

UNIVERSIDAD ESAN



**PROPUESTA DE MODELO EXPLORATORIO PARA INCREMENTAR
LEADS EN EL SECTOR SEGUROS A TRAVES DE LA RED DE VALOR
DE NUESTROS CLIENTES**

**Tesis presentada en satisfacción de los requerimientos para obtener el grado de
Magister en Marketing por:**

Lourdes Larsen Chávez

Víctor Lavallo Solari

Lissi Ratto Chumpitaz

Programa de la Maestría de Marketing

Lima, 19 de septiembre de 2016

RESUMEN:

La investigación se enfocó en el seguro complementario de trabajos de riesgos, que obliga a las empresas con actividades de alto riesgo a su contratación. El mercado en general contrata de forma anual y cuenta con la asesoría de un corredor de seguros.

La intención de la investigación es que la compañía de seguros logre leads para incrementar contratantes de pólizas, agrupando a empresas principales (propietarias de concesión) con sus contratistas. La idea del agrupamiento se basó en el principio de mutualidad (cuando el grupo asegurado es mayor, el riesgo de pérdida económica disminuye para cada empresa individual, debido a que el siniestro que se pueda presentar se soporta en las primas del colectivo), La compañía de seguros se beneficia del hecho que incorpora y consolida a todas los contratistas como asegurados; Lo innovador de nuestra propuesta radica en buscar incrementar la utilidad de la información de un cliente rompiendo la barrera de la gestión de la información del cliente directo y hacemos crecer sustancialmente los leads. Tratamos de desarrollar un modelo que explote la información de las empresas, lo que queremos ofrecer con este trabajo es ampliar los leads de ventas a través de nuestros propios clientes; no se trata de llegar a cualquier prospecto sino a los socios estratégicos, ya sean proveedores o compradores.

A esta agrupación de empresa las llamaremos grupo de interés; para cuando tienen que contratar el SCTR, no negocien cada una de manera independiente las condiciones de sus pólizas, incluso con diferentes corredores y aseguradoras. La idea fundamental, tratar al Grupo de interés como si se tratase de un grupo económico y consolidarlo con un solo corredor en la compañía de seguros.

La nueva información (contratistas de la empresa principal que no son clientes de la aseguradora) que llevara a nuevos leads permite estandarización y no sólo es para la venta, sino también para los beneficios adicionales, como el de Prevención de Riesgos, que, en lugar de darse de manera individual, se da a todo el Grupo de interés como un Programa Integrado, mejorando la siniestralidad y de la operación, nuevamente se presenta la posibilidad de reducción de costos para los contratantes de las pólizas y la compañía de seguros tiene pólizas más rentables. Se estaría frente a un círculo virtuoso.

Como se aprecia podría lograrse beneficios directos e inmediatos como el costo de la póliza y la cantidad de beneficios por el servicio de prevención, además se mitigarían costos ocultos de control de contratación del SCTR, mejorando finalmente la utilidad de todo el grupo de interés.

Llevando el valor diferencial a las pólizas del SCTR, nos encontramos con dos oportunidades de diferenciación. En primer lugar, está la oferta de servicio, que debe responder a las necesidades críticas del tipo de operación, en segundo lugar los beneficios adicionales por la contratación de la póliza que son los servicios de prevención.

Sin duda alguna, las compañías de seguro están en constante competencia para mejorar sus ofertas de servicio y ser más atractivas para los corredores, los clientes y prospectos. Es en esta búsqueda que surgió la idea de la interconexión entre compañías y corredores de seguros; esta nueva oferta, representa mayor inversión económica pero genera mucha eficiencia pues reduce el esfuerzo de transacciones entre las partes. Incluso, los corredores interconectados se vuelvan también más atractivos para el mercado.

Es muy costoso para la compañía de seguro atender los requerimientos de sus respectivas carteras de clientes de forma manual, por lo que, vienen trabajando con un mix de servicios de capacidad instalada y proveedores externos de servicios de seguridad y salud ocupacional.

El SCTR es considerado beneficioso para todos los involucrados, es decir el empleado y el empleador, facilita el manejo de los siniestros y evitan que los empleadores paguen grandes sumas de dinero ante estas eventualidades y trasladan el riesgo a las aseguradoras.

Concluimos que la investigación nos ha permitido confirmar que es posible la identificación de la oportunidad de generación de leads para el beneficio de la compañía de seguros a través la red de valor de los clientes estratégicos de la compañía. Generando beneficios a todas las partes del negocio, incluso se concluye que se contribuye con la Responsabilidad social, pues al tener una operación más segura por el programa integral de prevención, se tienen trabajadores con menos accidentes y consecuentemente, familias felices.