitividad en el sector asegurador en Colombia y las

- implicaciones estratégicas para suramericana de seguros S.A. Santiago de Cali: Universidad autónoma de Bucaramanga, Tesis de Maestría.
https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2019/2004_Tesis_Cardon_a_Acevedo_Reinaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- EKOS. (2018). La cultura de seguros en el Ecuador, un proceso en construcción.
 ekosnegocios.com:
<https://www.ekosnegocios.com/articulo/la-cultura-de-seguros-en-ecuador-un-proceso-en-construccion>
- Escayola, J. (2017). Estudio sobre la calidad percibida en clientes de seguros de particulares. España: Universitat Ramon Llull.
<https://www.tdx.cat/handle/10803/401831>
- Goyeneche (2022). Cómo un Bróker puede dar acceso a las personas naturales y jurídicas a los mercados financieros a nivel global: caso CYSCORP. Universidad EAFIT. Tesis de Maestría.
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/31529/AndresLaureano_GoyenecheCortes_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- IMD. (2013). The networked readiness index rankings. Ginebra: The World Economic Forum:
<http://www.weforum.org/> 44
- IMD. (2022). Synergy from individual differences. Zwitterland: IMD.
<https://www.imd.org/>
- ITESM. (1999). La competitividad de los estados mexicanos. Monterrey: Instituto Tecnológico de Monterrey.
- Kaushal, S., & y Ghosh, A. (2017). Economic growth and the development of banking and insurance sector in the post liberalized India: An empirical analysis. Internacional Journal of Social Economics, 1-27.
- López, R. (2017). Planificación y gestión de la demanda. Madrid: Paraninfo.
- Moreira, A. (2022). Ventajas competitivas de un bróker. (N. Vera, Entrevistador)
- Palomino, M. (2016). EMPRESA DE SEGUROS: LA. Lima: Universidad de Piura, Tesis de maestría.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2844/T_AE-L_008.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Porter, M. (1987). Ventaja Competitiva. Buenos Aires: CECSA.
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. Harvard Business Review,



- 73-91.
https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf
- Quintana, R., & y Rodríguez, M. (2017). Análisis del rol que cumplen los bróker en las compañías aseguradoras en Guayaquil. Observatorio de la Economía Latinoamericana, 1-13.
<http://www.eumed.net/cursec/on/ecolat/ec/2017/broker-guayaquil.html>
- Rauch, M., & y Altuntas, J. (2017). Concentration and financial stability in the property-liability insurance sector global evidence. The Journal of Risk Finance, 18(1), 01-28.
- Segarra, J., & y Murillo, D. (2021). Desarrollo y gestión de riesgos del Sector Asegurador en el Ecuador. Koinonia, 6(12), 273-303.
<https://fundacionkoinonia.com.ve/ojs/index.php/revistakoinonia/article/view/1290>
- Superintendencia de compañías, valores y seguros. (2022). Glosario de términos. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/index.htm>
- Superintendencia de Seguros Privados. (2022). Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina. Las compañías aseguradoras de ALC: <https://assalweb.org/>
- Thompson, C., & y Strickland, R. (2014). Administración estratégica. México: McGraw Hill.
- Torres, S. (2016). Servicio al cliente una ventaja competitiva dentro de las compañías aseguradoras en Colombia. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada, Tesis de Maestría.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14604/TorresCortesSandraPatricia2016.pdf;jsessionid=67C7BBEF5138DA7AF837EC491AD98A65?sequence=1>
- Uzcátegui, C., Pérez, M., & Solano, J. (2017). Competitividad en Ecuador: Análisis general y sectorial. II congreso internacional virtual sobre desafíos de las empresas del siglo XXI, 156-165.
<https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/14-competitividad-en-ecuador.pdf>