



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

***ANÁLISIS DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES
DE RIMAC SEGUROS Y REASEGUROS AGENCIA
IQUITOS, PERIODO DICIEMBRE 2016***

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO
EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**AUTORES: LUZ FIORELLA HIDALGO ROJAS
FRANCESCA VIVIANA TANANTA HIDALGO**

ASESOR: Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR

IQUITOS – PERÚ

2017

RESUMEN

“Análisis del Nivel de Satisfacción de los Clientes de Rimac Seguros y Reaseguros Agencia Iquitos, Periodo Diciembre 2016”

Rimac Seguros y Reaseguros Agencia Iquitos viene operando en un mercado muy competitivo, en el que existen otras compañías de seguro que ofertan productos y servicios similares. En tal sentido, la competencia por captar y fidelizar clientes es muy fuerte, debiendo llevar adelante estrategias efectivas con tal fin. Para ello, es necesario retroalimentarse sobre las necesidades y requerimientos de los clientes, a fin de adecuar la oferta y poder satisfacerlas. Una herramienta fundamental es analizar los niveles de satisfacción de los clientes, para poder alinear el accionar de la empresa.

El objetivo de la presente tesis magistral fue analizar los niveles de satisfacción de los clientes de Rimac Seguros y Reaseguros Agencia Iquitos, en el periodo diciembre 2016. Para ello, se llevó a cabo la presente investigación de tipo Descriptivo y de diseño No Experimental, analizando la significancia estadística y la determinación de las Variables Independientes (rapidez en la atención, trato amable y cordial, y adecuado precio de la prima) en la Variable Dependiente (Satisfacción del Cliente).

Luego del análisis y discusión de los resultados, se pudo comprobar que los clientes de Rimac Seguros y Reaseguros Agencia Iquitos muestran un alto nivel de satisfacción por los productos, servicios, calidad en la atención brindada, entre otros, en el periodo diciembre 2016, siendo tres de cada cuatro clientes los que se manifestaron de esta manera. Asimismo, consideran que el plan contratado les otorga mayores beneficios que uno similar de la competencia. Además, señalan como satisfactoria la relación entre el precio del plan contratado y el servicio que reciben.

Palabras Clave: Nivel de Satisfacción, Clientes, Cobertura, Prima, Competitividad, Fidelización, Retroalimentación.

ABSTRACT

"Analysis of the Level of Satisfaction of Rimac Customers Insurance and Reinsurance Agency Iquitos, Period December 2016"

Rimac Insurance and Reinsurance Agency Iquitos has been operating in a very competitive market, where other insurance companies offer similar products and services. In this sense, the competence to attract and retain customers is very strong, having to carry out effective strategies for this purpose. For this, it is necessary to feed back on the needs and requirements of the clients, in order to adapt the offer and to be able to satisfy them. A fundamental tool is to analyze the levels of satisfaction of the clients, in order to be able to align the actions of the company.

The objective of this master thesis was to analyze the levels of satisfaction of the clients of Rimac Insurance and Reinsurance Agency Iquitos, in the period December 2016. For this, the present investigation of the Descriptive and Non-Experimental design was carried out, analyzing the statistical significance and the determination of the Independent Variables (speed of care, friendly and cordial treatment, and adequate price of the premium) in the Dependent Variable (Customer Satisfaction).

After analyzing and discussing the results, it was possible to verify that Rimac Insurance and Reinsurance Agency Iquitos clients show a high level of satisfaction with the products, services, quality of care provided, among others, in the period December 2016, being three out of four clients expressed themselves in this way. Likewise, they consider that the contracted plan gives them greater benefits than a similar one of the competition. In addition, they indicate as satisfactory the relationship between the price of the contracted plan and the service they receive.

Key Words: Level of Satisfaction, Clients, Coverage, Premium, Competitiveness, Loyalty, Feedback.