



Trabajo de Suficiencia Profesional

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Negocios

Facultad de Ciencias Económico Empresariales y Humanas

Departamento de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela Profesional de Administración de Negocios

Propuesta de Plan de Marketing para la empresa Sadelco Seguros Generales E.I.R.L

Proposal for a Marketing Plan for the Sadelco Seguros Generales E.I.R.L Company

Autoras:

Paula Sofia Albarracin Alvarez

Paula Valquiria Pacheco Lopez

Asesor:

Mgr. Christian Mauricio Martin Zanabria Tenorio

Arequipa, 2023

Propuesta de Plan de Marketing para la empresa Sadelco Seguros Generales E.I.R.L

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%	16%	1%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	revistas.juridicas.unam.mx Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1%
5	cia.uagraria.edu.ec Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1%
7	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1%
8	www.sbs.gob.pe Fuente de Internet	<1%

RESUMEN

Sadelco Seguros Generales E.I.R.L, es una empresa arequipeña que brinda asesoría personalizada en el rubro de corretaje de seguros, se dirige a clientes tanto naturales como corporativos. Se encuentra posicionado en el mercado hace 25 años y el gerente ha ido adquiriendo una amplia experiencia con el pasar de los años dentro del sector, brindando asesoría personalizada. La empresa presentó una disminución en las ventas del 10% en el año 2022 respecto al año anterior, es por ello que buscamos con la presente investigación, que tiene como objetivo principal elaborar un plan de marketing para que mediante el mismo, la empresa logre por medio ciertas estrategias propuestas retener a sus actuales clientes y poder atraer a clientes potenciales. Como objetivos específicos tiene están realizar un análisis situacional de la empresa, determinar los objetivos y estrategias de marketing para la empresa y establecer los planes de acción con sus cronograma y presupuesto correspondiente.

La presente investigación se realiza con la información recopilada de la base de datos de la empresa obtenidos de un periodo determinado, de esta manera se vuelve de corte transversal. Así mismo, una de las técnicas que se emplearon para el desarrollo de la presente investigación es la entrevista aplicada al Gerente General para la obtención de mayor información sobre la empresa, como instrumento principal, se presenta un cuestionario realizando una encuesta a personas residentes en la ciudad de Arequipa, que tienen entre los 25 y 70 años de edad; donde el principal objetivo fue recopilar la información necesaria que nos permita plantear y diseñar las estrategias que más se acomoden a la empresa.

Concluimos que implementar un plan de marketing a la empresa Sadelco Seguros permitirá que ésta no sólo incremente su nivel de ventas, generando mayor rentabilidad sino, además que aumente el nivel de recordación de marca. Las estrategias y objetivos establecidos que fueron obtenidos después del análisis de la situación facilitarán a que la empresa logre fidelizar a sus clientes actuales, y pueda atraer a clientes potenciales de acuerdo a una segmentación adecuada.

Palabras clave: Plan de marketing; corredora de seguros; ventas; posicionamiento, segmentación.