

RESUMEN

Top Seg S.A. es una aseguradora ecuatoriana ubicada en Quito, presta sus servicios de seguros a instituciones públicas, privadas, personería jurídica y natural, la compañía desea incrementar sus niveles de fidelización y retención de clientes, por lo cual se ha visto necesario la implementación de sistemas CRM, el mismo que contiene las acciones y estrategias necesarias para que la empresa logre alcanzar su fortalecimiento institucional y el cumplimiento de planes para mejorar su relación con el cliente y lograr generar mayor rentabilidad. Para lo cual se analizó las variables económicas del macro y micro ambiente, así como también su parte interna, determinando factores importantes como el tecnológico que permite a la empresa una interacción más eficaz con el cliente, y una gran amenaza como el factor ambiental por su vulnerabilidad a riesgos. En la investigación de mercados se identificó que la mayor parte de los clientes prefieren servicios interactivos y dinámicos a través de oficinas y plataformas virtuales que optimicen tiempos y generen mayores facilidades. En el direccionamiento estratégico se definió la misión, visión, valores, principios y estrategias las cuales integran a todo el personal para la consecución de objetivos empresariales. El marketing mix, a través de campañas publicitarias, internet, publicidad móvil, promociones, capacitación a empleados e implementación de sistemas CRM, permitirá mejorar los índices de fidelidad de los clientes, la participación y el posicionamiento en el mercado. En el análisis financiero se comprobó la factibilidad de la propuesta en base al estudio de criterios financieros.

PALABRAS CLAVE:

ASEGURADORA

SEGUROS

FIDELIZACIÓN

CRM

RIESGO

MARKETING MIX