

ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

**MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**Formulación de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok
Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo,
2021 – 2024**

**Trabajo de Investigación
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autores:

Bach. Flores Arcos, Amalia Silvia
Bach. Silva Luzuriaga, Derlis Tomas

Docente Guía:

Mtro. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

TACNA - PERU

2021

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	3
ÍNDICE DE FIGURAS	10
ÍNDICE DE TABLAS	12
RESUMEN	14
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN	20
CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	22
1.1 Título del tema	22
1.2 Planteamiento del Problema	22
1.3 Objetivos de la investigación	23
1.3.1. Objetivo general	23
1.3.2. Objetivos específicos	24
1.4 Justificación	24
1.4.1. Teórica	24
1.4.2. Metodológica	24
1.4.3. Práctica	25
1.5 Metodología	25
1.5.1. Características del diseño de investigación	25

1.5.2. Metodología de investigación.....	26
1.6 Alcances y Limitaciones	26
1.6.1. Alcances	27
1.6.2. Limitaciones.....	27
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	29
2.1 Conceptualización.....	29
2.1.1. El riesgo como origen del seguro.....	29
2.1.2. Seguros	29
2.1.2.1. Importancia.....	30
2.1.3. Sistema privado de seguros.....	31
2.1.3.1. Tipos de Seguros.....	32
2.1.4. Planificación estratégica	35
2.1.4.1. Concepto	35
2.1.4.2. Componentes	35
2.1.4.3. Proceso	36
2.2 Importancia de las Variables	38
2.3 Análisis comparativo	38
2.4. Análisis Crítico	39
CAPITULO III MARCO REFERENCIAL	40

3.1. Reseña Histórica	40
3.2. Filosofía Organizacional	41
3.2.1. Misión	41
3.2.2. Visión.....	41
3.2.3. Objetivos.....	41
3.2.4. Principios y valores	42
3.3. Diseño Organizacional	43
3.4. Productos y Servicios	45
3.5. Diseño Organizacional	47
3.5.1. Análisis del FODA de Amazonbrok	48
3.5.2. Fortalezas.....	49
3.5.3. Oportunidades	49
3.5.4. Debilidades	49
3.5.5. Amenazas.....	50
CAPITULO IV RESULTADOS	51
4.1 Descripción del Plan Estratégico de la empresa Amazonbrok	51
4.2 Diagnóstico de la situación actual de la empresa Amazonbrok	52
4.2.1 Análisis Externo	53
4.2.1.1 El Desempleo en el Ecuador	54

4.2.1.2	El Covid-19.....	55
4.2.1.3	Análisis Pest(e)	57
4.2.1.3.1	Factor Político	58
4.2.1.3.2	Factor Económico.....	59
4.2.1.3.3	Factor Social	62
4.2.1.3.4	Factor Tecnológico	63
4.2.1.3.5	Factor Ecológico.....	64
4.2.1.4	Análisis de Porter	65
4.2.1.4.1	Poder de negociación con los clientes	65
4.2.1.4.2	Poder de negociación con los proveedores	66
4.2.1.4.3	Amenaza de nuevos competidores.....	66
4.2.1.4.4	Amenaza de servicios sustitutos.....	67
4.2.1.4.5	Rivalidad entre competidores	68
4.2.2	Análisis Interno	69
4.2.2.1	Procesos de Innovación	70
4.2.2.2	Procesos de Gestión de Comercial	71
4.2.2.3	Cadena de Valor	72
4.2.2.3.1	Actividades Primarias	73
4.2.2.3.2	Actividades de apoyo	76

4.2.2.4	Análisis de recursos y capacidades	78
4.2.2.4.1	Recursos	78
4.2.2.4.2	Capacidades	79
4.2.2.5	Cálculo del universo	83
4.2.2.5.1	Tamaño de la muestra	84
4.2.2.6	Diseño de las encuestas	85
4.2.2.6.1	Principales hallazgos de las encuestas	101
4.2.2.7	Diseño de las entrevistas	102
4.2.2.7.1	Realización de las entrevistas	102
4.2.2.7.2	Principales hallazgos de las entrevistas	116
4.3	Diseño de la Filosofía Organizacional	117
4.3.1	Rediseño de la Misión.....	117
4.3.2	Rediseño de la Visión	117
4.3.3	Rediseño de los Objetivos	117
4.3.4	Rediseño de los Principios y valores.....	118
4.4	Formulación de estrategias (objetivos estratégicos)	119
4.4.1	Mapa estratégico Amazonbrok	120
4.4.2	Análisis del FODA.....	121
4.4.2.1	Fortalezas	121

4.4.2.2	Debilidades	121
4.4.2.3	Oportunidades.....	122
4.4.2.4	Amenazas	122
4.4.3	Matriz FODA.....	123
4.4.4	FODA Cruzado	124
4.4.5	Análisis de estrategias a utilizar.....	125
4.4.5.1	Análisis FO (Enfoque de éxito).....	125
4.4.5.2	Análisis FA (Enfoque de reacción)	126
4.4.5.3	Análisis DO (Enfoque de adaptación).....	127
4.4.5.4	Análisis DA (Enfoque de supervivencia).....	128
4.5	Diseño del Plan de Acción.....	128
4.5.1	Estrategias del Plan de acción	131
4.5.2	Análisis e Interpretación de las estrategias del plan de acción.....	132
4.5.3	Objetivos estratégicos.....	128
4.5.4	Análisis e Interpretación de los objetivos estratégicos	134
CAPITULO V SUGERENCIAS		136
5.1	Recomendaciones.....	136
5.2	Conclusiones.....	138
5.3	Bibliografía	140

ANEXOS142

 Formato de las encuestas142

 Formato de la entrevista146

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Funcionamiento del sistema de seguros	32
Figura 2: Valores de Amazonbrok	43
Figura 3: Estructura organizacional	44
Figura 4: Seguro Corporativo	45
Figura 5: Seguro Masivo	46
Figura 6: Seguro a empleados	47
Figura 7: Desempleo en el Ecuador	55
Figura 8: Avance de contagios por el Covid-19	56
Figura 9: Plan de vacunación 9-100	57
Figura 10: PIB primer trimestre 2021.....	59
Figura 11: liquidez Total	61
Figura 12: Inflación mensual Nacional.....	62
Figura 13 Póliza de seguro.....	85
Figura 14 Tipo de póliza	86
Figura 15 Influencia en la adquisición	87
Figura 16 Tipo de seguro	88
Figura 17 Políticas de póliza	89

Figura 18 Beneficio de la póliza	90
Figura 19 Número de veces	91
Figura 20 Frecuencia de pago.....	92
Figura 21 Incentivo recibido	93
Figura 22 Conocimiento de bono	94
Figura 23 Monto de la prima.....	95
Figura 24 Facilidad en el reclamo.....	96
Figura 25 Cambio de aseguradora	97
Figura 26 Razón de cambio	98
Figura 27 Seguro médico	99
Figura 28 Enfermedad.....	100
Figura 29 Cadena de valor de la empresa.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Póliza de seguro.....	85
Tabla 2 Tipo de póliza	86
Tabla 3 Influencia en la adquisición.....	87
Tabla 4 Tipo de seguro	88
Tabla 5 Políticas de póliza.....	89
Tabla 6 Beneficio de la póliza.....	90
Tabla 7 Número de veces	91
Tabla 8 Frecuencia de pago.....	92
Tabla 9 Incentivo recibido	93
Tabla 10 Conocimiento de bono.....	94
Tabla 11 Monto de la prima.....	95
Tabla 12 Facilidad en el reclamo.....	96
Tabla 13 Cambio de aseguradora	97
Tabla 14 Razón de cambio.....	98
Tabla 15 Seguro médico	99
Tabla 16 Enfermedad.....	100
Tabla 17 Matriz FODA.....	123
Tabla 18 Matriz FO, FA, DO, DA.....	124

Tabla 19 Estrategias de Plan131

Tabla 20 Objetivos estratégicos128

RESUMEN

Se ha logrado la Formulación de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, 2021 – 2024, es una empresa dedicada a las actividades de intermediarios de seguros, mismos que ofertan pólizas de seguros, reaseguros y contratos anuales. Tiene como objetivo fundamental formular un plan estratégico que les permita mejorar sus actividades y operaciones dentro de la organización.

Para cumplir con el objetivo propuesto se utilizaron diversas técnicas e instrumentos de recolección de datos, como la investigación bibliográfica-documental y la encuesta, a través de las cuales se obtuvo la información acerca de la situación de la empresa, que permitirá establecer cuáles son las áreas y ámbitos que se deben mejorar y trabajar, de tal manera que se pudo diseñar y aplicar las estrategias necesarias en cada departamento, mismas que están orientadas a solucionar los problemas y mejorar la calidad del servicio brindado.

La implementación de la planeación estratégica también permitirá que los altos mandos, puedan realizar un seguimiento de las actividades de la empresa y comprobar que las medidas y acciones implementadas están encaminadas al cumplimiento de sus metas y objetivos, caso contrario podrán aplicar los correctivos necesarios a fin de que cada una de las estrategias contribuyan al posicionamiento y participación en el mercado.

La manera en cómo la investigación generó los siguientes resultados mediante un enfoque cualitativo logró determinar que la empresa Amazonbrok, debe tener un enfoque de mercado en los servicios de pólizas, por lo cual es importante que las estrategias

fueron adecuadas para el manejo del plan estratégico funcione con éxito.

Sus principales resultados fueron entre otros que del plan de acción detallado las estrategias a seguir, en este apartado se consideran los objetivos estratégicos recomendados para poder ayudar a mejorar los rendimientos económicos, laborales y de competencia d la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros en el mercado de acción.

En donde se ha contemplado como primer objetivo estratégico el aumento en un 10% el crecimiento de ventas de las pólizas de seguros, en donde se considera como proceso la elaboración de un plan de marketing, mismo que estará a cargo del jefe de marketing y ventas, controlado por el porcentaje de incremento, que es igual a las ventas mes actual menos para las ventas mes anterior, dividido para las ventas actuales por cien.

El segundo objetivo estratégico que debe seguir la empresa es el de actualizar y sostener la plataforma tecnológica y los sistemas de información de la empresa conforme a los requerimientos de la empresa, es decir, la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros debe tener una buena tecnología para poder participar en todos los procesos de contratación pública o privada sin restricción de la tecnología, esto se logrará mediante el procesos de diseño de un plan de actualización de hardware y software, y será el responsable el jefe tecnológico de la empresa.

El tercer objetivo estratégico planteado es el de generar alternativas financieras con el fin de optimizar los recursos presupuestarios de la empresa, para satisfacer oportunamente las necesidades de inversión y funcionamiento de la empresa, es decir,

se considera que la empresa pueda invertir sus réditos económicos en alguna o algunas inversiones en el mercado de inversiones del Ecuador o del extranjero, en donde, su proceso será el de determinar los controles para la eficiencia financiera, objetivo a cargo del jefe de finanzas y será controlado por el índice de rentabilidad, prueba acida y rotación de inventarios.

El último objetivo estratégico es el de fortalecer el proceso de comunicación de la compañía, es decir está contemplado este último objetivo estratégico en los colaboradores o clientes internos de la empresa, tiene como proceso el de crear clima laboral agradable, objetivo a cargo del jefe de Recursos Humanos y será controlado por el índice de satisfacción laboral en la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros.

El costo total del presente plan estratégico asciende a un valor de 9.500,00 dólares, que incurren en los cuatro años, dando un valor anual de 2.375,00 valor que se considera es aceptable por los beneficios a corto, mediano y largo plazo que tendrá las presentes estrategias, se presentará la presente investigación a la Gerencia para que a su vez evalúen y se decida por su implementación.

Palabras clave:

Compañía de Seguros / Asesora productora de Seguros / Reaseguros / Planeación estratégica.

ABSTRACT

The present investigative work entitled Formulation of a Strategic Plan for the company Amazonbrok Insurance Production Advisory Agency for the city of Puyo, 2021 - 2024, is a company dedicated to the activities of insurance intermediaries, who offer insurance, reinsurance and annual contracts. Its main objective is to formulate a strategic plan that allows them to improve their activities and operations within the organization.

To meet the proposed objective, various techniques and data collection instruments were used, such as bibliographic-documentary research and the survey, through which information about the company's situation was obtained, which will allow to establish which are the areas and areas that must be improved and worked, in such a way that the necessary strategies could be designed and applied in each department, which are aimed at solving problems and improving the quality of the service provided.

The implementation of strategic planning will also allow senior managers to monitor the activities of the company and verify that the measures and actions implemented are aimed at meeting their goals and objectives, otherwise they will be able to apply the necessary corrections in order to that each of the strategies contribute to positioning and participation in the market.

The way in which the research generated the following results through a qualitative approach was able to determine that the AMAZONBROK company must have a market focus on policy services, which is why it is important that the strategies were adequate for the management of the strategic plan to work successfully.

Its main findings that have been reflected have been, among others, that of the detailed action plan the strategies to follow, in this section it is possible to consider the recommended strategic objectives to help improve the economic, labor and competition performance of the company Amazonbrok Advisory Agency Insurance Producer in the stock market.

Where the first strategic objective has been considered to increase the sales growth of insurance policies by 10%, where the development of a marketing plan is considered as a process, which will be in charge of the head of marketing and sales. , controlled by the percentage of increase, which is equal to the current month sales minus the previous month sales, divided for the current sales by one hundred.

The second strategic objective that the company must follow is to update and sustain the technological platform and the information systems of the company in accordance with the requirements of the company, that is, the company Amazonbrok Agency Assort Produtores Seguro's must have good technology In order to participate in all public or private contracting processes without restriction of technology, this will be achieved through the process of designing a hardware and software update plan, and the company's chief technology officer will be responsible.

The strategic objective set is the third of generating financial alternatives in order to optimize the budgetary resources of the company, in order to timely satisfy the investment and operation needs of the company, that is, it is considered that the company can invest its economic returns in one or some investments in the investment market of Ecuador or abroad, where, its process will be to determine the controls for financial

efficiency, an objective in charge of the head of finance and will be controlled by the profitability index, acid testing and inventory turnover.

The last strategic objective is to strengthen the communication process of the company, that is, this last strategic objective is contemplated in the collaborators or internal clients of the company, its process is to create a pleasant work environment, an objective in charge of the head of Human Resources and will be controlled by the job satisfaction index in the company Amazonbrok Agency assessor Produtores Seguro's.

As previously stated, the total cost of this strategic plan amounts to a value of \$ 9,500.00, incurred in the four years, giving an annual value of 2,375.00, which is considered acceptable for the benefits. In the short, medium and long term that the present strategies will have, in this sense, the present investigation will be presented to the Management so that they in turn can evaluate and decide on its implementation.

Keywords:

Insurance Company / Insurance / Reinsurance / Strategic Planning Consultant.

INTRODUCCIÓN

Actualmente una de las mayores preocupaciones del ser humano es tratar de minimizar los efectos o daños que pueden ocasionarles los diferentes tipos de riesgos a los que se está expuesto, por ello tanto las personas como empresas u otro tipo de organizaciones contratan los servicios de una aseguradora, a través de la cual transfieren los efectos de un posible siniestro, con la finalidad de disminuir principalmente las consecuencias económicas y hacer más llevadera la situación.

La presente investigación tiene como principal objetivo formular un plan estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo. A pesar de que la empresa se constituyó recientemente su representante legal cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguros, no obstante, dada su reciente actividad requiere del establecimiento de un plan estratégico que le permita posicionarse en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

La investigación pretende diseñar y desarrollar una serie de estrategias a implementarse en las diferentes áreas de la empresa para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en sus actividades y procedimientos, para conseguir que la empresa tenga mayor reconocimiento en el sector de los seguros, pueda volverse más competitiva, capte mayor número de clientes y por obtenga mayores réditos económicos.

De acuerdo a lo expuesto la propuesta de formulación de un plan estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros se desarrollará de la siguiente manera:

En el capítulo I, se abordan los aspectos relacionados con los antecedentes del estudio investigativo, la hipótesis, objetivo general y objetivos específicos, la metodología utilizada y los alcances y limitaciones de la investigación.

En el capítulo II, denominado como Marco Teórico se establece el análisis de la investigación, la conceptualización, importancia, los modelos de las variables relacionadas con el tema del estudio investigativo, así como el análisis comparativo y crítico de las variables de investigación.

En el capítulo III, señalado como Marco Referencial se plantea los aspectos relacionados a la reseña histórica, filosofía y diseño organizacional del tema del trabajo de investigación.

En el capítulo IV, conceptualizado como Resultados se establece los aspectos concernientes al diagnóstico situacional de la empresa, para luego proceder a formular y elaborar el planeamiento estratégico.

En el capítulo V, denominado como Sugerencias se plantea las conclusiones y recomendaciones de la investigación, también se establecen las respectivas referencias bibliográficas utilizadas en el trabajo investigativo.

CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1 Título del tema

Formulación de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, 2021 - 2024.

1.2 Planteamiento del Problema

La empresa objeto de la presente investigación es Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros S.A. misma que tiene como objeto social; actividades de agentes y corredores de seguros (intermediarios de seguros) que venden, negocian u ofertan contratos de anualidades y pólizas de seguros y reaseguros, como se lo puede apreciar en su RUC 1691727978001.

La empresa está constituida desde el 16 de marzo del 2021, con representante legal a la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia, la empresa se encuentra ubicada en la Av. 9 de octubre y Ceslao Marín edificio Estacio Cáceres 2do piso Oficina No 1.

La empresa ha sido constituida muy recientemente, es decir, la empresa como tal no tiene mucho tiempo de vida en el mercado de los seguros en la provincia de Pastaza, se ha visto la necesidad de crear un plan estratégico con el objetivo central de dar a conocer a la empresa en el mercado de seguros de la provincia a la que pertenece la empresa, mediante estrategias efectivas de posicionamiento en su mercado de acción.

Si bien se ha manifestado con anterioridad, que la empresa es de reciente creación, su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Cuentas Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

La planeación estratégica permite a las empresas generar valor agregado en sus procesos y procedimientos, por tanto, la empresa de estudio podría volverse más competitiva frente a otras empresas de similares características del mercado en la provincia de Pastaza, siendo posible crear acciones estratégicas que le permita a la empresa mantenerse en el mercado de seguros en el largo plazo.

La presente investigación que trata de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo está en línea con el Plan Nacional de Vida de la República del Ecuador y su objetivo 10: Promover la transformación de la matriz productiva, que propone una transformación del sistema productivo para lograr la diversificación económica y generar ingresos de fuentes que estimulen la economía

Es necesario la creación de un plan estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros S.A. para que mediante el mencionado plan estratégico se pueda realizar estrategias de posicionamiento y de comercio para que a través de estas estrategias la empresa aumente su participación en el mercado de acción, al igual que su posicionamiento comercial y pueda generar mayores réditos económicos para la empresa, teniendo como clientes objetivos a todas las empresas (cuentas) públicas de la provincia de Pastaza para el año 2021.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Formular un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, 2021 - 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional con el fin de conocer la situación actual de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros en el mercado de acción.
- Determinar objetivos estratégicos para mejorar el posicionamiento comercial de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros.
- Elaborar un Plan de Acción en conjunto con indicadores de control que vigilen las estrategias de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros.

1.4 Justificación

1.4.1. Teórica

La presente investigación trata sobre una Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo se justifica, debido se basa en determinar el impacto de la planeación estratégica de la empresa, además porque al determinar los beneficios de la planeación estratégica en la empresa, ayudará a determinar la mejoría de su posicionamiento comercial y pueda generar mayores réditos económicos para la empresa; por ende los resultados de la presente planeación estratégica ayudará a mejorar la posición comercial de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros ante la competencia.

1.4.2. Metodológica

Esta investigación plantea una metodología que podría ser de utilidad para otro tipo de investigaciones en lo que respecta al Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, con otras empresas de similares servicios en la provincia de Pastaza y del resto del país.

El instrumento a utilizar en esta metodología será una encuesta a los clientes registrados en el sistema administrativo de la empresa con el objeto de entender puntos importantes de vista sobre la empresa desde un punto de vista externo, al igual que una entrevista a todo el personal de la empresa con la intención de conocer más a profundidad las estrategias a plantear en el presente plan estratégico mismas que serán validada por el método de juicio de expertos interno de la empresa.

1.4.3. Práctica

Los resultados y las conclusiones que resulten del presente plan estratégico de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, se podrían convertir en fuente de información y consultoría para las demás empresas de la provincia de Pastaza y del resto del país que tengan iguales o similares características del mercado de seguros; al igual que otras entidades aseguradoras de características similares a la presente empresa objeto de estudio. La presente investigación intentará brindar ventajas competitivas y apoyar la toma de decisiones mediante la formulación de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo.

1.5 Metodología

1.5.1. Características del diseño de investigación

La presente investigación estudia la formulación de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo.

Se ha considerado en la presente investigación el uso de los paradigmas post positivista y positivista por lo que es necesario hacer uso del paradigma post positivista porque nos permitió conocer, entender y explorar las opiniones de los expertos de la empresa consultados.

Como el paradigma positivista que nos sirvió generalizar y se requiere de la estadística, a través del enfoque cuantitativo y el método deductivo, se logró identificar las estrategias para que la empresa aumente su participación en el mercado de acción, al igual que su posicionamiento comercial y pueda generar mayores réditos económicos en la provincia de Pastaza.

1.5.2. Metodología de investigación

Para poder desarrollar la presente investigación que trata sobre una formulación de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, es necesario hacer uso del método cuantitativo porque este hace uso de materias como es estadística inferencial, por validación de hipótesis y por qué tiene el manejo de una encuesta que se maneja en la empresa.

Al igual que el método deductivo ya que sirvió para avanzar desde un tema general, como fueron las conclusiones de otros autores con investigaciones similares a la presente, para llegar a las particularidades que serán las causas en la elaboración de esta investigación para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la provincia de Pastaza.

1.6 Alcances y Limitaciones

Dentro del presente trabajo de investigación, el estudio será efectuado a las empresas y personas ubicadas en la provincia de Pastaza, con la especificidad de sector, ya que la experiencia en cuentas públicas del equipo de trabajo de la empresa, le permite dar soporte técnico en todo el proceso de contratación de pólizas que requiere una institución pública.

1.6.1. Alcances

Al tratarse de una muestra muy grande el levantamiento de información del presente estudio, es decir la encuesta tendrá como restricción la aplicación de una fórmula de muestreo para determinar la cantidad de encuestas a realizar, mismas que como se menciona con anterioridad ascienden a un total de 72 empresas y personas que luego de realizar la respectiva formula de muestro detallada en el capítulo IV de la presente investigación se realizará una encuesta, los datos de población han sido tomados del INEC, pero del 2001, tomando en cuenta que las personas de este Cantón, en su mayoría se dedican a trabajar en la minería.

$$n = \frac{N \times Zc^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + p \times q \times Zc^2}$$

$Zc^2 = 9.699$ (ya que la seguridad es del 95%)

- $p =$ proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- $q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)
- $d =$ precisión (en este caso deseamos un 3%)

$$n = \frac{9699 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (9699 - 1) + 0.05 \times 0.95 \times 1.96^2}$$

$$n = 72$$

De acuerdo al cálculo del tamaño de la muestra se ha obtenido un resultado de 72 encuestas.

1.6.2. Limitaciones

Las empresas (cuentas) públicas que mantiene relaciones actualmente la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros son las siguientes:

- *GADM de Mera*
- *Patronato de Amparo Social de Mera*
- *GADM de Santa Clara*
- *GADM de Arajuno*
- *GAD Parroquial de Shell*
- *GAD Parroquial de Veracruz*
- *GAD Parroquial de Pomona*
- *GAD Parroquial de San José*
- *GAD Parroquial de Puerto Napo*
- *GAD Parroquial de Misahualli*
- *Emergencias Gadytra*

Al igual que la entrevista se la realizará al total de colaboradores de la empresa, mismos que hacienden a un total de 11 colaboradores, para poder entender las posibles estrategias para que la empresa aumente su participación en el mercado de acción, al igual que su posicionamiento comercial y pueda generar mayores réditos económicos para la empresa, el levantamiento de información para la presente investigación será realizado desde los meses de mayo, junio y julio del 2021.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Conceptualización

2.1.1. El riesgo como origen del seguro

El riesgo es un término tan antiguo como el mismo ser humano, ya que desde su existencia el individuo se encuentra expuesto a una serie de amenazas que pueden comprometer su integridad, la de su familia o de algún recurso del que disponga, por ello Echemendia (2011) manifiesta: “El riesgo de una actividad puede tener dos componentes: la posibilidad o probabilidad de que un resultado negativo ocurra y el tamaño de ese resultado. Mientras mayor sea la probabilidad y la pérdida potencial, mayor será el riesgo” (Echemendia, 2011, pág. 471). Cuando una persona analiza una decisión, lo que está haciendo es valorado los posibles riesgos, ventajas o desventajas que implica esa decisión. Por ello, el término de riesgo no es algo nuevo.

En la actualidad ha cobrado mayor importancia debido a los acelerados cambios y transformaciones a nivel económico, social, político, cultural y ambiental que se produce en el mundo y que producen una desestabilización en el ritmo y nivel de vida de las personas. En base a esta situación, los profesionales de diferentes campos se han interesado y aunado esfuerzos por reducir los riesgos en sus diferentes áreas, esto demuestra que el estudio de los riesgos no se limita a un solo campo o esfera de la vida humana, hoy en día existen una gran variedad de estudios y organizaciones que se centran en prevenir o disminuir la incidencia o nivel de impacto de un determinado riesgo.

2.1.2. Seguros

Desde el punto de vista jurídico-legal, según se establece en el Código de Comercio, en su artículo 690 según la Asamblea Nacional del Ecuador (2019) manifiesta “El seguro es un contrato mediante el cual una de las partes, el asegurador, se obliga a

cambio del pago de una prima, a indemnizar al asegurado o a su beneficiario, por una pérdida o daño producido por un acontecimiento incierto; o, a pagar un capital o una renta si ocurre la eventualidad prevista en el contrato” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019, pág. 97). Según con lo manifestado se infiere que, el seguro es un acuerdo que se da por la influencia de que ocurra un posible riesgo en los diversos aspectos de la vida de una persona, el asegurado está obligado a pagar una cierta cantidad de dinero de manera periódica, en tanto que el asegurado en caso de producirse el riesgo debe reparar el daño o pagar la suma de dinero previamente acordada.

Otro de los enfoques acerca del seguro es aquella donde lo definen como una actividad económica y financiera que brinda a la sociedad un servicio de transformación de riesgos al que todo individuo o bien material está expuesto que la empresa que ofrezca protección a estos bienes y proporcione al asegurado la tranquilidad que de ocurrir cualquier siniestro este podrá superar de manera más fácil la situación.

2.1.2.1. Importancia

Hace años cuando se producía la muerte de un individuo, la pérdida o daño de una casa, equipo de trabajo, etc., de manera repentina, la mayoría de las personas no tenía como cubrir los gastos que estas situaciones demandaban, es por ello que los seguros nacen con la idea de protección económica hacia determinada persona o bien por posibles daños o pérdidas ocasionados por diferentes situaciones o catástrofes.

Se crean empresas privadas destinadas a ofrecer cobertura de protección, bajo el principio de interés mutuo, ya que por un lado el empresario obtiene una ganancia o plusvalía al recibir de manera permanente una cuota de pago por parte del cliente, mientras que el asegurado tiene la confianza y tranquilidad que de ocurrir cualquier eventualidad podrá hacer frente a la situación con la ayuda económica que la

aseguradora debe otorgarle por el bien asegurado.

2.1.3. Sistema privado de seguros

En nuestro existen varias compañías o empresas que ofertan sus servicios de seguros, no obstante, es importante aclarar que este sistema se encuentra conformado por algunas unidades organizativas que según Salazar (2015) son:

a) Compañía de seguros: es la empresa nacional o extranjera que está constituida de forma legal y pueda ofrecer sus servicios de aseguramiento contra los riesgos, a cambio de recibir una suma de dinero de forma periódica. Estas empresas tienen ciertas pautas que deben cumplir para desarrollar sus actividades, entre las que destacan:

- Su actividad está dirigida exclusivamente a personas jurídicas.
- La empresa debe dedicarse únicamente a esta actividad a fin de garantizar un mejor trabajo.
- Sus actividades estarán reguladas por la entidad encargada.

b) Compañías de reaseguros: son compañías destinadas a brindar los servicios de seguros para las empresas aseguradoras, esto como medida preventiva ante algún posible riesgo que sufra la empresa y que provoque un endeudamiento por no poder cumplir con las obligaciones contraídas con los asegurados (Salazar, 2015).

c) Peritos de seguros: constituyen las personas naturales o jurídicas, que son expertas en la materia de riesgos y que se encargan de analizar cada uno de ellos previo su contratación; asimismo son los encargados de realizar las investigaciones cuando se ha producido un siniestro, estableciendo las causas y consecuencias al bien para determinar el monto de la indemnización. Para el caso de los seguros de vida, el encargo

es un auditor médico.

d) Asesores productores de seguros: son personas que cumplen con el rol de intermediarios de seguros, desempeñan la función de conexión entre la(s) empresa(s) de seguros y el futuro cliente. Los asesores productores de servicios no pueden trabajar en más de una empresa aseguradora por cada tipo de seguros. Las agencias asesoras productoras, son personas jurídicas encargadas de conseguir contratos a una o varias compañías de seguros.

e) Intermediarios de reaseguros: Son personas jurídicas cuya responsabilidad es la de conseguir reaseguros y retrocesiones ya sea para una o varias empresas de seguros o de reaseguros (Salazar, 2015).



Figura 1: *Funcionamiento del sistema de seguros*

Fuente: Mendoza (2018)

2.1.3.1. Tipos de Seguros

Los seguros en nuestro país se clasifican en dos grandes ramas que son los Seguros Generales y los Seguros Personales, que se detallan a continuación:

a) Seguros Generales

Según afirma Izaguirre (2019) “cuando un seguro no hace referencia a una persona sino a un bien o actividad recibe el nombre de seguro general” (Izaguirre, 2019,

pág. 90)”. Es decir, las empresas que ofertan este servicio son aquellas que aseguran los riesgos que pueden ocasionar una afección, daño o pérdida del bien o patrimonio asegurado.

Los Seguros Generales según la Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, establece la siguiente clasificación:

- Incendio y líneas aliadas
- Vehículos
- Transporte
- Robo
- Dinero y Valores
- Riesgos técnicos
- Agropecuario
- Bancos / instituciones financieras
- Responsabilidad civil
- Fianzas
- Créditos
- Fidelidad
- Multi riesgo
- Riesgos especiales

La mayoría de estos seguros cubren todos los activos asegurados, que en su mayoría son los equipos tecnológicos, maquinarias, autos, mercadería, insumos de un hogar o empresas, que son las que más solicitan y acceden a este tipo de servicios. Otro de los bienes que son asegurados contra robo, daño o pérdida es el dinero y valores, siempre y cuando esté en potestad de una de los empleados o dentro del local asegurados.

B) Seguros de Vida

De acuerdo con la definición dispuesta en el Código Monetario Y Financiero Libro III Ley General Seguros (2006) los seguros de vida son: "Son aquellos que cubren los riesgos de las personas o que garanticen a éstas dentro o al término de un plazo, un capital o una renta periódica para el asegurado y sus beneficiarios" (Congreso Nacional, 2006, pág. 4). Los seguros de vida o personales son aquellos a los que tiene acceso una persona para salvaguardar su integridad física en caso de que ocurra algún tipo de accidente o siniestro y con lo cual pueda cubrir los gastos propios o de algún familiar, que han sido generados por algún tipo de riesgo. Este tipo de seguros se clasifica de la siguiente manera:

- Vida
- Asistencia médica
- Accidentes

Dentro de este tipo de seguros existen algunas subdivisiones, por ejemplo, el seguro de vida se contrata frente a un posible fallecimiento del asegurado, en ese caso la indemnización la recibe el beneficiario, mientras que en el seguro médico y por accidentes por lo general se cubre los gastos de los servicios médicos, hospitalarios o

farmacéuticos.

2.1.4. Planificación estratégica

2.1.4.1. Concepto

Según afirman Rojas & Medina (2012). la planificación estratégica: “Es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. De hecho, el concepto de estrategia y el de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro designan una secuencia ordenada en el tiempo que se puede alcanzar uno o varios objetivos” (Rojas & Medina, 2012, pág. 47). La planeación o planificación estratégica es una herramienta que la dirección de una empresa decide aplicar sobre toda la organización y sus recursos para cumplir con los objetivos propuestos, mejorar sus niveles de eficiencia y eficacia en sus procesos productivos, y obtener un mejoramiento en la calidad de sus servicios.

La planeación estratégica es un proceso lógico y sistemático que la empresa debe seguir a largo plazo para mejorar sus procesos organizativos y obtener una ventaja competitiva sobre otras empresas que se dedican a la misma actividad económica, para el presente estudio la planeación estratégica se plantearía para mejorar los servicios de seguros que oferta.

2.1.4.2. Componentes

Según exponen Mintzberg y Quinn, citados por Bojórquez & Pérez (2013) la planeación estratégica está confirmada por los siguientes elementos:

- *Misión*: es el planteamiento del objetivo principal de la empresa.
- *Valores*: son los enunciados que demuestran los principios en los que se basa la organización.

- *Estrategia*: son las propuestas o planes a través de las cuales se pretende cumplir con las metas y políticas de la empresa.
- *Meta y objetivos*: son aquellos aspectos que determinan lo que la empresa quiere lograr y en cuánto tiempo.
- *Políticas*: son las normas o directrices sobre las cuales debe trabajar la empresa y en las que se basan las acciones a seguir.
- *Programas*: son los aspectos que determinan las acciones que permitirán cumplir con los objetivos principales.
- *Decisiones estratégicas*: son las guías que plantean la orientación general que debe seguir la empresa, lo que incluye los cambios predecibles e impredecibles en las áreas de interés (Bojórquez & Pérez , 2013).

2.1.4.3. Proceso

Mediante el cumplimiento correcto de cada una de las etapas de la planificación estratégica se puede obtener un diagnóstico preciso de la situación de la empresa y de esa manera determinar las estrategias y acciones adecuadas que permitan cumplir con las metas y objetivos de la organización. Por esta razón la planificación sigue un proceso que se detalla a continuación:

1.- Formulación de la estrategia

De acuerdo con David, referenciado por García et al (2017), la formulación de la estrategia en la organización conlleva: La creación de una visión y misión, la identificación de las oportunidades y amenazas externas de una organización, la determinación de las fortalezas y debilidades internas, el establecimiento de objetivos a largo plazo, la creación de estrategias alternativas y la elección de estrategias específicas a seguir (García, y

otros, 2017, pág. 21). En esta fase se establecerán las decisiones que deben implementarse en la empresa u organización, las acciones o negocios que deben dejar de realizarse, la asignación de los recursos de forma correcta, ello implica determinar si se pueden ampliar o diversificar en otras operaciones o áreas, también se analizará el mercado empresarial para saber que mejoras deben formularse para entrar al mercado competitivo.

La formulación de las estrategias permitirá conocer cuáles son las que mejores beneficios brindan a la empresa, y que la puesta en marcha del proceso de planeación implica el uso de recursos humanos, administrativos, tecnológicos y económicos, de ahí la importancia de que la organización distribuya cada uno de esos recursos de la manera eficaz a fin de cumplir a cabalidad con cada de las estrategias propuestas.

2.- Ejecución de la estrategia

Conocida también como la fase de acción, es aquella en donde los altos mandos organizan a los gerentes y trabajadores para llevar a cabo las estrategias previamente diseñadas; esta fase es la más difícil, ya que requiere de alto nivel de disciplina y compromiso por parte de todo el personal, es por ello que gran parte del éxito depende de la motivación que los jefes de cada departamento logren en sus empleados.

3.- Evaluación de la estrategia

En esta última etapa según Valenzuela (2016) “se realiza un análisis de la efectividad d la estrategia que fue tomada inicialmente, para determinar si funcionó o no correctamente, para tomar los correctivos que sean necesarios en las próximas gestiones” (Valenzuela, 2016, pág. 18). Aunque todas las etapas están sujetas a cambios, en la fase final se realiza una revisión de los factores externos e internos de las

estrategias, se mide su rendimiento y de ser necesario se toman medidas correctivas.

2.2 Importancia de las Variables

El presente trabajo investigativo posee gran importancia por cuanto en la actualidad toda empresa requiere de una adecuada organización de las operaciones y actividades que realiza, siendo necesario que cuente con un plan estratégico que le permita establecer los objetivos, políticas y planes empresariales, el adecuado manejo de los recursos humanos, tecnológicos y económicos, y el direccionamiento de cada una de sus áreas, para poder cumplir con las metas organizacionales. Asimismo, el planeamiento permitirá que la empresa periódicamente revise, evalúe y modifique las estrategias, ya que como en toda actividad empresarial existen constantes cambios que afectan e inciden en funcionamiento de la entidad.

La investigación permitirá desarrollar un referente teórico sobre la temática de estudio, que servirá como fuente de consulta y guía para que otras empresas de la misma rama puedan tener una base de cómo desarrollar y mejorar su planificación estratégica y elevar su nivel de competitividad y réditos económicos.

2.3 Análisis comparativo

La empresa de seguros en cuestión tiene como objetivo principal la de establecer un plan estratégico para mejorar el rendimiento y funcionamiento de sus actividades, para ello se toma como base la investigación realizada en 2013 en la empresa de seguros Daifeseq S.A., misma que al atravesar una serie de problemas que comprometen su desarrollo y crecimiento diseñaron y aplicaron un planeamiento estratégico que, mediante el análisis externo e interno permitió definir las áreas y aspectos en donde se deben profundizar los trabajos, esto mediante el esfuerzo conjunto de la alta dirección y los empleados que conforman la empresa, ya que sólo de esa

manera se podía cumplir con las metas y objetivos propuestos.

Siguiendo el ejemplo mencionado, con la elaboración, aplicación y evaluación de la planificación estratégica a la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros se pretende mejorar sus actividades en cada uno de los departamentos de la organización y de esa manera contribuir con desarrollo en el mercado de seguros del país.

2.4. Análisis Crítico

El presente plan de estrategia que se plantea posee visión para que se efectúe dentro de la empresa, debido a que si se señalan las partes en donde se ven las falencias, se comenzará a trabajar de forma inmediata. Es decir que Amazonbrok, comenzará a mejorar las actividades que se realizan dentro de la empresa, es por ello que en muchas ocasiones el FODA que se aplica dentro de una institución ayuda en gran parte a que se realice un plan estratégico fuerte.

Debido a que la empresa es reciente, si se comienza a trabajar en las áreas que necesita para ser conocida a nivel provincial, comenzará su crecimiento de forma progresiva. La empresa de seguros debe ganarse la confianza de los clientes, llegando a obtener la fidelidad a través de sus empleados, llegando así a obtener un puesto dentro del mercado.

Las empresas de seguros deben contar con un plan estratégico adecuado para que se lo aplique dentro de la institución con la finalidad de que las actividades dentro de las mismas sean las mejores. Teniendo en cuenta que la aplicación de los seguros es exclusivamente a las empresas, debido a que con ello se podrá abarcar al mercado nacional y así expandirse a largo plazo.

CAPITULO III MARCO REFERENCIAL

3.1. Reseña Histórica

La empresa está constituida desde el 16 de marzo del 2021, con representante legal a la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia, la empresa se encuentra ubicada en la Av. 9 de octubre y Ceslao Marín edificio Estacio Cáceres 2do piso Oficina No 1. Los inicios de la empresa son recientes es por ello que se centra en el proceso de realizar un plan estratégico en donde se resalte el proceso que necesita la empresa y desarrollarse en el mercado como lo necesita. Si bien la empresa no tiene mucho tiempo de servicio cuenta con todas las necesidades que el cliente necesita en el ámbito de seguros, con la finalidad de convertirse en una empresa sólida.

La empresa es de reciente creación, su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Cuentas Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

Es por ello que en la actualidad la empresa busca consolidarse con un personal altamente capacitado en el área de seguros, debido a que conocen el campo en el que se manejan y tienen la experiencia necesaria para que la empresa sobresalga en el mercado. Llegando así a cumplir las expectativas y los objetivos que se plantearon, llegando a la comunidad con principios y valores que priman dentro de la empresa.

3.2. Filosofía Organizacional

La empresa cumple con una filosofía organizacional óptima que se ha desarrollado desde el primer día de su inauguración, pues su gerente se ha priorizado en esta área debido a que es la base fundamental para el desarrollo de la empresa. Para ello se puede destacar que la organización es de forma vertical, debido a que es el comienzo de la empresa, no existe mucho personal para lo cual se divide en pocas áreas dentro de la empresa.

Es importante que los objetivos planteados por la empresa sean cumplidos, los principios y valores que priman dentro de la empresa. Esto para que su funcionamiento sea eficiente y se destaque dentro del mercado.

3.2.1. Misión

Cumplir con las expectativas de las personas, llegando a convertirnos en una excelente opción al momento de cubrir los riesgos que puede tener una persona, llegando a brindar la confianza e información correcta al momento de ofrecer los servicios.

3.2.2. Visión

Llegar a ser la primera agencia de asesoría de seguros a nivel provincial y posteriormente a nivel nacional, la cual llegue a tener un crecimiento y ser líder en todo el país. En donde se destaque la responsabilidad, respaldo y cumplimiento de sus actividades, realizándolo a través de la prestación de servicios integrales en el cual sobresale la excelencia en la calidad, también se busca satisfacer las necesidades de los clientes, por medio de la confianza y así tener la fidelización de los clientes.

3.2.3. Objetivos

La empresa Amazonbrok cumple con algunos objetivos, los cuales se estableció en función a las necesidades de sus clientes.

- Ofrecer al cliente la satisfacción de seguridad, cumpliendo con las expectativas que tiene acerca de sus bienes, a través de una póliza
- Cumplir con las demandas y necesidades que el cliente tenga, basándose en las normas establecidas por la empresa
- Demostrar confianza a los clientes, a través de sus políticas y principios, pues con ello se mantendrá una conversación abierta entre la empresa-empleado-cliente.

3.2.4. Principios y valores

La empresa Amazonbrok consta de principios que son fundamentales para su funcionamiento, pues se espera satisfacer las necesidades que tiene el cliente.

- Mejorar la gestión de calidad para que el cliente tenga una información transparente, la cual se lo hará continuamente.
- Tener en cuenta los riesgos internos y externos, para proceder con una gestión de manera oportuna.
- Se cumpla con las normas legales establecidas por el Estado con la finalidad de que el cliente tenga la seguridad en sus pólizas, y así mismo se cumpla con las normas internacionales
- Se realice una participación entre Empresa-empleado-cliente, pues con ello se podrá alcanzar los objetivos, llegando así a desarrollar un desempeño óptimo, mostrando seguridad, confianza y satisfacción de los clientes en todos los servicios ofrecidos.

Los principios de la empresa aportan a que se cumpla con la satisfacción del cliente en este caso, se origine la confianza en la empresa Amazonbrok, pues con ello se

define cuáles son sus objetivos. Cada uno de los principios muestran la transparencia que la empresa tiene con sus clientes, pues se visualiza la importancia que se da a su clientela.



Figura 2: *Valores de Amazonbrok*
Elaborado por: Los Autores

3.3. Diseño Organizacional

El modelo organizativo de la empresa, es bastante sencillo, debido a que no tiene mucho tiempo en el mercado, debido a que la empresa es nueva, esto provoca que su funcionamiento sea un proceso menor, pero las expectativas que la empresa tiene a largo plazo son amplias. Para ello se establece la siguiente estructura dentro de la empresa.

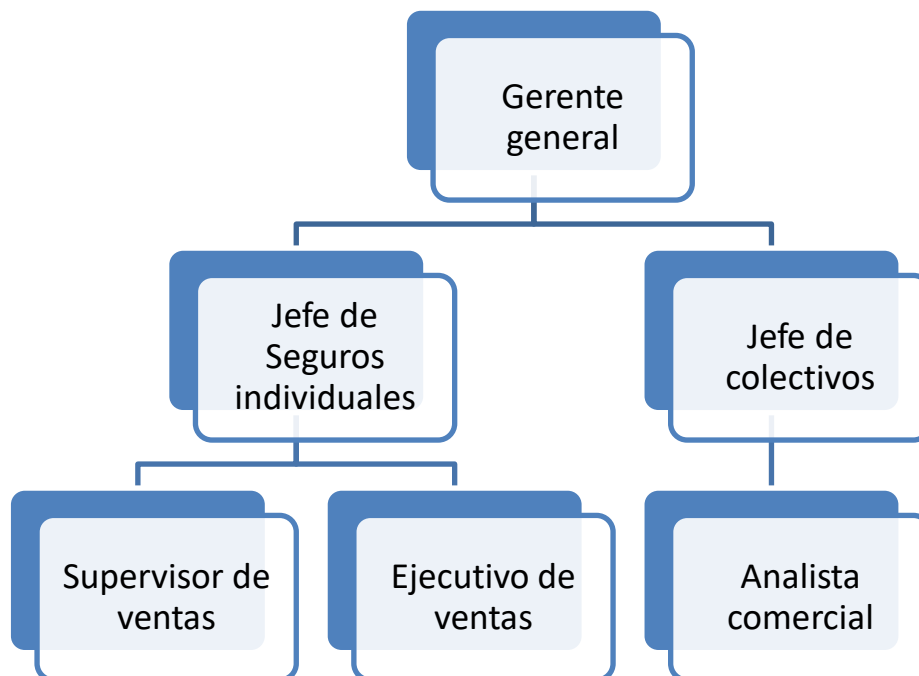


Figura 3: *Estructura organizacional*
Elaborado por: Los Autores

Es imprescindible que la organización de empresa sea de forma funcional debido a que sus inicios son recientes, es por ello que se debe manejar una estructura organizacional simple. También se debe tener en cuenta que el personal que posee la empresa es poco, es por ello que la distribución de cada puesto debe ser específico, para que cumplan con profesionalismo el área en la que se encuentran.

La empresa Amazonbrok con el paso del tiempo tiene crecimiento, se procederá a realizar una estructuración acorde a sus funciones. Por el momento está estructuración es adecuada, debido a que la gerente podrá ejecutar y supervisar la funciones de todos los empleados a través de estas dos áreas, como son los jefes de seguros y el de colectivos.

3.4. Productos y Servicios

Los servicios que la empresa ofrece al público en general son los que la empresa visualizó en los clientes, recordando así el papel fundamental que ellos cumplen al momento de promocionar un servicio. En este caso la empresa en su mayoría tiene a manejar los seguros de empresas, a continuación, se detallará cuales con sus funciones principales.

Se trabaja con seguros corporativos para las grandes empresas, entre ellas podemos encontrar de 3 tipos, según se adecuen a las necesidades:

- **Patrimoniales**

En este seguro corporativo, se protegen los bienes, producción y mercancía que llegue a poseer la empresa, pero para ello se debe tener en cuenta que esto es optimizado es decir cuál es el seguro y cuando no, es por ello que antes de ofrecer este servicio se asesora a la empresa. Siempre se toma en cuenta las necesidades que tenga el cliente es por ello que se buscará la mejor solución al momento de asegurar la empresa, mostrando los siniestros a los cuales se rigen las políticas.



Figura 4: *Seguro Corporativo*
Elaborado por: PRODESEG- Promotores de seguros (2018)

- **Masivos**

Este seguro consiste en proponer soluciones de forma personalizada a la empresa que lo solicita con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, pues con ello se convierten en el principal participante, causando un alto impacto positivo dentro de la creación de este seguro. “Un seguro masivo parte del estudio de una necesidad o la identificación de una brecha en el mercado, continúa con una implementación ágil, profesional y a la medida; sin dejar de lado el control y medición de resultados” (Serviseguros, 2021).



Figura 5: *Seguro Masivo*
Elaborado por: (Serviseguros, 2021)

- **Personas**

El seguro de personas va dirigido a proteger al talento humano que posee una empresa. Nos encargamos de asesorar, personalizar y diseñar las diferentes opciones que puedan existir dentro del contexto de la empresa, entre ellos está el estilo de vida y los posibles desastres o eventualidades que se puedan desarrollar. Pues con esto los empleados sentirán que están seguros y la empresa protege el bienestar dentro de su puesto de trabajo.

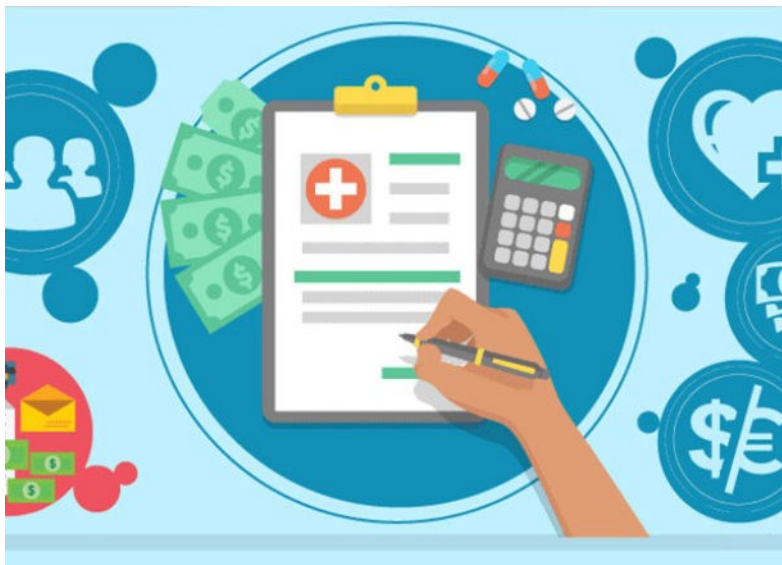


Figura 6: Seguro a empleados

Elaborado por: Seguros- Salud, Pensiones y Seguridad Digital

Los servicios que ofrece la empresa Amazonbrok son de manera directa a las grandes empresas o empresas pequeñas, pero no para personas naturales. Es con ello que la empresa logra posesionarse en el mercado priorizando en las empresas de forma masiva. Se tiene en cuenta que cada uno de los servicios que ofrece, serán asesorados por un personal altamente capacitado, que busca el bienestar del cliente, cumpliendo todas las necesidades.

3.5. Diseño Organizacional

El diseño organizacional de la empresa Amazonbrok es excelente pues con ello podrán desempeñar de manera eficiente en el mercado y así lograr destacar como una empresa confiable para el público. De esta misma manera al estructurar cada uno de las áreas de la empresa, se mantendrá el papel específico que tienen, pues con ello se logrará cumplir con los objetivos planteados.

Como se puede observar en la fecha de constitución de la empresa, ha sido constituida muy recientemente, es decir, la empresa como tal no tiene mucho tiempo de

vida en el mercado de los seguros en la provincia de Pastaza, se ha visto la necesidad de crear un plan estratégico con el objetivo central de dar a conocer a la empresa en el mercado de seguros de la provincia a la que pertenece la empresa, mediante estrategias efectivas de posicionamiento en su mercado de acción.

La empresa es de reciente creación, su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Cuentas Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

La empresa Amazonbrok con el diseño del plan estratégico, logrará ser una empresa elite entre todas las aseguradoras del país, cumpliendo las normas legales correspondientes. Es por ello que el diseño organizacional que se plantea es base fundamental para que el desarrollo de la empresa dentro del mercado sobresalga, teniendo en cuenta que las áreas establecidas, constan con un personal altamente calificado. La empresa tiene una buena dirección al iniciar sus actividades y desarrollando cada una de las funciones que se establecen, pues así cumplirán con las expectativas que el cliente posee.

3.5.1. Análisis del FODA de Amazonbrok

El análisis FODA se basa en la técnica de elaborar una matriz que se conoce como FODA. Este nombre son las iniciales de los cuatro elementos que se analizan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, las fortalezas y debilidades son propias de la empresa, es decir, internamente se pueden tomar acciones para reforzarlas o debilitarlas.

Las oportunidades y amenazas son externas, la empresa no tiene injerencia en estas dos variables. Es necesario tener claros estos factores para que las empresas puedan tomar las acciones correspondientes y poder hacer frente a las amenazas y aprovechar las oportunidades. Así se podrá desarrollar una estrategia de negocio sólida y se podrán tomar decisiones teniendo en cuenta los factores más importantes.

3.5.2. Fortalezas

- F1 Personal capacitado y ético en la prestación de servicios de siniestros.
- F2 Atractivos incentivos económicos (comisiones) para el personal de ventas.
- F3 Alto liderazgo por parte de la Gerencia hacia el grupo de colaboradores.
- F4 Amplia trayectoria en el mercado asegurador por parte de la Gerencia.
- F5 Línea de servicio al cliente, habilitada las 24 horas para consultas.
- F6 Adecuada Infraestructura y modernas instalaciones en la empresa.
- F7 Asistencias jurídicas por cualquier evento o siniestro.

3.5.3. Oportunidades

- O1 Mercado de pólizas poco explorado por las aseguradoras que ofrecen este servicio.
- O2 Posibilidad de reclutar agentes (por fusiones o malas prestaciones de otras empresas).
- O3 Mercado de seguros en la provincia de Pastaza en un alto crecimiento.
- O4 Leyes a favor de las empresas de la provincia de Pastaza frente a las de otras provincias.
- O5 Posibilidad de generar alianzas con otras compañías del mismo segmento.
- O6 Factibilidad de crecimiento en la industria de los seguros.

3.5.4. Debilidades

- D1 carencia de un plan estratégico que le permita consolidarse en su mercado.
- D2 Falta de compromiso de los funcionarios con los objetivos estratégicos de la empresa.
- D3 Demoras en los tiempos de respuesta a algunos trámites solicitados.
- D4 Falta de imagen corporativa en la provincia de Pastaza.
- D5 Alta cantidad de requisitos para la suscripción de negocios.
- D6 Deficiencia en la comunicación entre departamentos de la empresa.

3.5.5. Amenazas

- A1 Poca cultura por parte de los habitantes de la ciudad del Puyo en la obtención de este tipo de productos.
- A2 Incertidumbre política en el país.
- A3 Nuevas normas en el mercado de seguros en el Ecuador.
- A4 Desconocimiento del mercado de seguros.
- A5 Posible entrada al mercado de nuevos competidores.

CAPITULO IV RESULTADOS

4.1 Descripción del Plan Estratégico de la empresa Amazonbrok

La empresa de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros como tal no tiene mucho tiempo de vida en el mercado de los seguros en la provincia de Pastaza, se ha visto la necesidad de crear un plan estratégico con el objetivo central de dar a conocer a la empresa en el mercado de seguros de la provincia a la que pertenece la empresa, mediante estrategias efectivas de posicionamiento en su mercado de acción.

La empresa es de reciente creación, su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Empresas (Cuentas) Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

La planeación estratégica permite a las empresas generar valor agregado en sus procesos y procedimientos, por tanto, la empresa de estudio podría volverse más competitiva frente a otras empresas de similares características del mercado en la provincia de Pastaza, siendo posible crear acciones estratégicas que le permita a la empresa mantenerse en el mercado de seguros en el largo plazo.

La presente investigación que trata de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo está en línea con el Plan Nacional de Vida de la República del Ecuador y su objetivo 10: Promover la transformación de la matriz productiva, que propone una transformación del sistema productivo para lograr la diversificación económica y generar ingresos de fuentes que estimulen la economía.

Es necesario la creación de un plan estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros S.A. para que mediante el mencionado plan estratégico se pueda realizar estrategias de posicionamiento y de comercio para que a través de estas estrategias la empresa aumente su participación en el mercado de acción, al igual que su posicionamiento comercial y pueda generar mayores réditos económicos para la empresa, teniendo como clientes objetivos a todas las empresas (cuentas) públicas de la provincia de Pastaza para el año 2021.

4.2 Diagnóstico de la situación actual de la empresa Amazonbrok

En este apartado se tratará sobre la situación actual de la empresa Amazonbrok, misma que ha llevado a plasmar el presente plan estratégico, ya que como se ha manifestado con anterioridad al estructurar cada uno de las áreas de la empresa, se mantendrá el papel específico que tienen, pues con ello se logrará cumplir con los objetivos planteados, como se puede observar en la fecha de constitución de la empresa, ha sido constituida muy recientemente, es decir, la empresa como tal no tiene mucho tiempo de vida en el mercado de los seguros en la provincia de Pastaza, se ha visto la necesidad de crear un plan estratégico con el objetivo central de dar a conocer a la empresa en el mercado de seguros de la provincia a la que pertenece la empresa, mediante estrategias efectivas de posicionamiento en su mercado de acción.

La empresa es de reciente creación y su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Cuentas Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza, la empresa Amazonbrok con el diseño del plan estratégico, logrará

ser una empresa elite entre todas las aseguradoras del país, cumpliendo las normas legales correspondientes.

Es por ello que el diagnostico que se plantea es base fundamental para que el desarrollo de la empresa dentro del mercado sobresalga, teniendo en cuenta que las áreas establecidas, constan con un personal altamente calificado. La empresa tiene una buena dirección al iniciar sus actividades y desarrollando cada una de las funciones que se establecen, pues así cumplirán con las expectativas que el cliente posee.

La presente investigación tiene como principal objetivo formular un plan estratégico para la empresa Amazonbrok para la ciudad del Puyo, a pesar de que la empresa se constituyó recientemente su representante legal cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguros, no obstante, dada su reciente actividad requiere del establecimiento de un plan estratégico que le permita posicionarse en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza, mediante el diseño y desarrollo de una serie de estrategias a implementarse en las diferentes áreas de la empresa para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en sus actividades y procedimientos, para conseguir que la empresa tenga mayor reconocimiento en el sector de los seguros, pueda volverse más competitiva, capte mayor número de clientes y obtenga mayores réditos económicos.

4.2.1 Análisis Externo

Tomamos como variables externas para su análisis a variables determinadas por el Banco Central del Ecuador BCE, tales como el PIB, el desempleo, la inflación, la liquidez total y por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador la variable por el Covid-19, ya que consideramos son las variables externas más importantes a las cuales afectan directamente al desarrollo de las actividades de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros.

Se puede diagnosticar que la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, es una empresa dedicada a las actividades de intermediarios de seguros, mismos que ofertan pólizas de seguros y contratos anuales. Tiene como objetivo fundamental formular un plan estratégico, para los años 2021 al 2024, que les permita mejorar sus actividades y operaciones dentro de la organización, la empresa es relativamente nueva en el mercado de Seguros en la provincia de Pastaza.

La implementación de la planeación estratégica también permitirá que los altos mandos, puedan realizar un seguimiento de las actividades de la empresa y comprobar que las medidas y acciones implementadas están encaminadas al cumplimiento de sus metas y objetivos, caso contrario podrán aplicar los correctivos necesarios a fin de que cada una de las estrategias contribuyan al posicionamiento y participación en el mercado.

Se presentará un análisis de las variables antes descritas y su impacto en la economía del país y cómo afecta directamente a las empresas y sus negocios, también se ve afectada las variables antes mencionadas a las decisiones que pueda tomar la empresa Amazonbrok.

4.2.1.1 El Desempleo en el Ecuador

Según información obtenida por el Banco Central del Ecuador en sus informes en el mes de diciembre del 2020 ha tenido un ligero decrecimiento en función del mes de septiembre del mismo año, es decir en el mes de diciembre el Ecuador cerró sus cifras con un desempleo del 6.13, frente al penúltimo del año del mes de septiembre del 2020 que reflejaba un 8.59 en la tasa de desempleo, esto refleja una pequeña mejoría al cierre del 2020 con respecto al del informe anterior, se espera que en el 2021 con el ingreso del nuevo gobierno estas cifras sigan disminuyendo aún más, todo depende de las medidas económicas que el nuevo gobierno adopte para poder mejorar la situación del

desempleo en el país, al aumentar el desempleo en el país, debido a la covid-19 se convierte en una amenaza a Amazonbrok, esto debido a que las empresas no cuentan con los recursos económicos necesarios para la contratación de seguros particulares.

Año	Mes	Tasa de desempleo Urbano (Porcentajes)
2018	Marzo	5,69
2018	Junio	5,21
2018	Septiembre	5,2
2018	Diciembre	4,8
2019	Marzo	5,83
2019	Junio	5,57
2019	Septiembre	5,94
2019	Diciembre	4,95
2020	Marzo	
2020	Junio	
2020	Septiembre	8,59
2020	Diciembre	6,13

Figura 7: *Desempleo en el Ecuador*
Fuente: (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2021)

4.2.1.2 El Covid-19

Según lo manifiesta el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, los coronavirus en un concepto básico son una amplia familia de virus, que tienen la particularidad de contagio de animales a personas, como consecuencia trae graves daños respiratorios para las personas que se han llegado a contagiar por mencionada enfermedad, actualmente en el Ecuador existe una campaña de vacunación pero hasta el momento la oferta no cubre la demanda y existe una gran expectativa por el plan de vacunación que ha ofrecido el nuevo gobierno, se pretende inocular a más de nueve millones de pobladores en los primeros cien días de gobierno por parte de las nuevas autoridades, o

al menos así lo han manifestado en sus campañas proselitistas.

Esta variable de fenómeno e impacto mundial ha golpeado fuertemente la economía del país y más aún a una economía como la ecuatoriana que ya venía arrastrando problemas económicos por las malas administraciones pasadas, eso sumado a la pandemia a causa del Covid-19 ha generado muchos problemas en la salud pública y económica del Ecuador, misma que se convierte en una amenaza para la empresa Amazonbrok debido a que muchas empresas que ofrecen sus servicios la empresa ha cerrado las operaciones de sus actividades, la empresa Amazonbrok se encuentra ubicada en una ciudad no tan grande Ecuador y muchas empresas han decidido en cerrar y terminar las relaciones contractuales con sus proveedores y de esto se ve afectado Amazonbrok.



Las cifras de cada día indican los casos nuevos informados desde el día anterior · [Información sobre estos datos](#)

Figura 8: *Avance de contagios por el Covid-19*
Fuente: (Ecuador, Ministerio de Salud Pública, 2021)



Figura 9: *Plan de vacunación 9-100*
Fuente: (Ecuador, Ministerio de Salud Pública, 2021)

4.2.1.3 Análisis Pest(e)

Para continuar con el presente análisis y diagnóstico del plan estratégico propuesto para la empresa Amazonbrok, se procederá a realizar el análisis de los factores PEST((E) que rodean a la empresa objeto de este estudio, el factor externo está rodeado por cinco factores externos mismos que se presenta a continuación:

- Político
- Económico
- Social
- Tecnológico
- Ecológico

4.2.1.3.1 Factor Político

Como primer factor externo a analizar tenemos el factor político, mismo que mencionaremos que el Ecuador recientemente ha tenido un cambio de gobierno el mismo que está actualmente a cargo del señor Guillermo Lasso, un presidente de derecha, mismo que se cree y traerá cambios significativos al gobierno central, esto debido a que en los últimos diez años en el país hemos tenido un gobierno de izquierda, por lo que un cambio de modelo de cambio de la forma de gobierno se pretende mejorar desde otro punto de vista a la administración del gobierno central, lo que se ha visto mermado su visión y misión de gobernanza esto debido a que se están atravesando por temas políticos de controversia en donde se ha visto involucrado en temas de corrupción por parte del primer mandatario del país lo que se ha visto afectada su imagen.

Al principio de la administración del presidente Lasso, contaba con una gran cantidad de apoyo popular por parte de la ciudadanía del país, pero al transcurso de los meses la popularidad del presidente se ha visto gradualmente reducida, y esto debido a escándalos políticos con respecto a documentos presentados por informantes internacionales en donde se le apunta al presidente del Ecuador como uno de los principales empresarios ecuatorianos en evadir impuestos y responsabilidades fiscales con el Ecuador, lo que ha conllevado que el país entre en una relación fraccionada con el primer gobernante de la relación, todo esto se convierte en una amenaza para los intereses de la empresa Amazonbrok, al tener varias relaciones con el estado y este último no se encuentra en sus mejores días con tantos rumores y especulaciones políticas.

4.2.1.3.2 Factor Económico

4.2.1.3.2.1 El PIB del Ecuador 2021

Según la información proporcionada por el banco Central del Ecuador, el PIB para el primer trimestre del año muestra un incremento del 3.5% es decir alcanzo USD 16.445 millones, con respecto al año 2020. Los resultados interanuales, es decir respecto al mismo trimestre del año anterior, muestran una contracción del PIB del 5,6%, a causa de una variación del consumo del gobierno general en -8,5%, de la FBKF en -6,3% y consumo final de los hogares en -3%. Únicamente las importaciones mostraron un incremento del 2% (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2021).

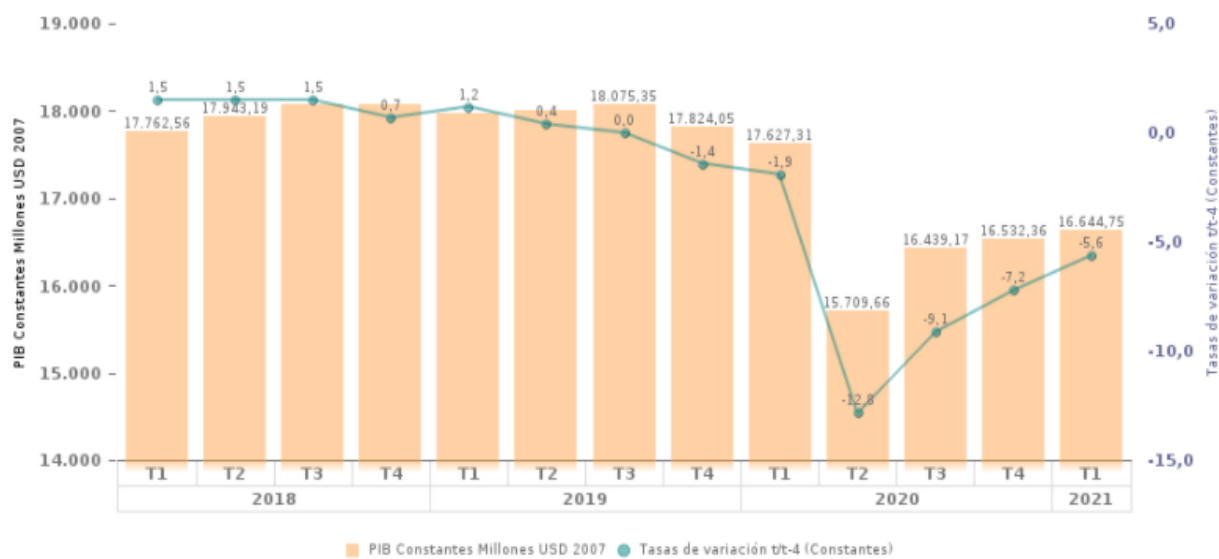


Figura 10: PIB primer trimestre 2021

Fuente: (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2021)

Se evidencia que hay un crecimiento del 3.5% en el primer trimestre del 2021 habla que la economía de a poco se va a ir recuperando tras las desventajas económicas producidas en el 2020, tanto en el ámbito político por los múltiples escándalos de corrupción en el anterior gobierno, así como los problemas ocasionados y hasta hoy presente por el Covid-19, ya que han visto afectados grandemente a las empresas en

todo el país, y se ha incrementado el desempleo, la inseguridad jurídica que estos últimos años ha sido muy inestable, al igual que el incremento de enfermedades respiratorias estas últimas a causa de la pandemia.

El PIB del 2020 tuvo una caída antes solo registrada en 1999 por el feriado bancario de esa época, fue tan grande la caída el PIB del 2020 por los problemas sanitarios materia del Covid-19, que en al 2021 su crecimiento depende básicamente de las medidas económicas que se tomen al respecto con los nuevos gobernantes del país, recalcando que en mayo del 2021 hubo un cambio de mandatario en la presidencia y todo su gabinete en el Ecuador, al evidenciar que habido un ascenso en el PIB del país este se convierte en una oportunidad para la empresa Amazonbrok, esto debido a que la empresa tiene estrechas relaciones con empresa públicas en la provincia de Pastaza y el incremento del PIB en las arcas fiscales permitirán tener un presupuesto más holgado en donde Amazonbrok podría tener mayores facilidades.

4.2.1.3.2.2 La Liquidez Total

Se considera como la variable de la liquidez total básicamente, en la capacidad de un activo en convertirse en dinero a corto tiempo, es decir, se mide el grado de liquidez de un país con la velocidad en que esta variable económica puede convertirse en dinero, en el Ecuador se ha podido ver una gran alza partiendo como referencia la ultimo año el 2020 en comparación con lo que llevamos el 2021, en conclusión, el 2021 ha tenido un alce en esta variable hasta alcanzar los 64.000 en marzo a comparación de los 58.000 en marzo pero del 2020.

Se podría interpretar que este fenómeno de la alza se podría interpretar que en el 2020 hubo el quiebre coyuntural en la economía nacional motivado por el Covid-19 y

todas las repercusiones de salud y económicas que esta pandemia ha traído al país, por lo mencionado se podría manifestar que la liquidez total es una oportunidad para la empresa Amazonbrok, ya que se ha evidenciado que hay sectores del estado que constan con una gran liquidez en sus activos económicos, lo que facilitaría la contratación de un seguro privado ofrecidos por la empresa.

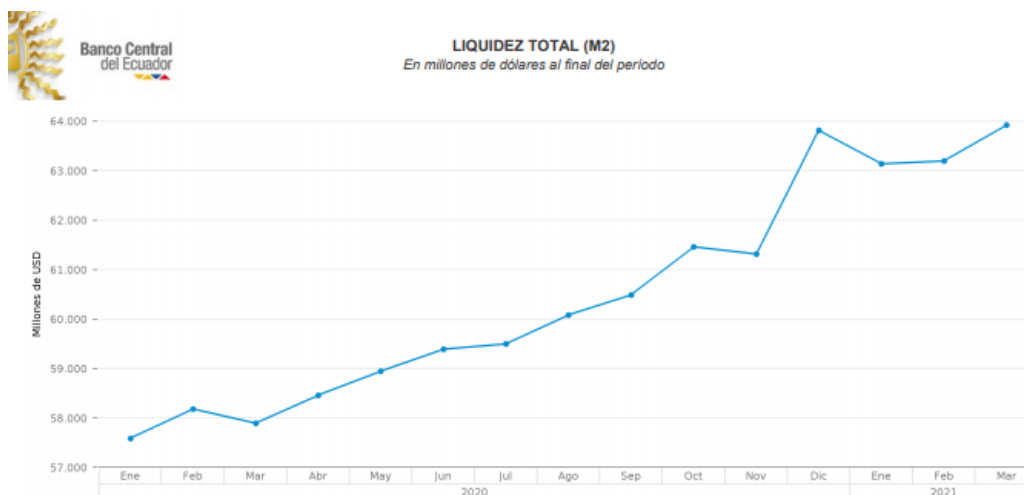


Figura 11: *liquidez Total*
Fuente: (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2021)

4.2.1.3.2.3 La inflación en el Ecuador

La inflación básicamente es una variable económica que es producida básicamente por el desequilibrio que existe entre la producción de determinados bienes o servicios en contra de la demanda, es causado por la subida de los precios en los antes mencionados bienes y servicios.

En el Ecuador en el año anterior 2020 experimento varios crecimientos con respecto a la inflación en algunos productos y servicios, en especial en el área de la salud, como por ejemplo insumos de cuidado y protección personal a causa del Covid-19 y la escases y especulación en la subida de los precios como por ejemplo el alcohol en gel, y el amonio de cuarta y quinta generación muy necesario para la asepsia personal y

familiar, este año el 2021 se debe tener más control sobre la inflación de algunos productos, ya que con el nuevo gobierno existe una gran controversia en este apartado ya que no se da prioridad a muchos sectores productivos del país.

En el último trimestre del 2020 es decir los meses de octubre a diciembre ha mostrado una inflación muy pequeña, es decir diciembre es de -0.03, en cambio para el año 2021 su primer trimestre muestra una inflación, aunque pequeña, pero es importante presentarla, en enero empieza el 2021 con una inflación acumulada del 0.12 en febrero del 0.08 y en marzo del 0.18. lo que se convierte en una amenaza para la empresa Amazonbrok esto debido a que no se tendrá las facilidades que necesitaría la empresa para poder tener un ingreso medido y sostenible en un mercado tan variable y cambiante.



Figura 12: *Inflación mensual Nacional*
Fuente: (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2021)

4.2.1.3.3 Factor Social

Como siguiente punto dentro del análisis PEST(E) que consideraremos para desarrollar el análisis del plan estratégico de la empresa Amazonbrok está el factor social y como este se encuentra involucrado con la empresa, en donde debemos indicar que por intermedio de este factor la empresa puede crecer de gran manera dentro de su nicho

de mercado, es decir por el llamado “*mercado de boca a boca*” como se lo ha manifestado con anterioridad la empresa brinda sus servicios de Seguros para la ciudad del Puyo. A pesar de que la empresa se constituyó recientemente su representante legal cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguros, no obstante, dada su reciente actividad requiere del establecimiento de un plan estratégico que le permita posicionarse en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

Este plan estratégico pretende diseñar y desarrollar una serie de estrategias a implementarse en las diferentes áreas de la empresa para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en sus actividades y procedimientos, para conseguir que la empresa tenga mayor reconocimiento en el sector de los seguros, pueda volverse más competitiva, capte mayor número de clientes y obtenga mayores réditos económicos, por lo que se considera a el factor social como una oportunidad para la empresa Amazonbrok dentro de sus intereses para el desarrollo de esta investigación.

4.2.1.3.4 Factor Tecnológico

Como factor Tecnológico para el correcto desarrollo del análisis externo PEST(E) se indicará la importancia e influencia de la tecnología ara el rubro de negocio que presenta la empresa Amazonbrok, mismo que se pude indicar como importante, esto debido a que la empresa como se lo había mencionado con anterioridad el giro del negocio de la empresa son los Seguros para la ciudad del Puyo. A pesar de que la empresa se constituyó recientemente su representante legal cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguros, no obstante, dada su reciente actividad requiere del establecimiento de un plan estratégico que le permita posicionarse en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

La empresa está constituida desde el 16 de marzo del 2021, con representante legal a la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia, es decir que goza de una muy buena ubicación dentro de la ciudad del Puyo lo que le permite poder tener mucho potenciales clientes cerca, por lo que es de mucha importancia que la empresa tenga tecnología moderna en todas sus líneas, ya que debe garantizar que los clientes de la empresa se sientan cómodos y tranquilos con sistemas modernos y ágiles que permitan la selección de los seguros que más se ajusten a sus necesidades, por eso se considera a este factor como una oportunidad para la empresa debido a que con la tecnología moderna que brinda el mercado se le facilitarían las actividades cotidianas de la empresa.

4.2.1.3.5 Factor Ecológico

Como último factor analizar para la empresa Amazonbrok se analizará el factor ecológico, mismo que trata sobre la ubicación y como se desenvuelve esta factor con la empresa objeto de este estudio, en donde la empresa se encuentra actualmente ubicada en la Av. 9 de octubre y Ceslao Marín edificio Estacio Cáceres 2do piso Oficina No 1, la empresa es de reciente creación, su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Empresas (Cuentas) Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

La planeación estratégica permite a las empresas generar valor agregado en sus procesos y procedimientos, por tanto, la empresa de estudio podría volverse más competitiva frente a otras empresas de similares características del mercado en la

provincia de Pastaza, siendo posible crear acciones estratégicas que le permita a la empresa mantenerse en el mercado de seguros en el largo plazo, por lo que se considera a este factor ecológico como una oportunidad para los intereses de la empresa Amazonbrok esto debido a que goza de una ubicación estratégica que le permitiría consolidar y afianzar sus negociaciones y relaciones comerciales de una mejor manera.

4.2.1.4 Análisis de Porter

4.2.1.4.1 Poder de negociación con los clientes

La empresa Amazonbrok por intermedio de su principal corresponsal la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia al tener muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Empresas (Cuentas) Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

Por lo que se podría mencionar que la empresa tiene unas muy buenas relaciones con sus principales clientes, lo que se consideraría como una oportunidad para los intereses de la empresa Amazonbrok y el presente plan estratégico, a continuación, se detalla algunos de los principales clientes de la empresa:

- *GADM de Mera*
- *Patronato de Amparo Social de Mera*
- *GADM de Santa Clara*
- *GADM de Arajuno*
- *GAD Parroquial de Shell*
- *GAD Parroquial de Veracruz*

- *GAD Parroquial de Pomona*
- *GAD Parroquial de San José*
- *GAD Parroquial de Puerto Napo*
- *GAD Parroquial de Misahualli*
- *Emergencias Gadytra (Clínica en Puyo)*

4.2.1.4.2 Poder de negociación con los proveedores

Como se lo ha manifestado en el punto anterior la principal responsable de la empresa la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia al tener muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Empresas (Cuentas) Públicas de la provincia de Pastaza, lo que le ha permitido desarrollar buenas relaciones con los proveedores que una empresa de seguros pudiera tener y necesitar, Amazonbrok si es cierto es de creación nueva en el mercado y como tal no necesita de la presencia de muchos proveedores dentro de su operación, con los que tiene en la actualidad se ha sabido mantener de una buena manera, con una fuerte relación con estos proveedores mencionados.

Se entiende que una buena relación con los proveedores permite que la empresa pueda tener un punto favorable frente a sus clientes ya que se entiende que depende de una buena relación con los proveedores el éxito o no con sus lentes, por lo que se considera a este punto como una oportunidad para los intereses de la empresa Amazonbrok.

4.2.1.4.3 Amenaza de nuevos competidores

La competencia dentro del segmento de seguros es un mercado muy fuerte y competitivo, ya que existen empresas a nivel nacional con varios años de experiencia, en

donde las empresas públicas que operan en la provincia de Pastaza, lo que en primera instancia perjudicarían a los intereses de la empresa Amazonbrok, pero dentro de la amazonia ecuatoriana rigen leyes y estatutos que favorecen a los negocios locales frente a las empresas de otras provincias, esto de cierta manera favorece en algo a los intereses comerciales de Amazonbrok, pero igual no es una gran ventaja y seguridad en caso de que alguna empresa aseguradora grande de otra provincia decida en ingresar y ofrecer los servicios en la misma zona y mismas empresas que los ofrece Amazonbrok.

Es muy difícil ingresar a este segmento del mercado, ya que el mercado es muy demandante y exige de muchos requisitos y fuerte inversiones para poder sostenerse en el mercado, por lo que muchos empresarios prefieren dar un paso al costado antes de enfrentar a todas las barreras que presenta este segmento de mercado, pero todo el mundo puede ingresar e incrementar la competencia dentro de segmento de seguros, por lo que definitivamente se considera una amenaza a este inciso.

4.2.1.4.4 Amenaza de servicios sustitutos

Si bien es cierto, no hay muchos servicios productos sustitutos que puedan remplazar a los seguros como tal que puede ofrecer una empresa aseguradora, existen otras dificultades, como lo menciona Oliva y Flores (2022) La industria de los seguros tiene una particularidad probablemente única: vende el mismo producto desde sus orígenes hace siglos. Esto podría llevar a concluir que es un sector que no avanza ni se transforma. Sin embargo, es todo lo contrario, hay muchas cosas que están cambiando en la industria aseguradora a nivel mundial y a nivel de la región (Oliva & Flores, 2022).

Según lo antes expuesto por los autores citados, se entendería que el presente inciso es una amenaza para la empresa, esto debido a que podría generar un ingreso de

productos que se los podría considerar un reemplazo para los seguros.

4.2.1.4.5 Rivalidad entre competidores

Como ya se lo había manifestado con anterioridad la competencia dentro del segmento de seguros es un mercado muy fuerte y competitivo, ya que existen empresas a nivel nacional con varios años de experiencia, en donde las empresas públicas que operan en la provincia de Pastaza, lo que en primera instancia perjudicarían a los intereses de la empresa Amazonbrok, pero dentro de la amazonia ecuatoriana rigen leyes y estatutos que favorecen a los negocios locales frente a las empresas de otras provincias, esto de cierta manera favorece en algo a los intereses comerciales de Amazonbrok, pero igual no es una gran ventaja y seguridad en caso de que alguna empresa aseguradora grande de otra provincia decida en ingresar y ofrecer los servicios en la misma zona y mismas empresas que los ofrece Amazonbrok.

Se considera a este factor como una amenaza para los intereses comerciales de Amazonbrok, a continuación, se presenta las empresas principales competencias de Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros:

- Seguros Sucre
- Seguros Equinoccial
- Seguros Chubb
- QBE Seguros
- Seguros del Pichincha
- AIG Seguros
- Seguros Equivida
- Seguros Rocafuerte

- Liberty Seguros
- Ecuatoriano Suiza Seguros
- Hispana de Seguros
- Zúrich Seguros
- Seguros Unidos S.A.
- Seguros Colon S.A.
- Seguros Alianza S.A.
- Seguros Confianza S.A.
- Seguros Equinoccial S.A.
- Sweaden Compañía de Seguros S.A.
- Vazseguros S.A. Compañía de Seguros

4.2.2 Análisis Interno

La empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, es una empresa dedicada a las actividades de intermediarios de seguros, mismos que ofertan pólizas de seguros y contratos anuales. Tiene como objetivo fundamental formular un plan estratégico, para los años 2021 al 2024, que les permita mejorar sus actividades y operaciones dentro de la organización, la empresa es relativamente nueva en el mercado de Seguros en la provincia de Pastaza.

La implementación de la planeación estratégica también permitirá que los altos mandos, puedan realizar un seguimiento de las actividades de la empresa y comprobar que las medidas y acciones implementadas están encaminadas al cumplimiento de sus

metas y objetivos, caso contrario podrán aplicar los correctivos necesarios a fin de que cada una de las estrategias contribuyan al posicionamiento y participación en el mercado.

La presente investigación tiene como principal objetivo formular un plan estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo. A pesar de que la empresa se constituyó recientemente su representante legal cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguros, no obstante, dada su reciente actividad requiere del establecimiento de un plan estratégico que le permita posicionarse en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

La investigación pretende diseñar y desarrollar una serie de estrategias a implementarse en las diferentes áreas de la empresa para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en sus actividades y procedimientos, para conseguir que la empresa tenga mayor reconocimiento en el sector de los seguros, pueda volverse más competitiva, capte mayor número de clientes y obtenga mayores réditos económicos.

4.2.2.1 Procesos de Innovación

En este bloque del proceso se conoce como proceso de innovación, la empresa debe desarrollar la invención que se basa en la creatividad de la empresa para capturar nuevos clientes y al mismo tiempo realizar la innovación constante de los productos relacionados con las pólizas de seguros en la provincia de Pastaza, no se debe olvidar que las empresas que triunfan en el mercado son aquellas que hacen de la innovación la base filosófica, sobre la cual se desarrolla su planificación estratégica.

Las empresas que brindan el servicio de pólizas de seguros, necesitan de realizar alianzas estratégicas con otras empresas del mismo género para compartir responsabilidades en cuanto a los valores asegurados. Esto se vuelve de vital

importancia, pues, en caso de ser necesario estas corren de acuerdo a su participación con la cobertura económica del desembolso total.

Las empresas que triunfan en el mercado actual son aquellas cuya velocidad de respuesta ante las necesidades cambiantes de los clientes y del mercado de las pólizas de seguros, están en capacidad de responder de acuerdo a la velocidad del cambio.

Este proceso de innovación, es la base de la permanencia competitiva de cualquier organización en el espacio de mercado en el cual se desenvuelven, en la Provincia de Pastaza las condiciones se prestan para desarrollar un buen proceso de innovación lo que se convierte en una fortaleza para los intereses económicos y comerciales de Amazonbrok.

4.2.2.2 Procesos de Gestión de Comercial

El departamento de servicio al cliente es el pilar fundamental sobre el que se asienta la satisfacción del cliente. Un servicio de calidad por parte de este departamento colocara a la empresa en el liderazgo del mercado de pólizas de seguros en la provincia de Pastaza, las relaciones interinstitucionales están a cargo del departamento de servicio al cliente, esto conlleva una gran responsabilidad, pues de esta gestión depende la captación de nuevos clientes, especialmente de los GAD's de la provincia de Pastaza, en cuanto a las acciones de mercadeo se deberán implementar todas las estrategias de mercadeo que ayuden a posicionar a la empresa en la mente de los consumidores de pólizas de seguros en la provincia de Pastaza.

En lo referente al proceso de regulaciones y micro ambientales, se debe hacer hincapié en el tema de lo que es el medio ambiente, pues de acuerdo con la administración actual las empresas son corresponsables en el asunto de cuidado del

medio ambiente y también del entorno.

Para que la cadena de valor de cualquier empresa tenga un significado para la empresa, se debe contar con la colaboración de todos los departamentos de la organización. El compromiso de los colaboradores y el empoderamiento de la misión, visión y valores empresariales llevarán a liderar el mercado de las pólizas de seguros en la provincia de Pastaza, lo que se convierte en una fortaleza para los intereses económicos y comerciales de Amazonbrok.

4.2.2.3 Cadena de Valor

Las conclusiones que resulten del presente plan estratégico de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, se podrían convertir en fuente de información y consultoría para las demás empresas de la provincia de Pastaza y del resto del país que tengan iguales o similares características del mercado de seguros; al igual que otras entidades aseguradoras de características similares a la presente empresa objeto de estudio. La presente investigación intentará brindar ventajas competitivas y apoyar la toma de decisiones mediante la formulación de un Plan Estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo.

El seguro en las empresas y personas ha cobrado mayor importancia debido a los acelerados cambios y transformaciones a nivel económico, social, político, cultural y ambiental que se produce en el mundo y que producen una desestabilización en el ritmo y nivel de vida de las personas. En base a esta situación, los profesionales de diferentes campos se han interesado y aunado esfuerzos por reducir los riesgos en sus diferentes áreas, esto demuestra que el estudio de los riesgos no se limita a un solo campo o esfera de la vida humana, que hoy en día existen una gran variedad de estudios y

organizaciones que se centran en prevenir o disminuir la incidencia o nivel de impacto de un determinado riesgo.

En donde el seguro es un acuerdo que se da por la influencia de que ocurra un posible riesgo en los diversos aspectos de la vida de una persona, el asegurado está obligado a pagar una cierta cantidad de dinero de manera periódica, en tanto que el asegurado en caso de producirse el riesgo debe reparar el daño o pagar la suma de dinero previamente acordada, otro de los enfoques acerca del seguro es aquella donde lo definen como una actividad económica y financiera que brinda a la sociedad un servicio de transformación de riesgos al que todo individuo o bien material está expuesto, que la empresa que ofrezca protección a estos bienes y proporcione al asegurado la tranquilidad que de ocurrir cualquier siniestro este podrá superar de manera más fácil la situación.

La cadena de valor de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, está dividida en dos actividades mismas que detallamos a continuación:

4.2.2.3.1 Actividades Primarias

- **Logística de entrada**

Dando inicio al análisis interno de los factores que rodean a la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros se empezará su diagnóstico interno manifestando sobre la logística de entrada, considerándose como una *fortaleza* para los intereses comerciales de la empresa, esto debido a que la empresa aunque es de reciente creación en el mercado de seguros de la ciudad de Puyo, tiene grandes expectativas de expansión hacia toda la provincia de Pastaza, por lo que su principal representante tiene varios años de experiencia en este tipo de ramos de seguros con empresas públicas, lo que se le facilita a la empresa tener una gran ventaja y *fortaleza*

en lo que respecta a la logística de entrada en el mercado de seguros en la provincia de Pastaza.

- **Operaciones o producción**

Las operaciones básicamente están relacionadas con las visitas a los clientes en sus empresas (públicas en su gran mayoría) con la intención de ofrecer los diferentes seguros que ofrece la empresa, lo que se le facilita a Amazonbrok frente a otras asegurados de otras ciudades, ya que como se lo había manifestado en la provincia existe una ley que ayuda a fomentar las empresas de la provincia y esto es una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa, esto debido a que mediante esta ley se le facilita el ingreso a Amazonbrok a donde sus potenciales clientes frente a aseguradoras más grandes de otras ciudades del país.

- **Logística de salida**

En este punto de la logística de salida se entiende la forma o manera que se concluiría la negociación con los clientes de la empresa Amazonbrok mediante la firma por parte de los directivos encargados de las empresas con las que se va a cerrar el contrato y los directivos de Amazonbrok, firmando el respectivo contrato con las debidas clausulas y a su vez en tres copias iguales, es decir, se firma por triplicado, uno para la empresa que adquiere los servicios de aseguramiento, otra copia para la empresa Amazonbrok, y un tercer contrato para legalizarlo mediante un notario público que de fe de la validez del contrato, por lo que consideramos fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok.

- **Ventas y marketing**

Las ventas y las estrategias de marketing se encuentran a cargo de su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Cuentas Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

Al tener varios años de experiencia se ha convertido en una pieza muy importante para los intereses de la empresa objeto de esta investigación, en donde, es ella la que toma las decisiones comerciales y de marketing, por lo que consideramos una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok.

- **Post venta**

La post venta está a cargo de su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia, en donde se hace un control mensual a cada cliente que se ha tenido en la empresa, esto con el objetivo de medir su nivel de satisfacción sobre los servicios recibido por la empresa proveedora de servicios, y de subsanar cualquier tipo de consulta o duda que llegasen a tener y de ser viable tratar de ofrecer algún otro tipo de servicio que necesite el cliente actual, el fin de la post venta es ese, medir el nivel de satisfacción del cliente actual y a su vez tratar de captar alguna nueva venta para Amazonbrok, por lo que consideramos a este último punto dentro del análisis interno de las actividades primarias de la empresa objeto del presente trabajo investigativo como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok.

4.2.2.3.2 Actividades de apoyo

- **Infraestructura de la empresa**

La empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, misma que está constituida desde el 16 de marzo del 2021, con representante legal a la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia, la empresa se encuentra ubicada en la Av. 9 de octubre y Ceslao Marín edificio Estacio Cáceres 2do piso Oficina No 1. Los inicios de la empresa son recientes es por ello que se centra en el proceso de realizar un plan estratégico en donde se resalte el proceso que necesita la empresa y desarrollarse en el mercado como lo necesita. Si bien la empresa no tiene mucho tiempo de servicio cuenta con todas las necesidades que el cliente necesita en el ámbito de seguros, con la finalidad de convertirse en una empresa sólida.

La empresa es de reciente creación, su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de experiencia en el mercado de seguros dentro de las Cuentas Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros, lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza.

Es por ello que en la actualidad la empresa busca consolidarse con un personal altamente capacitado en el área de seguros, debido a que conocen el campo en el que se manejan y tienen la experiencia necesaria para que la empresa sobresalga en el mercado. Llegando así a cumplir las expectativas y los objetivos que se plantearon, llegando a la comunidad con principios y valores que priman dentro de la empresa, por lo antes destacado se considera como una debilidad para los intereses comerciales de la

empresa Amazonbrok la infraestructura de la empresa.

- **Gestión de los Recursos Humanos**

La gestión del Talento Humano está a cargo del área de RRHH, en donde está a cargo por el contador de la empresa, esto debido a que como se lo ha manifestado en ocasiones anteriores la empresa es de reciente creación y no tiene una gran cantidad de colaboradores, y con los que tiene en la actualidad que ascienden a 12 colaborados y mismos que son administrado por el contador de la empresa que sule las veces de encargado del área de RRHH, estrategia que hasta ahora no ha resultado mal, por lo que se considera el presente punto como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok.

- **Desarrollo Tecnológico**

Como factor Tecnológico para el correcto desarrollo del análisis interno se indicará la importancia e influencia de la tecnología ara el rubro de negocio que presenta la empresa Amazonbrok, mismo que se pude indicar como importante, esto debido a que la empresa como se lo había mencionado con anterioridad el giro del negocio de la empresa son los Seguros para la ciudad del Puyo. A pesar de que la empresa se constituyó recientemente su representante legal cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguros, no obstante, dada su reciente actividad requiere del establecimiento de un plan estratégico que le permita posicionarse en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza, por lo antes expuesto consideramos como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok.

- **Aprovisionamiento**

Dentro del análisis interno de las actividades de apoyo están las actividades de aprovisionamiento, lo que se entiende y es la forma en como la empresa almacena y despacha sus productos, en este apartado se convierte en irrelevante para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok debido a que la empresa no ofrece productos como tal sino más bien se centra en la entrega de servicios en seguros generales enfocándose en el sector público de la provincia de Pastaza.

4.2.2.4 Análisis de recursos y capacidades

4.2.2.4.1 Recursos

- **Tangibles**

Continuado con el análisis de los factores internos que gobiernan a la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, se procederá a detallar de manera general todos los tangibles que tiene la empresa para el correcto desempeño de sus actividades operacionales dentro de la provincia de Pastaza.

- ✓ Oficina Propia
- ✓ Vehículos propios
- ✓ Muebles de oficina
- ✓ Equipos de cómputo (tecnología)
- ✓ Materiales de video vigilancia
- ✓ Capital de la empresa
- ✓ Inmobiliario vario

- **Intangibles**

Dentro de sus intangibles la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros presenta los siguientes activos que le permiten y facultan ejercer con normalidad sus actividades de seguros.

- ✓ Permisos de actividades
- ✓ RUC
- ✓ Patente
- ✓ LUAE
- ✓ Sistemas administrativos (software)
- ✓ Procesos propios de aseguramiento
- ✓ Sistemas de corretaje de seguros
- ✓ Sistemas de aseguramiento y referencia legal.

Consideramos que dentro del análisis de recursos y capacidades que tiene la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para el correcto desempeño de sus actividades se convierte en una como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa.

4.2.2.4.2 Capacidades

- **Directivas**

Dando continuación con el análisis interno de los recursos y capacidades de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros se da continuidad con las capacidades y dentro de las capacidades analizaremos las capacidades directivas, como se lo ha manifestado con anterioridad la empresa es de reciente creación, su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia tiene muchos años de

experiencia en el mercado de seguros dentro de las Cuentas Públicas de la provincia de Pastaza, su representante legal tiene la licencia de corretaje en seguros.

Lo que da mayor valor agregado a la empresa para poder mejorar su posicionamiento y participación en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza, por lo indicado se convierte en una como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros.

- **Financieras**

Las actividades financieras están compartidas entre el contador de la empresa y la toma de decisiones por parte de su titular y representante legal, la Sra. Flores Arcos Amalia Silvia, quienes son los encargados de velar por el cumplimiento de los intereses financieros de la empresa, al ser una empresa relativamente nueva no tiene muchas actividades financieras que se considere de grandes valores comerciales, más bien se maneja con capitales propios de la representante legal, por lo que se facilita su manejo y operación del área de finanzas, por lo indicado se convierte en una como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros.

- **Competitivas**

Para continuar con el análisis interno se hablará de la competencia que mantiene la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, la competencia dentro del segmento de seguros es un mercado muy fuerte y competitivo, ya que existen empresas a nivel nacional con varios años de experiencia, en donde las empresas públicas que operan en la provincia de Pastaza, lo que en primera instancia perjudicarían a los intereses de la empresa Amazonbrok, pero dentro de la amazonia ecuatoriana rigen

leyes y estatutos que favorecen a los negocios locales frente a las empresas de otras provincias, esto de cierta manera favorece en algo a los intereses comerciales de Amazonbrok, pero igual no es una gran ventaja y seguridad en caso de que alguna empresa aseguradora grande de otra provincia decida en ingresar y ofrecer los servicios en la misma zona y mismas empresas que los ofrece Amazonbrok.

Es muy difícil ingresar a este segmento del mercado, ya que el mercado es muy demandante y exige de muchos requisitos y fuerte inversiones para poder sostenerse en el mercado, por lo que muchos empresarios prefieren dar un paso al costado antes de enfrentar a todas las barreras que presenta este segmento de mercado, pero todo el mundo puede ingresar e incrementar la competencia dentro de segmento de seguros, por lo que definitivamente se considera una amenaza a este inciso.

Se considera a este factor como una amenaza para los intereses comerciales de Amazonbrok, a continuación, se presenta las empresas principales competencias de Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros:

- Seguros Sucre
- Seguros Equinoccial
- Seguros Chubb
- QBE Seguros
- Seguros del Pichincha
- AIG Seguros
- Seguros Equivida
- Seguros Rocafuerte
- Liberty Seguros

- Ecuatoriano Suiza Seguros
 - Hispana de Seguros
 - Zúrich Seguros
 - Seguros Unidos S.A.
 - Seguros Colon S.A.
 - Seguros Alianza S.A.
 - Seguros Confianza S.A.
 - Seguros Equinoccial S.A.
 - Sweaden Compañía de Seguros S.A.
 - Vazseguros S.A. Compañía de Seguros
-
- **Tecnológicas**

Dentro de su análisis tecnológico para el correcto desarrollo del análisis interno se indicará la importancia e influencia de la tecnología ara el rubro de negocio que presenta la empresa Amazonbrok, mismo que se pude indicar como importante, esto debido a que la empresa como se lo había mencionado con anterioridad el giro del negocio de la empresa son los Seguros para la ciudad del Puyo. A pesar de que la empresa se constituyó recientemente su representante legal cuenta con una amplia experiencia en el sector de seguros, no obstante, dada su reciente actividad requiere del establecimiento de un plan estratégico que le permita posicionarse en el mercado de seguros de la provincia de Pastaza, por lo antes expuesto consideramos como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok.

- **Talento Humano**

El área del Talento Humano está a cargo por el contador de la empresa, esto debido a que como se lo ha manifestado en ocasiones anteriores la empresa es de reciente creación y no tiene una gran cantidad de colaboradores, y con los que tiene en la actualidad que ascienden a 12 colaboradores y mismos que son administrado por el contador de la empresa que suple las veces de encargado del área de RRHH, estrategia que hasta ahora no ha resultado mal, por lo que se considera el presente punto como una fortaleza para los intereses comerciales de la empresa Amazonbrok.

4.2.2.5 Cálculo del universo

Según la información recabada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2016 la población de la Provincia de Pastaza es de 83.933 habitantes, en donde tienen un 3.41% de Tasa de crecimiento poblacional, dividida de la siguiente manera:

Población Urbana: 36.297 habitantes

Población rural: 47.006 Habitantes

Misma población que esta detallada por sexos en la ciudad del Puyo de la siguiente manera:

Hombres: 17.979

Mujeres: 18.680

Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2016 la población urbana económicamente activa es del 48.11%

Entonces, podemos visualizar que la población económicamente activa en la ciudad del Puyo es de:

36.659 x 48.11% = 17636 personas económicamente activas.

De las cuales según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2016 las Personas con ingresos superiores a los 800 dólares es del 55%

$$17.636 \times 0.55 = 9.676 \text{ personas}$$

El tamaño del universo está representado por 9.699 personas

Sobre este universo se calculará el tamaño de la muestra.

4.2.2.5.1 Tamaño de la muestra

Los datos de población han sido tomados del INEC, pero del 2001, tomando en cuenta que las personas de este Cantón.

$$n = \frac{N \times Zc^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + p \times q \times Zc^2}$$

$Zc^2 = 9.699$ (ya que la seguridad es del 95%)

- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1 – 0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 3%)

$$n = \frac{9699 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (9699 - 1) + 0.05 \times 0.95 \times 1.96^2}$$

$$n = 72$$

De acuerdo al cálculo del tamaño de la muestra se ha obtenido un resultado de 72 encuestas.

4.2.2.6 Diseño de las encuestas

Pregunta 1

¿Tiene una póliza de seguro?

Tabla 1

Póliza de seguro

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Si	45	63%
No	27	38%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

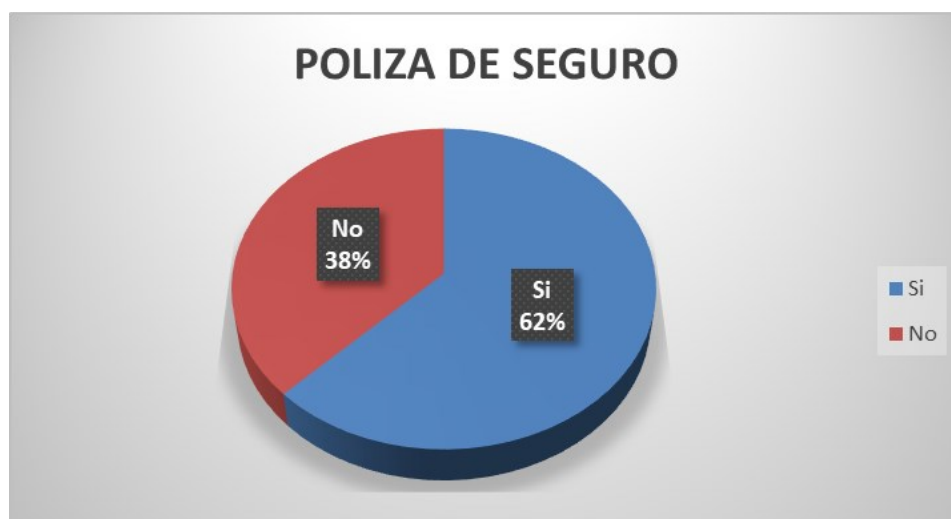


Figura 13

Póliza de seguro

Fuente: (Elaboración propia)

El 62% de los encuestados ha respondido a esta pregunta afirmativamente, y el 38% dice que no tiene póliza de seguros. Este segmento minoritario es parte del posible mercado que la empresa puede enfocarse. En las siguientes preguntas se verá si es posible que, dentro del mayor porcentaje, existan clientes que no se encuentren satisfechos con los servicios actuales.

Pregunta 2

¿Qué tipo de seguro tiene?

Tabla 2

Tipo de póliza

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Privado	35	78%
Público	10	22%
TOTAL	45	100%

Fuente: (Elaboración propia)

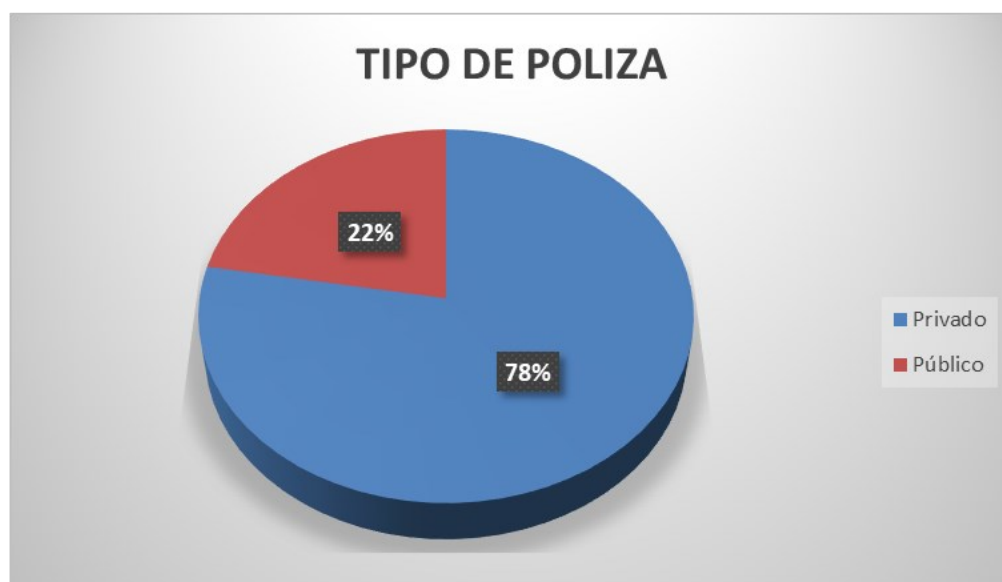


Figura 14

Tipo de póliza

Fuente: (Elaboración propia)

El 78% de las personas que respondieron que, si tenían seguro, indica que su seguro es privado. A este mercado se debe poner mucha atención porque es el que puede emigrar más fácilmente hacia otro servicio similar. Mientras que 22% que tiene póliza de seguro del Estado es casi imposible que pueda acceder a los servicios de otra empresa, que no sea la que le provee el estado.

Pregunta 3

¿Quién lo influenció para obtener una póliza de seguro?

Tabla 3

Influencia en la adquisición

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Los medios de comunicación	19	26%
Agentes de seguro	3	4%
Gobierno	15	21%
Amigos o familiares y colegas	32	44%
Otros	3	4%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

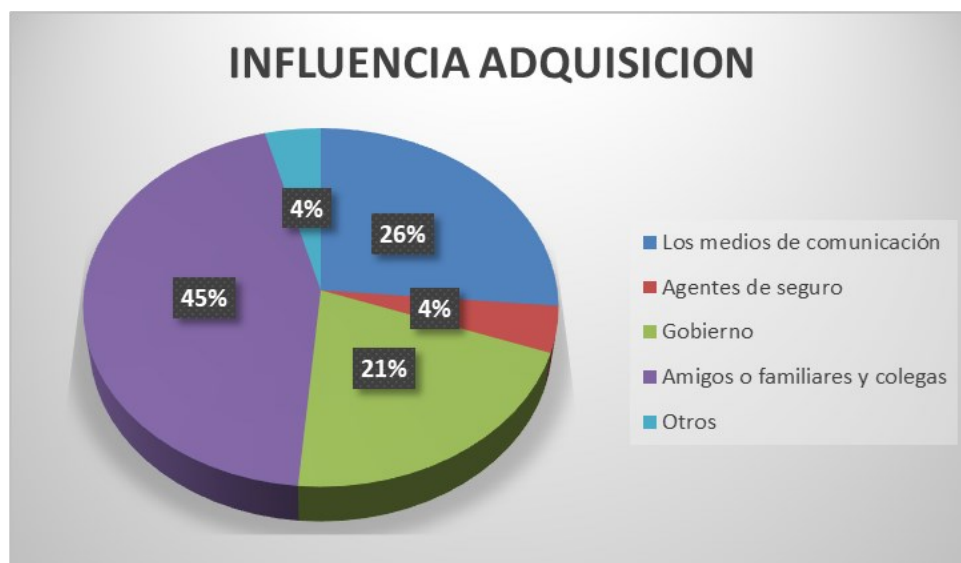


Figura 15

Influencia en la adquisición

Fuente: (Elaboración propia)

Como se puede observar en las respuestas a esta pregunta, no hay mejor publicidad que una buena recomendación (44%), luego viene los medios de comunicación (26%) y el gobierno (21%).

Pregunta 4

¿Qué tipo de pólizas de seguro tiene? Marque todos los que desee.

Tabla 4

Tipo de seguro

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Política de ahorro	2	3%
Política de toda la vida	6	8%
Política dotación	1	1%
Política de devolución de dinero	19	26%
Seguro de automóvil	15	21%
Política de plan de pensiones	14	19%
Seguro de propiedad	15	21%
Otros		0%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

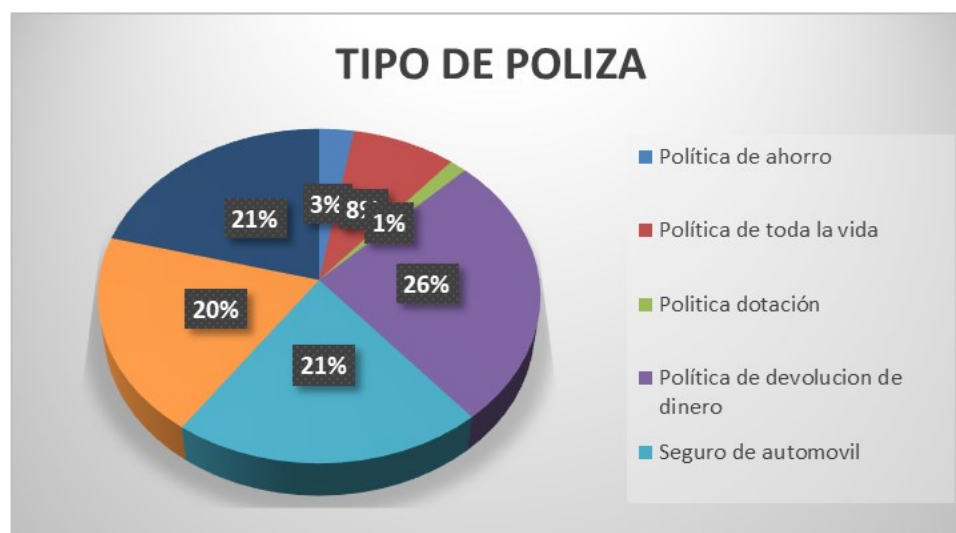


Figura 16

Tipo de seguro

Fuente: (Elaboración propia)

El 26% de las personas tiene una póliza de seguro en una política de devolución del dinero, el 21% en un seguro de automóvil y el 19% en una política de plan de pensiones.

Pregunta 5

¿Cuál es el plazo promedio de las pólizas que tiene?

Tabla 5

Políticas de póliza

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Hasta cinco años	68	94%
Por encima de veinte años	4	6%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)



Figura 17

Políticas de póliza

Fuente: (Elaboración propia)

Las políticas de las pólizas, la mayoría de las personas (94%) las tienen a menos de cinco años. El menor porcentaje (6%) lo tiene a más de veinte años. Estas pólizas se refieren especialmente a las invertidas por el estado. Dentro de este rubro se encuentran también las de las empresas petroleras, que como es de conocimiento se hallan ubicadas en su mayoría en la provincia de Pastaza.

Pregunta 6

¿Alguna vez ha recibido algún beneficio de alguna de las políticas que tiene actualmente?

Tabla 6

Beneficio de la póliza

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Si	2	3%
No	70	97%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)



Figura 18

Beneficio de la póliza

Fuente: (Elaboración propia)

Como se puede observar en los resultados a esta pregunta solamente el 2% dice haber recibido en algún momento un beneficio por parte de la empresa en la que tienen la póliza de seguro, por otra parte el 97% dicen no haber recibido en algún momento un beneficio por parte de la empresa en la que tienen la póliza de seguro.

Pregunta 7

En caso afirmativo, ¿cuántas veces lo ha recibido?

Tabla 7

Número de veces

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Una	68	97%
Dos	3	2%
Tres	1	1%
Más de 3	0	0%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)



Figura 19

Número de veces

Fuente: (Elaboración propia)

Las personas dicen que ha recibido en un 97% solamente una vez el beneficio que en la pregunta anterior aseguran que, si han recibido algún beneficio, mientras en dos ocasiones el 2% y tres solamente el 1%.

Pregunta 8

¿Con qué frecuencia paga sus primas?

Tabla 8

Frecuencia de pago

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Mensual	2	3%
Trimestral	7	10%
Semestral	12	17%
Anual	51	71%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

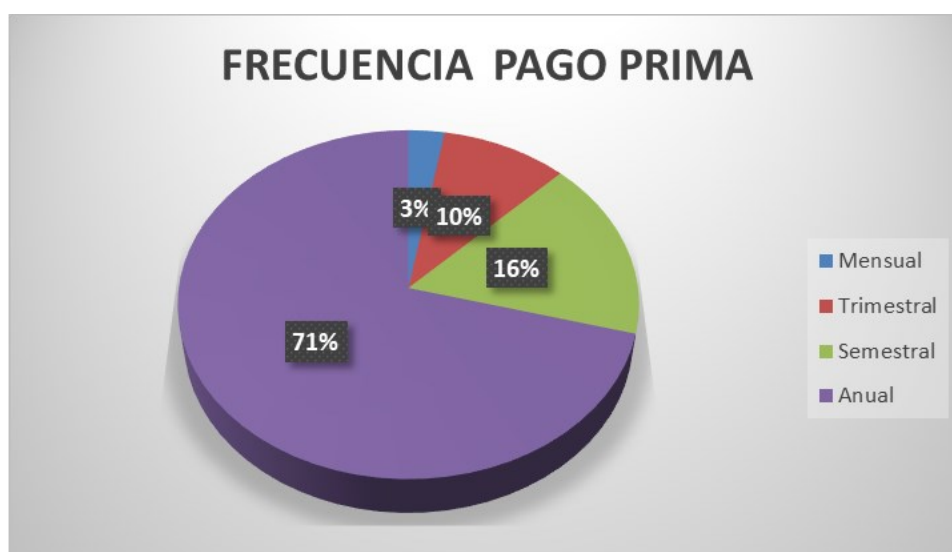


Figura 20

Frecuencia de pago

Fuente: (Elaboración propia)

El 71% asegura que las primas de los seguros los pagan anualmente, mientras que el 17% dice que lo hace semestralmente. La forma más común empleada por las compañías aseguradoras y las personas es que las primas se paguen anualmente, salvo que entre los interesados se pongan de acuerdo en cualquier otro tipo de frecuencia de pago.

Pregunta 9

¿Ha recibido algún incentivo de su compañía de seguros sobre las primas de seguro?

Tabla 9

Incentivo recibido

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	72	100%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)



Figura 21

Incentivo recibido

Fuente: (Elaboración propia)

Ninguno de los encuestados dice haber recibido incentivo alguno sobre las primas de las pólizas de seguro, mismo que es un punto a considerar y mejorar en el presente plan estratégico.

Pregunta 10

¿Conoce algún bono de seguro de sus pólizas?

Tabla 10

Conocimiento de bono

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Si	36	50%
No	36	50%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)



Figura 22

Conocimiento de bono

Fuente: (Elaboración propia)

Los encuestados responden a esta pregunta que conocen a un 50%, mientras que la otra mitad manifiestan que no conocen ningún tipo de bono que ofrezcan las compañías aseguradoras.

Pregunta 11

¿Tiene actualmente cobertura de seguro de automóvil?

Tabla 11

Monto de la prima

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Menos de 200 dólares	13	18%
201 a 500 dólares	33	9%
501 a 1000 dólares	22	31%
1001 a 2000 dólares	2	3%
Más de 2000 dólares	2	3%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

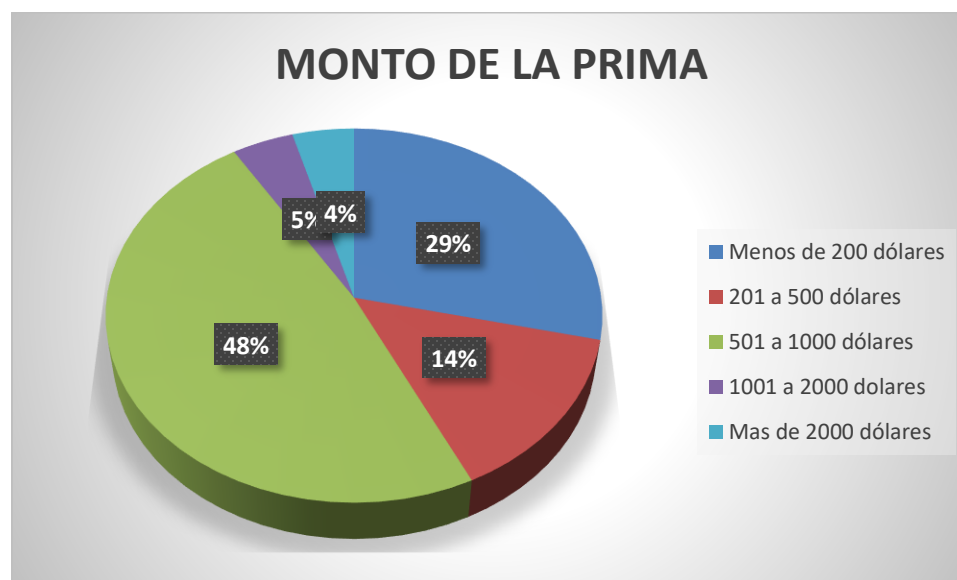


Figura 23

Monto de la prima

Fuente: (Elaboración propia)

Las personas que tienen seguro de vehículo pagan como prima anual entre 501 a 1000 dólares mensuales (31%), mientras que el 18% pagan menos de 200 dólares. Los que pagan más de 2000 dólares como prima apenas representan el 3% del total de encuestados.

Pregunta 13

Con su actual compañía de seguros de automóviles, ¿qué tan fácil es presentar un reclamo?

Tabla 12

Facilidad en el reclamo

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
No fue fácil	5	7%
Regular	19	26%
Un poco complicado	22	31%
Complicado	23	32%
Muy complicado	3	4%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

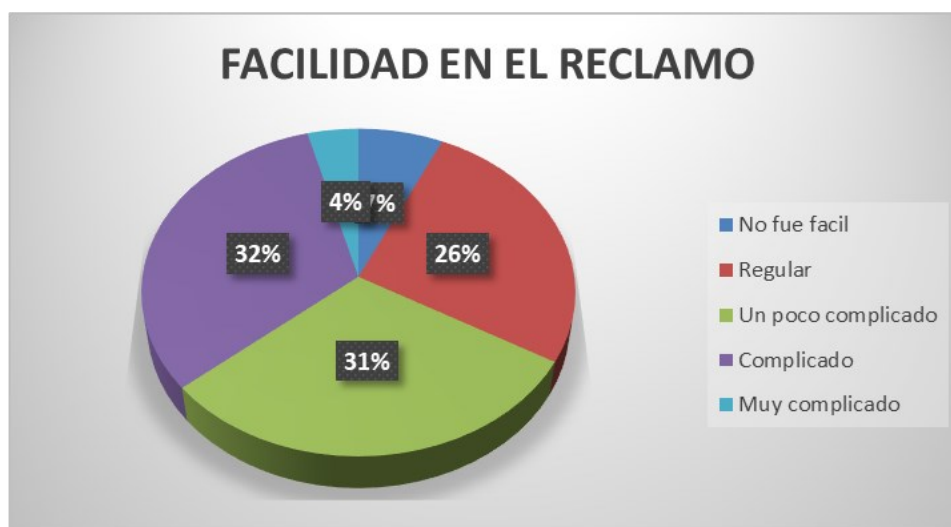


Figura 24
Facilidad en el reclamo
 Fuente: (Elaboración propia)

Si se suma el 32% más el 4% que dice que presentar un reclamo en la compañía de seguros a la cual pertenece es complicado o muy complicado, se tiene que es un porcentaje bastante representativo de personas que no se encuentran a gusto con estas compañías.

Pregunta 14

¿Ha cambiado su aseguradora en los últimos 12 meses?

Tabla 13

Cambio de aseguradora

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Si	53	74%
No	19	26%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)



Figura 25

Cambio de aseguradora

Fuente: (Elaboración propia)

El 26% es un porcentaje demasiado representativo como para no tomar en cuenta a este segmento dentro de una planificación estratégica como clientes potenciales, lo importante es conocer cuáles son los verdaderos motivos de esta deserción para tomar las acciones pertinentes y atraerlos como clientes de nuestra empresa.

Pregunta 15

¿Cuál fue la razón principal para cambiar su compañía de seguros de automóviles?

Tabla 14

Razón de cambio

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Precio	12	17%
Inconformidad con el proveedor anterior	33	46%
Servicio al cliente	18	25%
Mas cobertura	7	10%
Otro	2	3%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

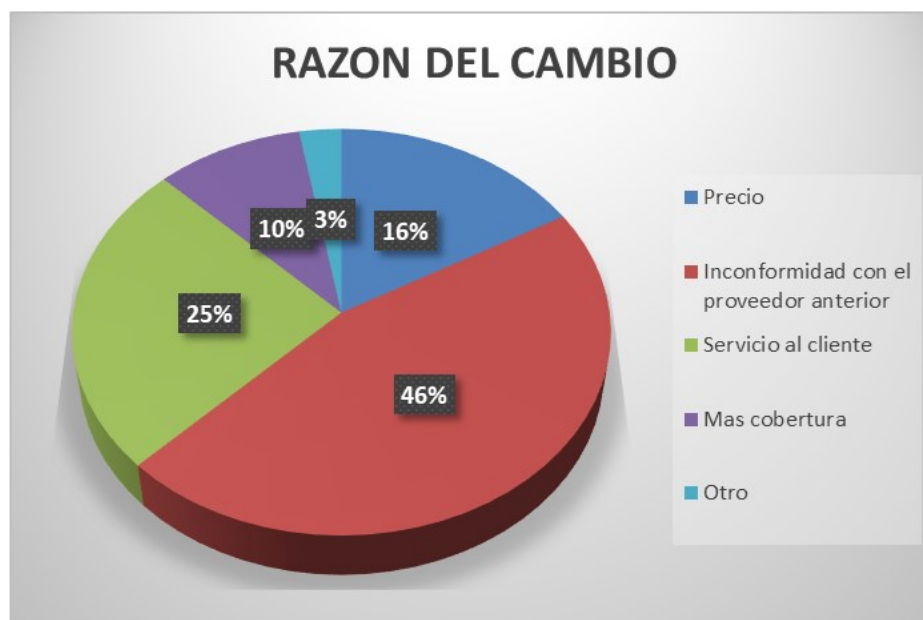


Figura 26
Razón de cambio
 Fuente: (Elaboración propia)

Además de los problemas presentados por los reclamos no atendidos, también aparece como motivo para dejar al asegurador el precio y el servicio al cliente.

Pregunta 16

¿Cuenta con seguro de gastos médicos?

Tabla 15

Seguro médico

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Si	16	22%
No	56	78%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

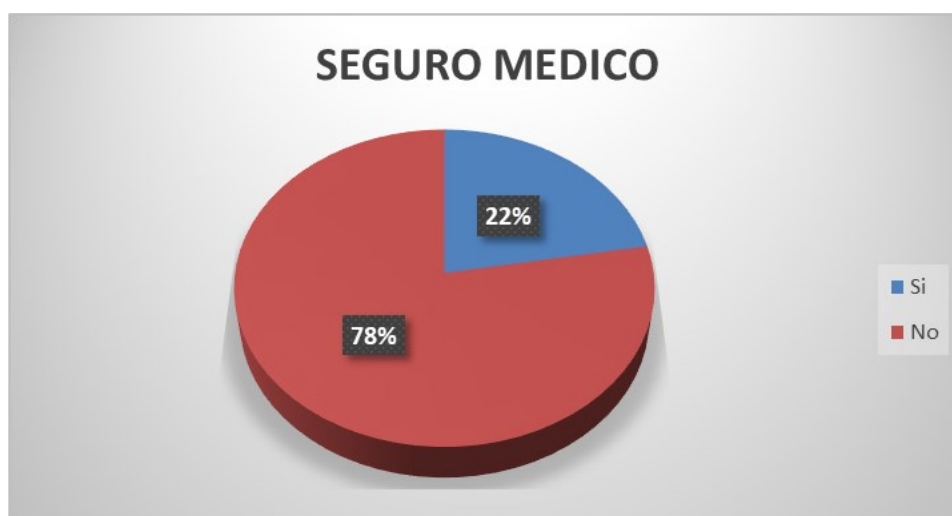


Figura 27

Seguro médico

Fuente: (Elaboración propia)

De acuerdo a la respuesta a esta pregunta el 78% asegura no tener cobertura médica. También este es un segmento de mercado atractivo digno de tomarse en cuenta en la planificación estratégica.

Pregunta 17

¿Padece alguna enfermedad?

Tabla 16

Enfermedad

PARAMETROS	CASOS	PORCENTAJE
Si	54	75%
No	18	25%
TOTAL	72	100%

Fuente: (Elaboración propia)

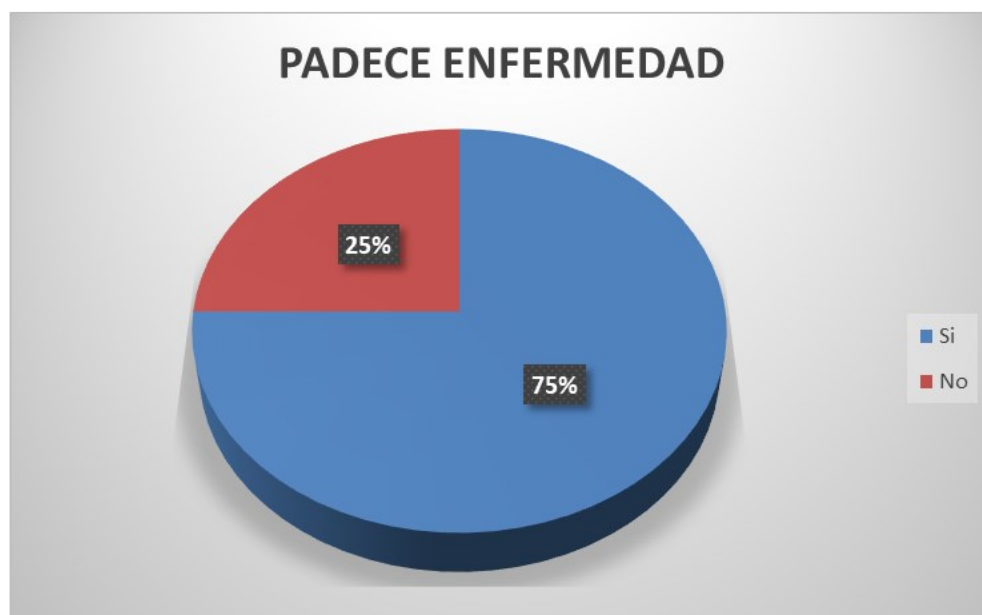


Figura 28

Enfermedad

Fuente: (Elaboración propia)

El 75% de las personas dice tener algún tipo de enfermedad, es importante llevarles el mensaje de que lo mejor es contratar un seguro de salud. Pues, es mejor tener algo seguro que no saber a qué lugar dirigirse en caso de una urgencia.

4.2.2.6.1 Principales hallazgos de las encuestas

De las respuestas a las preguntas planteadas en la encuesta realizada entre los habitantes de la ciudad de Puno, se han encontrado las siguientes observaciones.

El 38% de las personas que se dignaron colaborar, han manifestado que no tienen una póliza de seguro. Hay que recordar que, de acuerdo con la segmentación del mercado realizado, para determinar el tamaño de la muestra, las personas tienen ingresos superiores a 500 dólares, están en capacidad de pagar una prima de menos de 100 dólares.

El pago de las primas para las personas que tienen una póliza se lo realiza anualmente, esto es lo que las personas han manifestado como ideal, la preferencia acerca de la contratación de una póliza de seguro, se inclina por lo referente a la seguridad del dinero. Este parámetro tiene como antecedentes la inseguridad que se da en la ciudad del Puyo.

A este rubro le siguen los seguros por vivienda, por automóvil y por plan de pensiones. Como se puede deducir es un mercado muy atractivo para colocar pólizas de seguro en los ítems anteriormente expuestos. También se puede sumar lo referente a las pólizas de salud. Para este fin se debería buscar alianzas estratégicas con empresas de servicios médicos en la zona.

En la pregunta 17 las personas responden que padecen de alguna enfermedad y corresponde al 75%. Como ya se había mencionado es un mercado digno de tomarse en cuenta, pero sería necesario una alianza estratégica con alguna empresa proveedora de servicios médicos.

4.2.2.7 Diseño de las entrevistas

La entrevista es una técnica de recolección de datos utilizada para encontrar en las opiniones vertidas por los entrevistados, para el presente caso se ha decidido realizar las encuestas con los personeros de las entidades estatales que podrían ser nuestros clientes.

- *GADM de Mera*
- *Patronato de Amparo Social de Mera*
- *GADM de Santa Clara*
- *GADM de Arajuno*
- *GAD Parroquial de Shell*
- *GAD Parroquial de Veracruz*
- *GAD Parroquial de Pomona*
- *GAD Parroquial de San José*
- *GAD Parroquial de Puerto Napo*
- *GAD Parroquial de Misahualli*
- *Emergencias Gadytra (Clínica en Puyo)*

4.2.2.7.1 Realización de las entrevistas

- **Presidente del GADM de Mera**

Pregunta1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Una empresa estatal como cualquier empresa, necesita que todos sus activos se encuentren respaldados, en caso de un siniestro o una pérdida, no se pierda el valor total del bien.

La contratación de una póliza de seguros se hace más necesaria, porque los bienes pertenecen al pueblo ecuatoriano.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

La primera honradez. Al menos ahora que se conoce como se manejaban estos asuntos en los gobiernos anteriores. Luego de brindar servicios de calidad, entendiendo por calidad la satisfacción del cliente.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

La mayoría definitivamente no, el trato que recibimos es muy malo y en la mayoría de las veces ni siquiera nos responden.

El problema es el portal de compras públicas que nos ponen cualquier proveedor a su conveniencia y nosotros lo tenemos que aceptar. Ya hemos reclamado muchas veces ante las autoridades pertinentes, pero nos hacen caso.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Estoy seguro de que al tener la oficina matriz en nuestra provincia será más fácil poder comunicarnos con las personas responsables de cada uno de los procesos y eso agilizaría que se hagan los correctivos que se necesitan.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Ojalá se pueda conseguir verdaderos cambios, para el bien del país.

- **Presidente del Patronato de Amparo Social de Mera**

Pregunta1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Seguro que sí, las empresas estatales también ocupan infraestructura que debe ser sujeta al beneficio de una póliza de seguro. Los desastres e imprevistos no solo se presentan en las empresas privadas.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Ante todo, debe brindar una atención de calidad. No se debe olvidar que en este caso nosotros somos los clientes y que por tanto nos merecemos todo el respeto del caso.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferentes GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

El trato que recibimos por la compañía que brinda la póliza de seguros actualmente es mala. Pero, hay un problema más crítico no podemos reclamar a pesar del maltrato recibido.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

En este caso es como el gobierno si acá están las oficinas es más fácil realizar los trámites necesarios.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Todas las personas estamos esperando el cambio, estoy seguro que, si se dará, por el bien de nuestro querido país.

- **Presidente del GADM de Santa Clara**

Pregunta1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Es normal que cualquier empresa que administra bienes tenga una póliza de seguro para sus instalaciones, vehículos y efectivo. En caso de un desastre no puede perderse todo el bien.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Ante todo, seriedad, porque la mayoría hasta conseguir los contratos le ofrecen de todo, pero a la hora de la verdad todo queda en ofrecimientos. También calidad, sin estos requisitos ni siquiera debería existir.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

El trato que nos dan es de lo peor. A veces parece que cuando algún reclamo vamos a pedirles caridad. No estoy conforme para nada y creo que es el sentir general de los GADs de la Amazonia.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Claro que se puede recomendar, pero a más de estar asentada en la provincia de Pastaza, debe ser una empresa seria y responsable.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Es el deseo de todos. Esperemos que el cambio sea positivo y que se dejen de recibir coimas para beneficiarse de los contratos. Para las empresas contratadas en la época anterior todo ofrecimiento lo hacían hasta obtener el contrato.

- **Presidente del GADM de Arajuno**

Pregunta1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Los GAD's manejamos bienes que son del pueblo ecuatoriano y como tal debemos cuidarlos al máximo. La contratación de pólizas de seguros, nos permite protegerlos de cualquier eventualidad o caso fortuito que se presente y que afecte directamente a los bienes.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Este tipo de empresas antes que nada deben ser serias, porque a mayoría te ofrece todo hasta conseguir el contrato luego hacen lo que quieren.

Debe tener la solvencia necesaria para que pueda cumplir con los compromisos adquiridos en caso de una catástrofe.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferentes GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

No estamos conformes con las actuales empresas que brindan servicio de pólizas de seguro, el trato es pésimo

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Sí, pero no solo la ubicación debe ser motivo para esta recomendación. Porque no sacamos nada si su sede en Puyo y nos tratan igual que las actuales.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Todos tenemos la esperanza de que el nuevo gobierno va a cambiar las cosas mal hechas de los últimos catorce años.

- **Presidente del GAD Parroquial de Shell**

Pregunta1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Somos como todas las empresas y necesitamos velar por los bienes que os han sido encomendados. Más aun los bienes bajo nuestra custodia son del pueblo ecuatoriano y hay mayor responsabilidad

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

La principal honradez, y luego seriedad, si posee estas dos características estoy seguro que será una empresa digna de la confianza de los clientes.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

NO estamos conformes, pero no podemos hacer nada, solamente nos queda quejarnos y a veces ni eso porque no nos hacen caso.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Si una empresa es responsable y cumple con sus ofertas en lo referente a las pólizas de seguros, creo que se recomienda sola.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Esperemos que de una vuela completa en todos los sentidos, todos tenemos la esperanza de que esto ocurra.

- **Presidente del GAD Parroquial de Veracruz**

Pregunta 1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Claro no veo porque no deba disponer de una póliza de seguros. Lo que hacen estas pólizas es velar por los bienes asegurados.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Como cualquier empresa de servicios, debe ser seria y responsable. No puede ser de las empresas que ofrecen todo hasta conseguir el contrato y luego desaparecen.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

No podemos estar contentos con una empresa que nos trata mal. La mayoría de las ocasiones ni siquiera nos quiere atender.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

La ubicación el mayor número de veces no es un factor decisivo. Pero, si es una empresa seria y responsable se recomienda sola.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de

pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Esperemos que sí y no digo solamente por el cambio de las empresas que obtuvieron beneficios a dedo sino por todo el país.

- **Presidente del GAD Parroquial de Pomona**

Pregunta 1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Si, es necesario porque se trata cuidar de los activos. Si solamente las personas particulares contratan los servicios de una póliza de seguro, para cuidar a su carro no se diga la empresa pública cuyos activos son mayores en cantidad.

Las empresas públicas son responsables de cuidar el patrimonio porque es de los ecuatorianos.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

La empresa que brinda pólizas de seguros en primer lugar deben ser solventes, pues no es posible que al primer reclamo se queden sin dinero para cumplir con los clientes.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

No estamos conformes por el maltrato que recibimos. N siquiera podemos llamar a reclamar por algún problema, pues contestan de mal modo.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Las empresas como las personas se recomiendan solas, si son responsables y honradas, su trabajo no necesita recomendación.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Ojalá, necesitamos que todo sea legal y sin coimas.

- **Presidente del GAD Parroquial de San José**

Pregunta 1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

NO solamente que creo, sino que exijo disponer de una póliza de seguros que abarque todos los activos de nuestro GAD.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Como cualquier empresa que oferta sus servicios a otras instituciones o personas, debe ser responsable y correcta en todo su accionar, caso contrario ni siquiera debería presentarse a ningún concurso de merecimientos.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

No para nada, Ni siquiera sabemos en qué lugar existe. Cuando tenemos un problema no nos contesta.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Sería interesante que la empresa que brinda póliza de seguros tenga sus oficinas en la capital de la provincia. Así la menos sabremos en qué lugar están ubicadas las oficinas, ahora ni siquiera conocemos si existe.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Debe hacerlo si desea que el país empiece a ser entable.

- **Presidente del GAD Parroquial de Puerto Napo**

Pregunta 1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Estoy seguro que todas las empresas sean públicas o privadas necesitan respaldar su patrimonio. Los desastres no solo que terminan con los bienes privados sino también con los públicos.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

La compañía cualquiera que sea, debe ser responsable con sus clientes, debe ser consciente de que proceder es un ejemplo para la sociedad en general.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

No podemos estar conformes con una empresa que ni siquiera nos quiere escuchar, peor aún si llevamos un reclamo en lo que corresponde a las pólizas de seguro, solo aparecen cuando se van a dar las contrataciones.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Bueno un punto a favor sería la ubicación de sus oficinas en la provincia, pero la empresa tiene que ser seria y responsable, sino no hay recomendación que valga la pena.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Esperamos muchos cambios del nuevo gobierno y este es uno de ellos. No creo que nos defraude.

- **Presidente del GAD Parroquial de Misahualli**

Pregunta 1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Si claro estoy seguro

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Debe ser una empresa que responda de manera adecuada a sus obligaciones, que sea honrada y responsable. Con estas características estoy seguro que podrá ganarse la confianza de los clientes.

Además, dada su función a cumplir debe estar respaldada por un buen patrimonio que le permitan afrontar sus obligaciones cuando sea necesario.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

NO creo que ningún GAD se halle conforme con el trato que hemos recibido por parte de esta famosa compañía.

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Sí, pero con la condición que cumplan con sus obligaciones con responsabilidad.

Pregunta 5 ¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Todos esperamos que así lo haga.

• **Presidente de Emergencias Gadytra (Clínica en Puyo)**

Pregunta1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Las empresas públicas y las privadas necesitan proteger sus activos fijos y la única manera es contratando una póliza de seguros.

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Una compañía que se dedica a brindar pólizas de seguros, primero debe ser responsable, luego tener un respaldo económico que le permita cubrir con las obligaciones cuando sea necesario.

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

No, para nada

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Si es una empresa que trabaja con responsabilidad y honradez, la recomendaría sin importar en que parte del territorio ecuatoriano se halle su matriz.

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?

Todos estamos esperando que las cosas cambien en el país.

4.2.2.7.2 Principales hallazgos de las entrevistas

De las entrevistas realizadas a los presidentes de los GAD's de la provincia de Pastaza, se han encontrado las siguientes novedades

- Los presidentes de los GAD's de la provincia de Pastaza, están conscientes de que cada uno en su lugar de influencia, necesita disponer de una póliza de seguros que les permita, proteger de desastres naturales, las edificaciones bajo su responsabilidad.
- Las mencionadas autoridades no están conformes con la compañía que actualmente brinda el servicio de las pólizas de seguros. Pues, no reciben la atención debida cuando requieren de sus servicios.
- Manifiestan que este servicio fue entregado a una compañía que formaba parte de las cadenas de los dos gobiernos anteriores.
- Los presidentes de los GAD's opinan que, si se contrata a otra empresa para brindar este servicio, el plus de tener su sede en la ciudad del Puyo, es irrelevante. Dicen que la mejor carta de recomendación es un trabajo serio y responsable, además, de la calidad como un requisito indispensable.
- La dependencia del Estado que ha hecho de los contratos de este tipo, algo fuera de lo normal es un denominador común a todo el país. Por eso, esperan que el nuevo gobierno pueda cambiar esta tendencia y contratar a los proveedores de seguros de acuerdo a su capacidad de brindar un servicio acorde a su oferta.

4.3 Diseño de la Filosofía Organizacional

La empresa cumple con una filosofía organizacional óptima que se ha desarrollado desde el primer día de su inauguración, pues su gerente se ha priorizado en esta área debido a que es la base fundamental para el desarrollo de la empresa. Para ello se puede destacar que la organización es de forma vertical, debido a que es el comienzo de la empresa, no existe mucho personal para lo cual se divide en pocas áreas dentro de la empresa.

Es importante de los objetivos planteados por la empresa sean cumplidos, los principios y valores que priman dentro de la empresa. Esto para que su funcionamiento sea eficiente y se destaque dentro del mercado.

4.3.1 Rediseño de la Misión

Proporcionar protección y tranquilidad a nuestros clientes, con el más alto estándar de calidad de servicio, facilitando opciones acertadas para el cuidado de su patrimonio, dentro del entorno familiar, laboral y profesional.

4.3.2 Rediseño de la Visión

Ser aliados estratégicos, brindando experiencias de valor a nuestros clientes y proveedores, siendo líderes dentro del mercado asegurador.

4.3.3 Rediseño de los Objetivos

La empresa Amazonbrok cumple con algunos objetivos, los cuales se estableció en función a las necesidades de sus clientes.

- Ofrecer al cliente la satisfacción de seguridad, cumpliendo con las expectativas que tiene acerca de sus bienes, a través de una póliza
- Cumplir con las demandas y necesidades que el cliente tenga, basándose en las normas establecidas por la empresa

- Demostrar confianza a los clientes, a través de sus políticas y principios, pues con ello se mantendrá una conversación abierta entre la empresa-empleado-cliente.

4.3.4 Rediseño de los Principios y valores

La empresa Amazonbrok consta de principios que son fundamentales para su funcionamiento, pues se espera satisfacer las necesidades que tiene el cliente.

- Mejorar la gestión de calidad para que el cliente tenga una información transparente, la cual se lo hará continuamente.
- Tener en cuenta los riesgos internos y externos, para proceder con una gestión de manera oportuna.
- Se cumpla con las normas legales establecidas por el Estado con la finalidad de que el cliente tenga la seguridad en sus pólizas, y así mismo se cumpla con las normas internacionales
- Se realice una participación entre Empresa-empleado- cliente, pues con ello se podrá alcanzar los objetivos, llegando así a desarrollar un desempeño óptimo, mostrando seguridad, confianza y satisfacción de los clientes en todos los servicios ofrecidos.

Los principios de la empresa aportan a que se cumpla con la satisfacción del cliente en este caso, se origine la confianza en la empresa Amazonbrok, pues con ello se define cuáles son sus objetivos. Cada uno de los principios muestran la transparencia que la empresa tiene con sus clientes, pues se visualiza la importancia que se da a su clientela.

4.4 Formulación de estrategias (objetivos estratégicos)

Para poder dar inicio con la formulación de estrategias de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, se partirá con un detalle del mapa de procesos en donde se observa sus procesos de innovación, sus procesos de gestión con los clientes, procesos operativos y los procesos reguladores y micro ambientales, para continuar con un FODA y un FODA Cruzado, de ahí se plasmarán las estrategias adecuadas para la empresa.

4.4.1 Mapa estratégico Amazonbrok

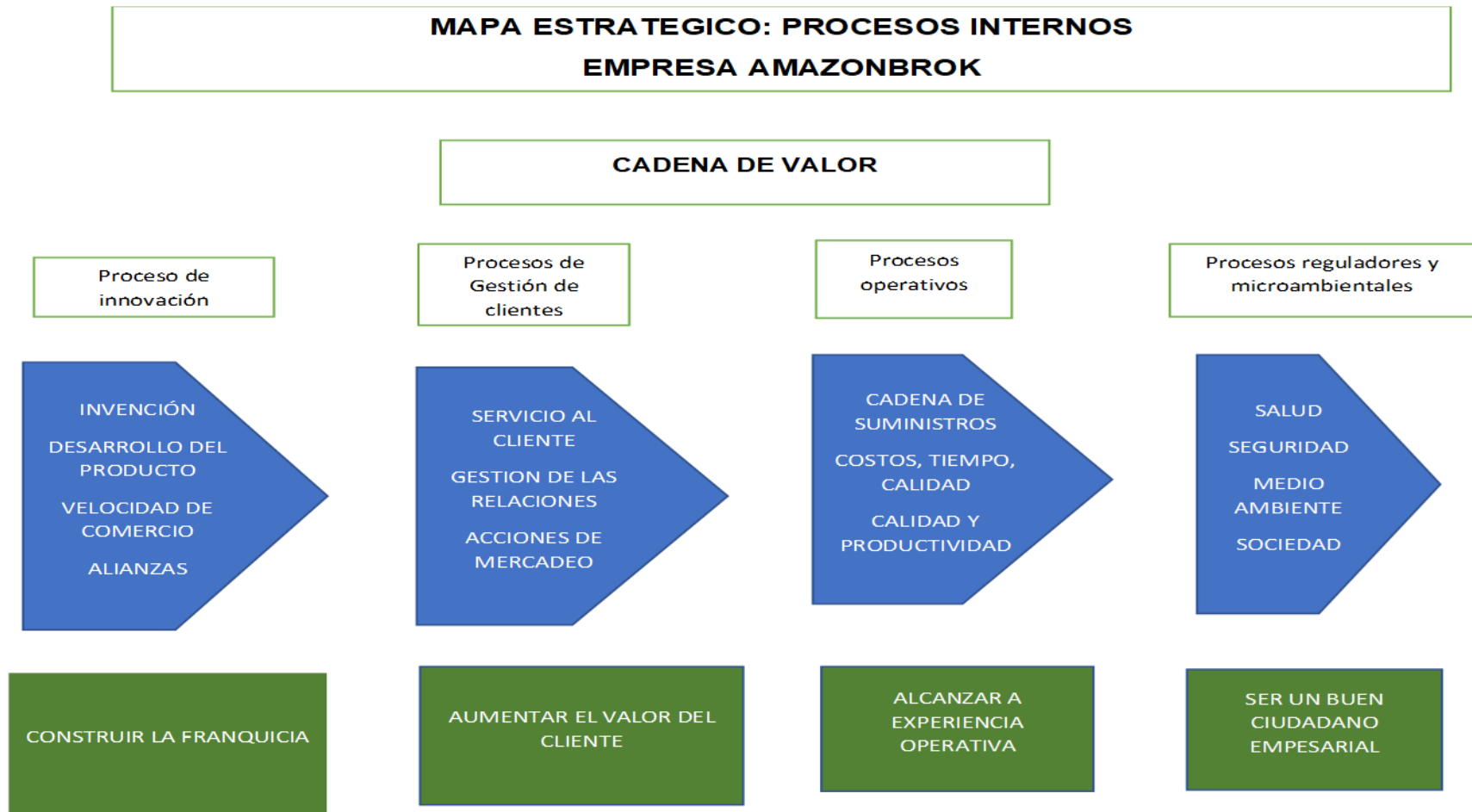


Figura 29
Cadena de valor de la empresa
Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Análisis del FODA

El análisis FODA se basa en la técnica de elaborar una matriz que se conoce como FODA. Este nombre son las iniciales de los cuatro elementos que se analizan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, las fortalezas y debilidades son propias de la empresa, es decir, internamente se pueden tomar acciones para reforzarlas o debilitarlas.

Las oportunidades y amenazas son externas, la empresa no tiene injerencia en estas dos variables, es necesario tener claros estos factores para que las empresas puedan tomar las acciones correspondientes y poder hacer frente a las amenazas y aprovechar las oportunidades. Así se podrá desarrollar una estrategia de negocio sólida y se podrán tomar decisiones teniendo en cuenta los factores más importantes.

4.4.2.1 Fortalezas

- F1 Personal capacitado y ético en la prestación de servicios de siniestros.
- F2 Atractivos incentivos económicos (comisiones) para el personal de ventas.
- F3 Alto liderazgo por parte de la Gerencia hacia el grupo de colaboradores.
- F4 Amplia trayectoria en el mercado asegurador por parte de la Gerencia.
- F5 Línea de servicio al cliente, habilitada las 24 horas para consultas.
- F6 Adecuada Infraestructura y modernas instalaciones en la empresa.
- F7 Asistencias jurídicas por cualquier evento o siniestro.

4.4.2.2 Debilidades

- D1 carencia de un plan estratégico que le permita consolidarse en su mercado.
- D2 Falta de compromiso de los funcionarios con los objetivos estratégicos de la empresa.
- D3 Demoras en los tiempos de respuesta a algunos trámites solicitados.

- D4 Falta de imagen corporativa en la provincia de Pastaza.
- D5 Alta cantidad de requisitos para la suscripción de negocios.
- D6 Deficiencia en la comunicación entre departamentos de la empresa.

4.4.2.3 Oportunidades

- O1 Mercado de pólizas poco explorado por las aseguradoras que ofrecen este servicio.
- O2 Posibilidad de reclutar agentes (por fusiones o malas prestaciones de otras empresas).
- O3 Mercado de seguros en la provincia de Pastaza en un alto crecimiento.
- O4 Leyes a favor de las empresas de la provincia de Pastaza frente a las de otras provincias.
- O5 Posibilidad de generar alianzas con otras compañías del mismo segmento.
- O6 Factibilidad de crecimiento en la industria de los seguros.

4.4.2.4 Amenazas

- A1 Poca cultura por parte de los habitantes de la ciudad del Puyo en la obtención de este tipo de productos.
- A2 Incertidumbre política en el país.
- A3 Nuevas normas en el mercado de seguros en el Ecuador.
- A4 Desconocimiento del mercado de seguros.
- A5 Posible entrada al mercado de nuevos competidores.

4.4.3 Matriz FODA

Tabla 17

Matriz FODA

	PUNTOS FUERTES FORTALEZAS	PUNTOS DEBILES DEBILIDADES
O R I G E N I N T E R N O	F1 Personal capacitado y ético en la prestación de servicios de siniestros.	D1 carencia de un plan estratégico que le permita consolidarse en su mercado.
	F2 Atractivos incentivos económicos (comisiones) para el personal de ventas.	D2 Falta de compromiso de los funcionarios con los objetivos estratégicos de la empresa.
	F3 Alto liderazgo por parte de la Gerencia hacia el grupo de colaboradores.	D3 Demoras en los tiempos de respuesta a algunos trámites solicitados.
	F4 Amplia trayectoria en el mercado asegurador por parte de la Gerencia.	D4 Falta de imagen corporativa en la provincia de Pastaza.
	F5 Línea de servicio al cliente, habilitada las 24 horas para consultas.	D5 Alta cantidad de requisitos para la suscripción de negocios.
	F6 Adecuada Infraestructura y modernas instalaciones en la empresa.	D6 Deficiencia en la comunicación entre departamentos de la empresa.
	F7 Asistencias jurídicas por cualquier evento o siniestro.	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O R I G E N E X T E R N O	O1 Mercado de pólizas poco explorado por las aseguradoras que ofrecen este servicio.	A1 Poca cultura por parte de los habitantes de la ciudad del Puyo en la obtención de este tipo de productos.
	O2 Posibilidad de reclutar agentes (por fusiones o malas prestaciones de otras empresas).	A2 Incertidumbre política en el país.
	O3 Mercado de seguros en la provincia de Pastaza en un alto crecimiento.	A3 Nuevas normas en el mercado de seguros en el Ecuador.
	O4 Leyes a favor de las empresas de la provincia de Pastaza frente a las de otras provincias.	A4 Desconocimiento del mercado de seguros.
	O5 Posibilidad de generar alianzas con otras compañías del mismo segmento.	A5 Posible entrada al mercado de nuevos competidores.
	O6 Factibilidad de crecimiento en la industria de los seguros.	

Fuente: Elaboración propia

4.4.4 FODACruzado

Tabla 18
Matriz FO, FA, DO, DA

MATRIZ FODA CRUZADO DE AMAZONBROK AGENCIA ASESORA PRODUCTORA DE SEGUROS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O1 Mercado de pólizas poco explorado por las aseguradoras que ofrecen este servicio.</p> <p>O2 Posibilidad de reclutar agentes (por fusiones o malas prestaciones de otras empresas).</p> <p>O3 Mercado de seguros en la provincia de Pastaza en un alto crecimiento.</p> <p>O4 Leyes a favor de las empresas de la provincia de Pastaza frente a las de otras provincias.</p> <p>O5 Posibilidad de generar alianzas con otras compañías del mismo segmento.</p> <p>O6 Factibilidad de crecimiento en la industria de los seguros.</p>	<p>A1 Poca cultura por parte de los habitantes de la ciudad del Puyo en la obtención de este tipo de productos.</p> <p>A2 Incertidumbre política en el país.</p> <p>A3 Nuevas normas en el mercado de seguros en el Ecuador.</p> <p>A4 Desconocimiento del mercado de seguros.</p> <p>A5 Posible entrada al mercado de nuevos competidores.</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>F1 Personal capacitado y ético en la prestación de servicios de siniestros.</p> <p>F2 Atractivos incentivos económicos (comisiones) para el personal de ventas.</p> <p>F3 Alto liderazgo por parte de la Gerencia hacia el grupo de colaboradores.</p> <p>F4 Ampla trayectoria en el mercado asegurador por parte de la Gerencia.</p> <p>F5 Línea de servicio al cliente, habilitada las 24 horas para consultas.</p> <p>F6 Adecuada Infraestructura y modernas instalaciones en la empresa.</p> <p>F7 Asistencias jurídicas por cualquier evento o siniestro.</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>D1 carencia de un plan estratégico que le permita consolidarse en su mercado.</p> <p>D2 Falta de compromiso de los funcionarios con los objetivos estratégicos de la empresa.</p> <p>D3 Demoras en los tiempos de respuesta a algunos trámites solicitados.</p> <p>D4 Falta de imagen corporativa en la provincia de Pastaza.</p> <p>D5 Alta cantidad de requisitos para la suscripción de negocios.</p> <p>D6 Deficiencia en la comunicación entre departamentos de la empresa.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p>
<p>Las oportunidades O1, O2, O3, O4, O5, O6 Y O7 Serán aprovechadas por la empresa AMAZONBROK con las fortalezas F1, F2, F3, F4, F5, F6, Y F7</p>	<p>Con las fortalezas de la empresa AMAZONBROK F4, F5, F6, y F7 enfocadas a minimizar A1, A2 y A3 la empresa aprovechara en su beneficio las amenazas.</p>	
<p>Una vez tomadas las acciones correspondientes, las debilidades D1, D2, D3, D4, D5 y D6 se minimizarán y se podrá aprovechar de O1, O2, O3, O4, O5, O6 y O7</p>	<p>Las amenazas A1, A2, y A3 se verán minimizadas tomando en cuenta que D1, D2, D3, D4, D5, D6, y D7 serán corregidas por parte de la empresa.</p>	

Fuente: Elaboración propia

4.4.5 Análisis de estrategias a utilizar

4.4.5.1 Análisis FO (Enfoque de éxito)

De la matriz FODA, se puede concluir que las fortalezas que posee la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, tienen que ser aprovechadas de la mejor manera con el objeto de aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado de las pólizas de seguros en la ciudad de Puyo provincia de Pastaza.

Cuando una empresa goza del compromiso de sus integrantes para lograr los objetivos estratégicos, tiene ganada la mitad de la batalla. La otra mitad está compuesta por varios factores como empoderamiento del personal, que mediante sus sugerencias y aportes para la empresa buscan una innovación que va en beneficio de todos los integrantes de este grupo empresarial.

Todo esto que al momento se está hablando no podía darse sin el respaldo de las altas autoridades, el verdadero liderazgo de la gerencia es la base para que los logros y las metas de la planificación estratégica puedan ser cumplidas.

Mediante la optimización de F1, F2, F3 y F4 se logrará que O1, O2, O3, y O4 de puedan aprovechar de la mejor manera por parte de la empresa. No es fácil conseguir el respaldo incondicional de los trabajadores, es muy complicado que las autoridades brinden un verdadero ambiente de confianza, pero unidos es posible conseguir lo que se propone.

A veces las metas del plan estratégico parecen difíciles de conseguir y en algunos casos se considera una utopía, pero aprovechando las fortalezas es posible alcanzar las metas más complicadas.

4.4.5.2 Análisis FA (Enfoque de reacción)

El desconocimiento de la mayoría de la población acerca del mercado de las pólizas de seguros, es una amenaza, que puede ser minimizada con F3 para llevar el conocimiento necesario acerca de lo que es una empresa de pólizas seguro. La competencia siempre va a ser una amenaza para cualquier empresa en cualquiera de los campos en lo que se desenvuelva, pero si las fortalezas son sólidas, no habrá amenaza que pueda hacerles daño.

Una empresa en un mercado nuevo, siempre va a tener que aprender como desenvolverse en este, mientras que la empresa que ya trabaja varas años, conoce a cabalidad las alternativas que le brinda el sector. Es importante que las altas autoridades de la empresa se hallen conscientes de que necesitan revisar periódicamente su planificación estratégica, pues el mundo cambiante de los usuarios de las pólizas de seguros no les permitirá dormirse en los laureles.

El oriente ecuatoriano en general, ha tenido un desarrollo económico y cultural sostenibles, pues la ubicación de las petroleras en sus territorios les ha permitido el acceso a muchos servicios que, a pesar de no conocerlos a cabalidad, pero han logrado mirar por si mismos sus beneficios.

Su visión de las comodidades ha cambiado mucho. Por ejemplo, en la actualidad es importante la adquisición de un vehículo, porque es parte de su estatus. Esta actitud se convierte en una oportunidad, pues se le puede vender la idea que adquirir una póliza de seguro para su vehículo le puede ahorrar muchos problemas.

4.4.5.3 Análisis DO (Enfoque de adaptación)

Las debilidades que al momento tiene la empresa son posibles de corregir, pues dependen de la misma empresa implementar correctivos. La demora en los tiempos de respuesta a algunos trámites solicitados, debe ser uno de los objetivos indispensables de corregir. Para esto se debe elaborar una manual de procesos, pues no son los trabajadores los que fallan sino los procesos no están bien diseñados.

El desconocimiento del mercado si es un problema, porque si esto no se encuentra bien claro no es posible desarrollar ningún plan de marketing. El primer paso es conocer el mercado, la delegación de funciones, es un proceso interno que debe ir de la mano con un estudio de procesos que permita una organización en la que cada persona conoce muy bien cuáles son sus funciones en la empresa y como debe ser la relación con los demás clientes internos.

Al realizar un estudio de procesos se podrá determinar si exige o no falta de personal, en la mayoría de las ocasiones solo hace falta eliminar las actividades repetidas y organizar de una mejor manera las funciones del personal.

Se deberá poner énfasis en la capacitación del personal, un personal bien capacitado es garantía de calidad ante los clientes, elaborar un buen plan de capacitación es prioridad uno, los directivos deben comprender que esto va en beneficio directo de la organización.

4.4.5.4 Análisis DA (Enfoque de supervivencia)

Como se puede ver en la matriz una de las amenazas más comunes es la competencia, pero si la empresa corrige sus debilidades no se debe tomar en cuenta esta amenaza.

Como es de conocimiento las debilidades son propias de la empresa, su corrección, solo depende de la propia empresa. Las amenazas son externas y no son manejables por la organización, pero si e puede minimizar su impacto con una buena planificación estratégica.

4.4.3 Objetivos estratégicos

Tabla 19
Objetivos estratégicos

OBJETIVOS ESTRATEGICOS	PROCESOS	RESPONSABLE	CONTROL
Aumentar en un 10% el crecimiento de ventas de las pólizas de seguros.	Elaborar un plan de marketing	Jefe de Ventas y Marketing	$\% \text{ de incremento} = \frac{\text{Ventas mes actual} - \text{ventas mes anterior}}{\text{ventas actuales}} \times 100$
Actualizar y sostener la plataforma tecnológica y los sistemas de información conforme a los requerimientos de la Entidad	Diseñar un plan de actualización	Jefe Tics	
Generar alternativas con el fin de optimizar los recursos presupuestarios, para satisfacer oportunamente las necesidades de inversión y funcionamiento	Determinar los controles para la eficiencia financiera	Jefe de Finanzas	Índice de rentabilidad Prueba acida Rotación de inventarios
Fortalecer el proceso de comunicación de la compañía	Crear clima laboral agradable	Jefe de Recursos Humanos	Índice de satisfacción laboral

Fuente: Elaboración propia

4.5 Diseño del Plan de Acción

Dentro de la presente investigación se propone el diseño de las siguientes actividades para mejorar la situación problemática actual, al igual que su actividad comercial en la provincia de Pastaza con la propuesta de las siguientes actividades de un plan estratégico planteado hasta el 2024, mismas que se detallan a continuación:

- Aumentar en un 10% el crecimiento de ventas de las pólizas de seguros.
- Actualizar y sostener la plataforma tecnológica y los sistemas de información conforme a los requerimientos de la Entidad.
- Generar alternativas con el fin de optimizar los recursos presupuestarios, para satisfacer oportunamente las necesidades de inversión y funcionamiento.
- Fortalecer el proceso de comunicación de la compañía a través de los componentes de comunicación organizacional e informativa para mejorar la interacción interna y externa de la Entidad y favorecer el logro de sus objetivos institucionales. Ofrecer un servicio más ágil, rápido, eficiente y eficaz.
 - *Estrategias del plan*
 - *Estrategia para los servicios*
- Actualizar el portafolio de servicios que el mercado objetivo sepa cuáles son los servicios que presta la compañía.
 - Estrategia de promoción y publicidad.
- Ampliar la imagen corporativa de la compañía y dar a conocer los productos que se ofrecen en el mercado
 - Estrategia de capacitación
- Brindar a los asesores de seguros a igual que los funcionarios de la

compañía constantes capacitaciones de acuerdo a sus necesidades.

- Estrategia Operacional.
- Agilidad, eficiencia en los diferentes procesos relacionados con el cliente.

4.5.1 Estrategias del Plan de acción

Tabla 20

Estrategias de Plan

OBJETIVOS ESTRATEGICOS	PROCESOS	RESPONSABLE	CONTROL	COSTO	TIEMPO
Estrategia para los servicios	Actualizar el portafolio de servicios que el mercado objetivo sepa cuáles son los servicios que presta la compañía.	Jefe de Marketing	Revisión periódica de los manuales de procesos	2.500,00 dólares	Desde, marzo 2022 hasta, noviembre 2022.
Estrategia de promoción y publicidad	Ampliar la imagen corporativa de la compañía y dar a conocer los productos que se ofrecen en el mercado	Jefe de Marketing	Índice de desarrollo de la imagen corporativa	1.500,00 dólares	Desde, marzo 2022 hasta, diciembre 2022.
Estrategia de capacitación	Brindar a los asesores de seguros a igual que los funcionarios de la compañía constantes capacitaciones de acuerdo a sus necesidades	Jefe de Recursos Humanos	Índice de aprovechamiento	2.500,00 dólares	Desde, junio 2022 hasta, mayo 2023.
Estrategia Operacional.	Agilidad, eficiencia en los diferentes procesos relacionados con el cliente	Jefe Administrativo	Índice de quejas de los clientes	3.000,00 dólares	Desde, junio 2023 hasta, marzo 2024.

Fuente: Elaboración propia

4.5.2 Análisis e Interpretación de las estrategias del plan de acción

Como se puede apreciar en la tabla anterior el presente trabajo de investigación se fundamenta bajo cuatro estrategias desarrolladas a lo largo de los cuatro años que durará el presente plan estratégico, en donde se pretende diseñar y desarrollar una serie de estrategias a implementarse en las diferentes áreas de la empresa para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en sus actividades y procedimientos, para conseguir que la empresa tenga mayor reconocimiento en el sector de los seguros, pueda volverse más competitiva, capte mayor número de clientes y obtenga mayores réditos económicos.

En donde la primera estrategia está orientada para los servicios ofrecidos por la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, cuyo proceso será el Actualizar el portafolio de servicios que el mercado objetivo sepa cuáles son los servicios que presta la compañía, misma que estará a cargo del jefe del área de Marketing y tendrá como control la revisión periódica de los manuales de procesos, tendrá un costo de 2.500,00 dólares y se pretende llevarla a cabo desde marzo 2022 hasta noviembre del 2022.

La segunda estrategia está orientada a la promoción y publicidad de la empresa, cuyo proceso será en ampliar la imagen corporativa de la compañía y dar a conocer los productos que se ofrecen en el mercado, y estará a cargo del jefe del área de Marketing cuyo control está enfocado en el índice de desarrollo de la imagen corporativa, esta estrategia tiene un valor de 1.500,00 dólares y se pretende y sea implementada desde marzo 2022 hasta diciembre 2022.

La tercera estrategia está fundamentada para la capacitación de todos los colaboradores de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, en donde su principal proceso será el brindar a los asesores de seguros a igual que los

funcionarios de la compañía constantes capacitaciones de acuerdo a sus necesidades sobre las leyes inherentes a los procesos de licitación y adjudicación de ofertas de seguros para los GAD's de la provincia de Pastaza, dicha estrategia estará a cargo del jefe de Recursos Humanos, en donde será controlada por el índice de aprovechamiento, es decir, del total de licitaciones públicas o privadas de empresas que necesiten los servicios de seguros que brinda la empresa, esta estrategia tiene un valor de 2.500,00 dólares y se la pretende implementar a los largo de un año entendiéndose que los procesos de capacitación son unan constante en este giro de negocio, empezarán desde el mes de junio 2022 y culminarán en mayo 2023.

La cuarta y última estrategia está enfocada al área operacional de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros, en donde su proceso será la agilidad y eficiencia en los diferentes procesos relacionados con el cliente, esto para velar la satisfacción de los clientes de la empresa, será como responsable el jefe Administrativo, y será controlada por el índice de quejas de los clientes insatisfechos presentadas con la empresa, el costo de esta estrategia asciende a un valor de 3.000,00 dólares, y empezará desde el mes de junio 2023 y culminará en el mes de marzo 2024.

El costo total del presente plan estratégico asciende a un valor de 9.500,00 dólares, que incurren en los cuatro años, dando un valor anual de 2.375,00 valor que se considera es aceptable por los beneficios a corto, mediano y largo plazo que tendrá las presentes estrategias, se presentará la presente investigación a la Gerencia para que a su vez evalúen y se decida por su implementación.

4.5.3 Análisis e Interpretación de los objetivos estratégicos

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, al igual que se presenta un cuadro donde se puede ver las estrategias del plan de acción, también se presenta un cuadro donde están plasmados los objetivos estratégicos del presente plan de acción, mismo que se fundamenta bajo cuatro objetivos estratégicos a considerar.

Si bien se habla en las estrategias del plan de acción antes detalladas las estrategias a seguir, en este apartado se consideran los objetivos estratégicos recomendados para poder ayudar a mejorar los rendimientos económicos, laborales y de competencia d la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros en el mercado de acción.

En donde se contempla como primer objetivo estratégico el aumento en un 10% el crecimiento de ventas de las pólizas de seguros, en donde se considera como proceso la elaboración de un plan de marketing, mismo que estará a cargo del jefe de marketing y ventas, controlado por el porcentaje de incremento, que es igual a las ventas mes actual menos para las ventas mes anterior, dividido para las ventas actuales por cien.

El segundo objetivo estratégico que debe seguir la empresa es el de actualizar y sostener la plataforma tecnológica y los sistemas de información de la empresa conforme a los requerimientos de la empresa, es decir, la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros debe tener una buena tecnología para poder participar en todos los procesos de contratación pública o privada sin restricción de la tecnología, esto se logrará mediante el procesos de diseño de un plan de actualización de hardware y software, y será el responsable el jefe tecnológico de la empresa.

El tercer objetivo estratégico planteado es el de generar alternativas financieras con el fin de optimizar los recursos presupuestarios de la empresa, para satisfacer

oportunamente las necesidades de inversión y funcionamiento de la empresa, es decir, se considera que la empresa pueda invertir sus réditos económicos en alguna o algunas inversiones en el mercado de inversiones del Ecuador o del extranjero, en donde, su proceso será el de determinar los controles para la eficiencia financiera, objetivo a cargo del jefe de finanzas y será controlado por el índice de rentabilidad, prueba acida y rotación de inventarios.

El último objetivo estratégico es el de fortalecer el proceso de comunicación de la compañía, es decir está contemplado este último objetivo estratégico en los colaboradores o clientes internos de la empresa, tiene como proceso el de crear clima laboral agradable, objetivo a cargo del jefe de Recursos Humanos y será controlado por el índice de satisfacción laboral en la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros.

Como ya se lo había manifestado con anterioridad, el costo total del presente plan estratégico asciende a un valor de 9.500,00 dólares, que incurren en los cuatro años, dando un valor anual de 2.375,00 valor que se considera es aceptable por los beneficios a corto, mediano y largo plazo que tendrá las presentes estrategias, se presentará la presente investigación a la Gerencia para que a su vez evalúen y se decida por su implementación.

CAPITULO V SUGERENCIAS

5.1 Recomendaciones

Se recomienda que se haga un análisis del presente trabajo de investigación para que la Gerencia de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros pueda implementar las estrategias plasmadas para que pueda mejorar varios puntos considerados en esta investigación e incremente así sus réditos económicos.

Las estrategias que se diseñen para hacer conocer la empresa, especialmente en la ciudad del Puyo, deben estar diseñadas acorde las necesidades actuales del mercado y de la empresa es recomendable atender este punto.

Se recomienda que se deben empezar a iniciar un contacto con los GAD's para tratar de conseguir la contratación de los servicios de las pólizas de seguros que de por ley estatal deben tener todos los GAD's de la provincia de Pastaza.

La empresa debe considerar sus principales amenazas detectadas dentro del FODA ya que generan gran desventaja para la empresa debido a que las amenazas más comunes es la competencia, pero si la empresa corrige sus debilidades no se debe tomar en cuenta esta amenaza, como es de conocimiento las debilidades son propias de la empresa, su corrección, solo depende de la propia empresa. Las amenazas son externas y no son manejables por la organización, pero si e puede minimizar su impacto con una buena planificación estratégica.

Se debe prestar bastante atención a las principales debilidades detectadas en el análisis del FODA ya que la empresa debe atender y tomar acción ya que afectan directamente a su operación, entre las principales se puede indicar la demora en los tiempos de respuesta a algunos trámites solicitados, debe ser uno de los objetivos indispensables de corregir. Para esto se debe elaborar una manual de procesos, pues no

son los trabajadores los que fallan sino los procesos no están bien diseñados, el desconocimiento del mercado si es un problema, porque si esto no se encuentra bien claro no es posible desarrollar ningún plan de marketing, el primer paso es conocer el mercado.

Se recomienda a la empresa que considera que el 38% de las personas que se dignaron colaborar, han manifestado que no tienen una póliza de seguro. Hay que recordar que, de acuerdo con la segmentación del mercado realizado, para determinar el tamaño de la muestra, las personas tienen ingresos superiores a 500 dólares, están en capacidad de pagar una prima de menos de 100 dólares, el pago de las primas para las personas que tienen una póliza se lo realiza anualmente, esto es lo que las personas han manifestado como ideal. La preferencia acerca de la contratación de una póliza de seguro, se inclina por lo referente a la seguridad del dinero. Este parámetro tiene como antecedentes la inseguridad que se da en la ciudad del Puyo.

Por último, es recomendable para la empresa considerar que Los presidentes de los GAD's de la provincia de Pastaza, están conscientes de que cada uno en su lugar de influencia, necesita disponer de una póliza de seguros que les permita, proteger de desastres naturales, las edificaciones bajo su responsabilidad, las mencionadas autoridades no están conformes con la compañía que actualmente brinda el servicio de las pólizas de seguros. Pues, no reciben la atención debida cuando requieren de sus servicios. Manifiestan que este servicio fue entregado a una compañía que formaba parte de las cadenas de los dos gobiernos anteriores, los presidentes de los GAD's opinan que, si se contrata a otra empresa para brindar este servicio, el plus de tener su sede en la ciudad del Puyo, es irrelevante. Dicen que la mejor carta de recomendación es un trabajo serio y responsable, además, de la calidad como un requisito indispensable.

5.2 Conclusiones

- Se concluye manifestando que mediante la formulación de un plan estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros para la ciudad del Puyo, 2021 – 2024 se ha logrado la consecución de estrategias que le permitan a la empresa mejorar su situación problemática actual, misas que se fundamente bajo cuatro estrategias desarrolladas a lo largo de los cuatro años que durará el presente plan estratégico, en donde se pretende diseñar y desarrollar una serie de estrategias a implementarse en las diferentes áreas de la empresa para mejorar la calidad, eficiencia y eficacia en sus actividades y procedimientos, para conseguir que la empresa tenga mayor reconocimiento en el sector de los seguros, pueda volverse más competitiva, capte mayor número de clientes y obtenga mayores réditos económicos.

- Se concluye indicando que mediante el diagnóstico situacional realizado en la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros hemos podido encontrar que la preferencia acerca de la contratación de una póliza de seguro, se inclina por lo referente a la seguridad del dinero, este parámetro tiene como antecedentes la inseguridad que se da en la provincia de Pastaza, se debe crear un plan estratégico para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros S.A. para que mediante el mencionado plan estratégico se pueda realizar estrategias de posicionamiento y de comercio para que a través de estas estrategias la empresa aumente su participación en el mercado de acción, al igual que su posicionamiento comercial y pueda generar mayores réditos económicos para la empresa.

- Mediante la determinación de los objetivos estratégicos de la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros se puede concluir que la

promoción y publicidad es de vital importancia en la empresa, cuyo proceso será en ampliar la imagen corporativa de la compañía y dar a conocer los productos que se ofrecen en el mercado, cuyo proceso será en ampliar la imagen corporativa de la compañía y dar a conocer los productos que se ofrecen en el mercado, y estará a cargo del jefe del área de Marketing cuyo control está enfocado en el índice de desarrollo de la imagen corporativa, esta estrategia tiene un valor de 1.500,00 dólares y se pretende y sea implementada desde marzo 2022 hasta diciembre 2022.

- Finalmente a través del plan de acción y sus indicadores de control planteados para la empresa Amazonbrok Agencia Asesora Productora de Seguros podemos concluir que el costo total del presente plan estratégico asciende a un valor de 9.500,00 dólares, que incurren en los cuatro años, dando un valor anual de 2.375,00 valor que se considera es aceptable por los beneficios a corto, mediano y largo plazo que tendrá las presentes estrategias, se presentará la presente investigación a la Gerencia para que a su vez evalúen y se decida por su implementación.

5.3 Bibliografía

Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Código de Comercio*. Quito : Lexis.

Bojórquez , M., & Pérez , A. (2013). La planeación estratégica. Un pilar en la gestión empresarial. *El Buzón de Pacioli*(81), 4-19.

Congreso Nacional. (2006). *Código Monetario Y Financiero Libro III Ley Generan Seguros*. Quito: Lexis.

Echemendia, B. (2011). Definiciones acerca del riesgo y sus implicaciones. *Revista Cubana de Higiene y Epidemio*, 49(3), 470-481.

Ecuador, Banco Central del Ecuador. (31 de marzo de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 07 de julio de 2021, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1434-en-el-primer-trimestre-de-2021-la-economia-ecuatoriana-crecio-0-7-respecto-al-trimestre-anterior-y-reporto-una-variacion-interanual-de-5-6-respecto-al-primer-trimestre-de-2020>

Ecuador, Ministerio de Salud Pública. (13 de julio de 2021). *Salud.gob.ec*. Recuperado el 14 de julio de 2021, de <https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>

García, J., Durán, S., Cardeño, E., Prieto, R., García, E., & Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*, 38(52), 16-29.

Izaguirre, J. (2019). *Seguros y Banca: El mercado de Ecuador*. Guayaquil : UIDE.

Mendoza, T. (2018). *Análisis del mercado de seguros de vida en el Ecuador Período 2010-2015*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Oliva, F., & Flores, M. (2022). *Deloitte*. Obtenido de La transformación de las compañías de seguros en la era digital: <https://www2.deloitte.com/uy/es/pages/strategy-operations/articles/La-transformacion-de-las-companias-de-seguros-en-la-era-digital.html>

Rojas, M., & Medina, L. (2012). *Planeación estratégica*. Bogotá: Ediciones de la U-Transversal.

Salazar, D. (2015). *Diseño de un plan estratégico para el desarrollo y posicionamiento de una empresa asesora productora de seguros caso: ISIS BUSINESS*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Serviseguros. (2021). *serviseguros.com.ec*. Obtenido de Serviseguros: <https://serviseguros.com.ec/seguros-corporativos/masivos/>

Valenzuela, C. (2016). *Importancia de la planeación estratégica en las empresas*. Bogotá, D.C.: Universidad Militar Nueva Granada.

ANEXOS**Formato de las Encuestas****Pregunta 1**

¿Tiene una póliza de seguro?

Sí

No

Pregunta 2

¿Qué tipo de seguro tiene?

Privado

Público

Pregunta 3

¿Quién lo influenció para obtener una póliza de seguro?

Los medios de comunicación

Agentes de seguros

Gobierno

Amigos y familiares o colegas

Otros

Pregunta 4

¿Qué tipo de pólizas de seguro tiene? Marque todos los que desee.

Política de ahorro

Política de toda la vida

Política de dotación

Política de devolución de dinero

Seguro de automóvil

Política de plan de pensiones

Seguro de propiedad

Otros

Pregunta 5

¿Cuál es el plazo promedio de las políticas que tiene?

Hasta cinco años

Por encima de veinte años

Pregunta 6

¿Alguna vez ha recibido algún beneficio de alguna de las políticas que tiene actualmente?

Sí

No

Pregunta 7

En caso afirmativo, ¿cuántas veces lo ha recibido?

Una

Dos

Tres

Más de tres

Pregunta 8

¿Con qué frecuencia paga sus primas?

Mensual

Trimestral

Semestral

Anual

Pregunta 9

¿Ha recibido algún incentivo de su compañía de seguros sobre las primas de seguro?

Sí

No

Pregunta 10

¿Conoce algún bono de seguro de sus pólizas?

Sí

No

Pregunta 11

¿Tiene actualmente cobertura de seguro de automóvil?

Sí

No

Pregunta 12

¿Cuánto es la prima de su seguro de automóvil por año?

Menos de 200

De 201 a 500

de 501 a 1000

De 1001 a 2000

Más de 2000

Pregunta 13

Con su actual compañía de seguros de automóviles, ¿qué tan fácil es presentar un reclamo?

No fue fácil

Regular

Un poco complicado

Complicado

Muy complicado

Pregunta 14

¿Ha cambiado su aseguradora en los últimos 12 meses?

Sí

No

Pregunta 15

¿Cuál fue la razón principal para cambiar su compañía de seguros de automóviles?

Precio

Inconformidad con el proveedor anterior

Servicio al cliente

Mas cobertura

Otros

Pregunta 16

¿Cuenta con seguro de gastos médicos?

Sí

No

Pregunta 17

¿Padece alguna enfermedad?

Sí

No

Formato de la Entrevista

Pregunta 1

¿Cree usted necesario de que una empresa estatal disponga de pólizas de seguros?

Pregunta 2

¿Qué características principales debería tener una compañía que brinda pólizas de seguros?

Pregunta 3

¿Están conformes los diferente GAD's, con el trato que reciben de la compañía que brinda las pólizas actualmente?

Pregunta 4

¿Recomendaría usted la contratación de una póliza de seguro con una compañía de seguros ubicada en la provincia de Pastaza?

Pregunta 5

¿Cree usted que con el nuevo gobierno cambien las políticas para la contratación de pólizas de seguros por parte de las empresas públicas?