



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO
“SMARTSEGUROS”:
GERENCIA DE PLAN DE MARKETING

Elaborado por:

ATOCHE MORENO CARLOS GABRIEL

Tutoría por: Arauz Arroyo Oswaldo Orlando

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Septiembre, 2023

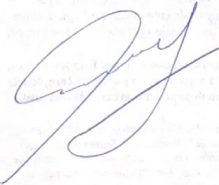
2. CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN

CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Atoche Moreno Carlos Gabriel declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el autor del trabajo de titulación “Modelo de Negocio SMARTseguros: Gerencia de Plan de Marketing”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “SMARTSEGUROS”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Araujo Orrala Vicente Alfredo, Mateo Cedeño María de los Ángeles, Quishpi Mullo Claudio Alex, Rosales Carrillo José Francisco y Solorzano Yonfa Solange Marianella

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



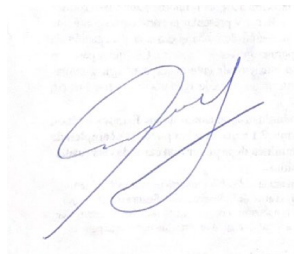
Atoche Moreno Carlos Gabriel

0962501334

Declaro que

Yo, Atoche Moreno Carlos Gabriel en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Modelo de Negocio SMARTseguros: Gerencia de Plan de Marketing” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Atoche Moreno Carlos Gabriel

0962501334

3. RESUMEN EJECUTIVO

En un contexto de creciente digitalización que ha transformado la relación de los consumidores con productos y servicios, existe una demanda creciente de soluciones tecnológicas eficientes, especialmente entre la generación Millennial, habituada a eficiencia digital en su vida diaria. A pesar de esta demanda, en Ecuador persiste una falta de aplicaciones eficientes y personalizables que aborden las necesidades específicas de las empresas, lo que se refleja en procesos burocráticos, retrasos en la emisión de pólizas y dificultades en la gestión de reclamos en la industria de seguros. Aunque se han realizado esfuerzos para digitalizar ciertos aspectos, como el pago de primas y presentación de reclamaciones, el sector asegurador en Ecuador sigue siendo en gran medida tradicional y conservadora. Esto es evidente en datos del Banco Central del Ecuador, que indican que solo el 37% de los adultos en el país tienen un seguro. En este escenario, surge SMARTseguros, una propuesta que integra tecnología e inclusión financiera para revolucionar la industria de seguros en Ecuador, la plataforma digital de SMARTseguros facilitará la compra, gestión y reclamación de seguros de manera transparente y eficiente. Esta iniciativa no solo busca cambiar la forma en que las personas adquieren y gestionan seguros, sino también ampliar el acceso a estos servicios mediante una aplicación móvil intuitiva. El compromiso de SMARTseguros va más allá de la innovación tecnológica; es el esfuerzo por operar de manera ética y responsable, contribuyendo al desarrollo sostenible y la equidad social en Ecuador. Este documento es el resultado del trabajo colaborativo Araujo Orrala Vicente Alfredo, Atoche Moreno Carlos Gabriel, Mateo Cedeño María de los Ángeles, Rosales Carrillo José Francisco, Solorzano Yonfa Solange Marianella y Quishpi Mullo Claudio Alex y explica el plan de negocios del proyecto denominado “SMARTSEGUROS”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVE

SMARTseguros, seguros, pólizas, plataforma digital, aplicativo móvil.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

SMARTSEGUROS surge como una iniciativa empresarial, fruto del esfuerzo colaborativo de un grupo de seis colegas académicos, unidos por el deseo de potenciar su desarrollo profesional. El propósito de este proyecto es abordar las deficiencias en la automatización en el ámbito de los seguros en Ecuador, ofreciendo a los potenciales clientes una plataforma digital que simplifica la adquisición y administración de seguros de manera sencilla, eficiente y transparente.

La robustez científica del proyecto se fortalece mediante las diversas investigaciones realizadas, las cuales se han llevado a cabo seleccionando a los participantes de forma imparcial y sin discriminación, garantizando así el compromiso ético del equipo. Todos los entrevistados fueron completamente informados acerca del estudio, garantizando así el respeto a la propiedad intelectual de cada uno de ellos.

Además, se ha mantenido un estricto cuidado de la privacidad de los individuos encuestados, asegurando que sus datos personales no se revelan ni comparten. En todo momento, se ha priorizado la dignidad, la honestidad y el compromiso de preservar el bienestar de todos los participantes en el estudio. Los análisis financieros del proyecto se rigen por políticas equitativas y, es importante destacar, que este proyecto es original y no representa una copia de ningún otro trabajo anterior.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

2. CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	4
4. PALABRAS CLAVE	4
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	5
6. ÍNDICE DE CONTENIDO	6
7. ÍNDICE DE GRÁFICOS	7
8. INDICE DE TABLAS	7
9. ÍNDICE DE FIGURAS	7
10. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	8
11. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO	10
11.1. Objetivo General	10
11.2. Objetivos Específicos	10
12. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO	11
13. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING	14
13.1. La posición estratégica	14
13.1.1. Estrategia Competitiva	14
13.1.2. Diferenciales	17
13.1.3. Posicionamiento	19
13.2. Servicio	21
13.3. Precio	23
13.4. Distribución	26
13.5. Promoción y Comunicación	27
13.5.1. Nombre de la empresa	27
13.5.2. Slogan y logotipo	28
13.5.3. Plan de Medios y presupuesto	31
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	35
15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39

7. ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Segmentación de Seguros Individuales	24
Gráfico 2 Pregunta Encuesta 10	25

8. INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Equivalencia Gastos Administrativos	25
---	----

9. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Slogan SMARTseguros	28
Figura 2 Logotipo SMARTseguros	29
Figura 3 Variaciones al logotipo SMARTseguros	30
Figura 4 Pantone Logotipo SMARTseguros	31

10. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

El auge de la era digital ha transformado significativamente la forma en que los consumidores interactúan con los productos y servicios (Sanz, 2020), generando una creciente demanda de soluciones digitales eficientes y de alta calidad, las empresas, independientemente de su tamaño o sector, están constantemente buscando formas de optimizar sus operaciones, mejorar la eficiencia y aumentar su rentabilidad a través de soluciones tecnológicas (Laoyan, 2022).

Particularmente, el segmento generacional de los Millennials son grupos demográficos que han crecido rodeados de tecnología y están acostumbrados a soluciones digitales eficientes y rápidas en su día a día (Lluna, 2017). Por lo tanto, suelen buscar servicios que sean automatizados y que les permitan realizar tareas de manera más eficiente y sin la necesidad de interactuar con otras personas (IBM, 2021).

Sin embargo, un problema que persiste es la falta de aplicativos eficientes, seguros y personalizables que satisfacen las necesidades específicas de las empresas en Ecuador. Según datos de la Cámara de Industrias de Guayaquil, a pesar de que la digitalización ha presionado en los últimos años, todavía existen brechas significativas en términos de adopción y uso efectivo de las tecnologías digitales entre las empresas (CIG, 2021), este problema se ve agravado por la falta de proveedores locales de soluciones de software, lo que a menudo obliga a las empresas a depender de proveedores internacionales, que pueden no entender completamente las necesidades y contextos específicos del mercado (CEPAL, 2021).

La industria de los seguros no es la excepción, puesto que falta de automatización representa un problema en lo que respecta a la agilidad en la contratación, en muchos casos, los clientes tienen que pasar por múltiples procesos y trámites tediosos para poder contratar un seguro, lo que puede ser un proceso lento y frustrante (Vanner, 2020). Sin una automatización adecuada, los agentes de seguros tienen que dedicar tiempo y recursos valiosos para completar tareas manuales y administrativas, lo que ralentiza aún más el proceso de contratación y además, la falta de automatización puede aumentar la posibilidad de errores y retrasos en la emisión de pólizas, así como el procesamiento de reclamos, lo que puede afectar negativamente la satisfacción del cliente (DANAconnect, 2021).

El mundo de los seguros es un dominio que ha resistido el cambio durante muchos años y a pesar de los avances tecnológicos que han revolucionado muchas industrias, la industria de seguros en Ecuador se ha mantenido, en gran medida, tradicional y conservadora (Oliva,

2017). Aunque se han realizado esfuerzos para digitalizar algunas, como el pago de primas y la presentación de reclamaciones, el sector todavía se encuentra lejos de ofrecer una experiencia totalmente digital a sus clientes, esto se refleja en los resultados de la encuesta realizada por el Banco Central del Ecuador en 2021, que mostró que solo el 37% de los adultos en Ecuador tienen un seguro, una cifra significativamente baja comparada con otros países de la región (BCE, 2021).

Además, la falta de inclusión financiera ha sido una problemática de larga data en Ecuador, según el Global Findex del Banco Mundial, sólo el 48% de los adultos en Ecuador tiene una cuenta bancaria, y sólo el 15% ha solicitado un préstamo financiero de una institución en los últimos 12 meses, este limitado acceso a servicios financieros dificulta la inclusión social y económica de grandes segmentos de la población (Rios & Caizahuano, 2023).

En respuesta a este desafío, surge SMARTseguros, una propuesta innovadora que combina tecnología y inclusión financiera para revolucionar la industria de seguros en Ecuador. A través de una plataforma digital, SMARTseguros permitirá a los clientes comprar, gestionar y reclamar seguros de una manera fácil, rápida y transparente, además, mediante la iniciativa de Inclusión Financiera, SMARTseguros ampliará el acceso a seguros para segmentos tradicionalmente excluidos.

El modelo de negocio de SMARTseguros propone una solución a estos problemas mediante la aplicación de tecnologías disruptivas y un enfoque centrado en el cliente. La plataforma de SMARTseguros será intuitiva, fácil de usar y que eliminará las barreras que dificultan la adquisición de seguros. Colaborando con aseguradoras, SMARTseguros ofrecerá una amplia gama de productos para adaptarse a las necesidades y situaciones financieras de los clientes.

SMARTseguros planifica la ejecución de operaciones de manera ética y responsable, esto se refleja en su Plan de Acción para Mejorar la Eficiencia Energética en las Oficinas y su Iniciativa de Inclusión Financiera, que buscan no sólo maximizar el beneficio económico, sino también contribuir al desarrollo sostenible y la equidad social. SMARTseguros identifica una necesidad insatisfecha en el mercado ecuatoriano y propone una solución innovadora con el potencial de transformar el sector de seguros, cambiando la forma en que las personas adquieren seguros y ampliando el acceso a estos servicios.

11. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

11.1. Objetivo General

Desarrollar la plataforma digital SMARTseguros para ofrecer a millennials de las zonas urbanas de Guayaquil, Samborondón y Daule, con acceso a internet, de los niveles socioeconómicos B y C, una experiencia ágil y transparente en la adquisición, gestión y reclamación de seguros. SMARTseguros garantizará la seguridad y confidencialidad de los datos personales y financieros de los usuarios, brindando opciones de seguros asequibles y adaptadas a sus necesidades.

11.2. Objetivos Específicos

- Establecer las necesidades del público objetivo, en materia de seguros y protección familiar y con esta información, diseñar soluciones innovadoras y adaptadas a las demandas del mercado objetivo; mediante el uso de la metodología Design Thinking
- Evaluar, a través de un estudio de mercado, la aceptación de una aplicación móvil de seguros, que permite desde la plataforma; cotizar, comparar, contratar, solicitar reclamaciones y recibir asesorías, en los ramos preferentes de seguros, para luego desarrollar la planificación comercial;
- Determinar los requerimientos del modelo de negocios y establecer los procesos a cumplir tanto para la prestación del servicio al usuario, así como el procedimiento para la asociación con las aseguradoras, gracias al desarrollo de un estudio técnico;
- Diseñar la plantilla organizacional, los perfiles y procedimientos de contratación y al mismo tiempo, establecer la carga presupuestaria de la organización para asegurar una gestión de recursos eficiente y sostenible, por medio de un estudio administrativo;
- Desarrollar una planificación integral de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para SMARTseguros, identificando proyectos y acciones que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los stakeholders internos y externos;
- Definir los aspectos legales y regulatorios necesarios para el lanzamiento y funcionamiento del modelo de negocio SMARTseguros. Garantizar el cumplimiento de las normativas y requisitos legales relacionados con la prestación de servicios de seguros en Ecuador y
- Evaluar la viabilidad financiera del proyecto SMARTseguros, incluyendo la estimación de costos iniciales, los ingresos proyectados y el análisis de rentabilidad.

12. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO

El modelo de negocio de SMARTseguros se materializa a través del desarrollo de una plataforma digital integral, este recurso tecnológico se ha diseñado con el propósito de simplificar y optimizar el proceso de adquisición y gestión de seguros en el mercado ecuatoriano. Este enfoque digital responde a las tendencias de digitalización que están transformando diversos sectores de la economía y que se han vuelto esenciales para satisfacer las nuevas expectativas de los usuarios, obtenidas mediante el uso de la metodología Design Thinking.

El propósito de SMARTseguros radica en la creación de una solución innovadora que, además de alinearse con las tendencias de digitalización, identifica y aborda problemas reales identificados en el sector de seguros ecuatoriano, estos problemas incluyen la complejidad en los procesos y trámites relacionados con la contratación y gestión de seguros y, por otro, la falta de transparencia en la información que las aseguradoras proporcionan a los usuarios.

La complejidad de los procesos se manifiesta en trámites burocráticos, largos tiempos de respuesta, la necesidad de realizar desplazamientos físicos para contratar o gestionar las pólizas de seguro, entre otros. En respuesta a esto, SMARTseguros ofrece un espacio donde los usuarios pueden cotizar, comparar, contratar, solicitar reclamaciones y recibir asesorías de manera rápida, intuitiva y desde la comodidad de su hogar o lugar de trabajo.

En cuanto a la falta de transparencia, se refleja en la que la información técnica y difícil de entender proporcionada por las aseguradoras, esto puede resultar en una mala elección de seguros o, lo que es peor, en una baja penetración de estos servicios en la sociedad, ya que los usuarios pueden renunciar a adquirirlos. Ante esto, SMARTseguros aborda este problema brindando información clara, sencilla y comparativa a los usuarios, facilitando la toma de decisiones informadas y promoviendo la contratación de seguros.

Para comprobar la viabilidad comercial del proyecto, llevamos a cabo un Estudio de Mercado centrado en las áreas urbanas de Guayaquil, Samborondón y Daule, donde la población tiene acceso a internet y pertenece a los niveles socioeconómicos B y C. Este estudio nos permitió entender la aceptación potencial de una aplicación móvil de seguros y establecer un plan comercial a seguir. El Estudio de Mercado hizo posible conocer que el 46% de los encuestados considera altamente importante la contratación de un seguro y en proporción un 90% de ese segmento encuentra optima la propuesta de digitalizar la contratación de seguros, afirmando además que están dispuestos a pagar por ello.

Para la promoción de SMARTseguros, se ha desarrollado un Plan de Marketing, que abarca tanto estrategias digitales como tradicionales. La finalidad de este plan es alcanzar satisfactoriamente al objetivo público, comunicando de forma clara y atractiva la facilidad de uso, la eficiencia y la transparencia que distinguen a nuestra plataforma. La estrategia digital se centra en una fuerte presencia en redes sociales, con enfoque en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. En donde no solo se interactuará con usuarios, sino que también da la oportunidad de construir y fortalecer la marca en un ambiente interactivo y dinámico.

La inversión en publicidad en redes sociales se orientará a crear campañas de expectativa, captación y mantenimiento, aprovechando la segmentación altamente detallada que estas plataformas ofrecen para llegar a nuestro público de manera eficiente. Complementaremos esto con contenido orgánico regular que muestre la propuesta de valor de SMARTseguros, proporcione consejos útiles sobre seguros, responda a las preguntas frecuentes y celebre los hitos importantes de la empresa.

Posteriormente, el Estudio Técnico permitió un análisis profundo de los procesos de trabajo necesarios para que SMARTseguros sea operativa y efectiva en el mercado. Este estudio abordó aspectos desde el desarrollo de la plataforma, la incorporación de las aseguradoras, hasta la prestación del servicio al usuario. Primero, el desarrollo de la plataforma es un componente crítico, se trabajó en colaboración con diseñadores y desarrolladores de software para crear una interfaz de usuario amigable, segura y eficiente.

Los procesos técnicos en esta fase incluyen el diseño y la programación de la plataforma, la creación de bases de datos robustas y seguras para almacenar la información de los usuarios y las pólizas de seguros, y la implementación de sistemas de seguridad de la información para proteger los datos sensibles, todo esto se lleva a cabo con un presupuesto asignado para asegurar la contratación de profesionales de alta calidad, la adquisición de los sistemas necesarios y la realización de pruebas y correcciones constantes para garantizar la funcionalidad óptima de la plataforma.

Luego, la incorporación de las aseguradoras es un paso crucial. Para ello, se estableció un proceso de validación, que incluye la verificación de las credenciales de la aseguradora, la revisión de sus productos y servicios, y la negociación de acuerdos de colaboración. Este proceso asegura que solo las aseguradoras confiables y de alta calidad sean parte de SMARTseguros y para gestionar estas tareas, es necesario asignar recursos para el personal de ventas y relaciones con los proveedores, así como para las herramientas y sistemas de gestión de relaciones con los clientes (CRM).

La prestación del servicio al usuario es el núcleo de las operaciones, los procesos en esta área incluyen el registro de los usuarios, la cotización y comparación de seguros, la contratación de pólizas, la presentación de reclamaciones, y la atención al cliente. Para cada uno de estos procesos, se han establecido flujogramas detallados que muestran los pasos necesarios, los puntos de decisión y las interacciones con otros procesos o entidades. Asimismo, es esencial asignar un presupuesto para el personal de atención al cliente y la capacitación, así como para los sistemas y herramientas de gestión del servicio al cliente.

Desde el punto de vista administrativo, se determinó la estructura organizacional necesaria y se definieron los perfiles y procedimientos de contratación, asegurando que la organización cuente con los recursos humanos adecuados para cumplir sus objetivos. Además, se consideraron los aspectos de la Responsabilidad Social Corporativa como un componente crucial del modelo de negocio, mediante la planificación de proyectos que buscan mejorar la calidad de vida de los stakeholders internos y externos.

En términos legales, SMARTseguros ha considerado todas las regulaciones y requisitos necesarios para operar en Ecuador, el Estudio Legal proporciona una visión clara de los aspectos regulatorios que se deben cumplir, incluyendo los relacionados con el comercio electrónico, los derechos del consumidor y la protección de datos personales.

Finalmente, el Estudio Financiero proporciona una evaluación de la viabilidad económica del proyecto, a través de análisis financieros rigurosos, se ha estimado los costos de inversión, las fuentes de financiamiento y las proyecciones de ingresos, asegurando que SMARTseguros es un proyecto viable y sostenible en el tiempo, considerando como proyección una TIR del 43% y una VAN de \$85.313.

13. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING

13.1. La posición estratégica

La posición estratégica en el contexto del plan de marketing se refiere a la determinación y definición clara de cómo una empresa o marca desea ser percibida en el mercado en relación con sus competidores, esta posición se basa en las características únicas o diferenciadoras del producto o servicio ofrecido, así como en los valores y atributos que la empresa quiere que los consumidores asocien con su marca (Cohen, 2001).

Establecer una posición estratégica efectiva implica identificar y comunicar beneficios tangibles e intangibles que satisfagan las necesidades y deseos del público objetivo, diferenciándose claramente de la competencia. En esencia, es el lugar distintivo que una marca ocupa en la mente del consumidor y es esencial para guiar todas las decisiones y acciones de marketing (Pinto, 2007).

13.1.1. Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva del modelo de negocio es formar asociaciones estratégicas y acuerdos a largo plazo con las aseguradoras. Ya que otorga SMARTseguros un mayor control sobre los precios y las condiciones de los seguros ofrecidos en la plataforma, priorizando lo más ventajoso y atractivo para el cliente.

1. Justificación detrás de la Estrategia:

La industria de seguros es competitiva y, a menudo, compleja en términos de estructura de precios, coberturas y términos, en ese contexto las empresas emergentes y los brókeres, en particular, pueden enfrentarse a desafíos al intentar entrar y competir en este mercado. La estrategia de SMARTseguros busca superar estos desafíos formando alianzas estables y duraderas con las aseguradoras y estas asociaciones se convierten en el pilar fundamental para asegurar un flujo constante de productos de calidad y ventajas competitivas para los clientes.

2. Control sobre Precios y Condiciones:

Al formar asociaciones estratégicas con aseguradoras, SMARTseguros no se convierte simplemente en un intermediario, sino en un socio preferencial y esto le otorga una posición de negociación más robusta al discutir términos y precios, permitiéndole a SMARTseguros influir en la estructuración de pólizas de seguros que sean beneficiosas tanto en términos de cobertura como de costos para los clientes.

3. Valor Agregado para los Clientes:

La estrategia permite a SMARTseguros diseñar paquetes de seguros exclusivos y adaptados a las necesidades específicas de sus clientes, es decir, en lugar de ofrecer productos genéricos, SMARTseguros tiene la oportunidad de trabajar de la mano con aseguradoras para crear soluciones a medida, maximizando el valor para los clientes y estableciendo un punto de diferenciación en el mercado.

4. Consolidación de la Marca:

Asociarse con aseguradoras reconocidas puede elevar la percepción de SMARTseguros en el mercado, puesto que la credibilidad y confianza que las grandes aseguradoras otorgan pueden transferirse a SMARTseguros, reforzando su posición como un bróker confiable y de alta calidad.

5. Agilidad y Adaptabilidad:

Las alianzas estratégicas también brindan la flexibilidad necesaria para adaptarse a las cambiantes dinámicas del mercado y si surge una nueva tendencia o demanda en el sector de seguros, SMARTseguros, gracias a sus asociaciones, puede reaccionar con rapidez, ajustando productos y servicios de acuerdo a las necesidades cambiantes de los consumidores.

6. Eficiencia Operativa:

A través de estas asociaciones, SMARTseguros también puede beneficiar de economías de escala y eficiencias operativas, como las integraciones tecnológicas y los procesos compartidos pueden reducir costos y acelerar el tiempo de respuesta, mejorando así la experiencia del cliente.

En el escenario actual del mercado Insurtech, establecer una estrategia competitiva robusta es vital para SMARTseguros y al formar alianzas estratégicas con aseguradoras reconocidas, SMARTseguros puede catapultar su posición en el mercado aprovechando una serie de beneficios tangibles que dichas colaboraciones pueden ofrecer. A continuación, detallamos los beneficios en términos de precios, productos y posicionamiento.

Precios:

Economía de Escala: Al unirse con aseguradoras consolidadas, SMARTseguros puede beneficiar de las economías de escala que estas empresas ya han alcanzado, lo que puede traducirse en costos más bajos por unidad al aumentar la producción de productos de seguros, permitiendo a SMARTseguros ofrecer tarifas más competitivas a sus clientes.

Negociación Ventajosa: Con el respaldo de una aseguradora grande, SMARTseguros tendría una posición de negociación más fuerte frente a proveedores y socios, lo que facilitaría la obtención de precios más ventajosos.

Productos:

Innovación Continua: Al aliarse con aseguradoras, SMARTseguros tendría acceso a una mayor cantidad de recursos y conocimientos técnicos que podrían aprovechar para desarrollar productos innovadores que satisfagan las necesidades emergentes del mercado.

Diversificación de la Oferta: Las alianzas pueden permitir una diversificación de productos, abriendo oportunidades para crear paquetes de seguros más completos y ajustados a diferentes nichos de mercado, satisfaciendo así una gama más amplia de necesidades del cliente.

Posicionamiento:

Reputación y Credibilidad: Al asociarse con aseguradoras reconocidas, SMARTseguros puede beneficiarse de la reputación y credibilidad ya establecida de estas empresas, lo que fortalecería su posición en el mercado.

Acceso a Nuevos Canales de Distribución: Las alianzas estratégicas pueden abrir puertas a nuevos canales de distribución, ampliando así el alcance de SMARTseguros y facilitando un crecimiento más acelerado en términos de base de clientes.

Estrategias de Co-Marketing: SMARTseguros podría colaborar en estrategias de co-marketing con las aseguradoras, compartiendo recursos y esfuerzos para promocionar sus servicios, lo que podría aumentar la visibilidad de la marca y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Esto representaría una estrategia ganar-ganar, donde SMARTseguros puede acelerar su crecimiento y consolidación en el mercado, mientras que las aseguradoras pueden rejuvenecer su oferta y aproximarse a los segmentos del mercado más jóvenes y digitales, aprovechando la innovación y fresca que SMARTseguros aporta al sector.

13.1.2. Diferenciales

SMARTseguros, gracias a las características únicas e innovadoras, genera valor agregado para los usuarios y se diferencia de la competencia, debido a cualidades como el asesoramiento con chatbots de IA, contenido educativo sobre seguros, y análisis personalizados de las necesidades de seguro y estas características hacen que el servicio sea más atractivo para los usuarios y permite aumentar la fidelidad del cliente.

1. Servicio al cliente excepcional:

Una excelente atención al cliente es el diferencial más importante. El equipo de soporte dedicado disponible 24/7, una resolución rápida de reclamaciones y consultas, y un seguimiento proactivo con los clientes, además, SMARTseguros ofrece a los clientes la posibilidad de interactuar con la empresa a través de diversos canales, incluyendo chatbot ia, correo electrónico, teléfono y redes sociales.

2. Personalización avanzada:

SMARTseguros ofrece un nivel de personalización que incluye recomendaciones de seguros personalizados basados en el análisis de los datos de los usuarios, la posibilidad de ajustar las pólizas de seguro según las necesidades individuales, y notificaciones personalizadas sobre cambios en las pólizas o eventos relevantes.

3. Integración tecnológica:

La aplicación de SMARTseguros integra tecnologías de vanguardia como inteligencia artificial (IA), machine Learning y blockchain para proporcionar un servicio más seguro, rápido y eficiente, por ejemplo, la IA puede servir para mejorar la experiencia del cliente a través de chatbots y asistentes virtuales, mientras que la blockchain puede ser utilizada para hacer que el proceso de reclamaciones sea más transparente y seguro.

4. Ofertas exclusivas:

SMARTseguros desde la asociación estratégica con las aseguradoras ofrece ofertas exclusivas a sus usuarios y esto no sólo ayudará a atraer a nuevos usuarios, sino que también incentivará a los usuarios existentes a continuar utilizando la plataforma de SMARTseguros.

5. Programa de fidelidad:

La creación de un programa de fidelidad incentiva a los usuarios a seguir utilizando la plataforma de SMARTseguros, donde se incluye descuentos en las renovaciones de las pólizas,

recompensas por referir a nuevos usuarios, y acceso a eventos exclusivos o contenido premium.

SMARTseguros, con su incursión innovadora en el sector Insurtech, está bien equipado para abordar las preferencias y necesidades distintivas de la población millennial, un grupo que valora la facilidad de uso, la personalización y la digitalización. Aquí destacamos cómo SMARTseguros puede diferenciarse y atraer a este segmento demográfico crucial:

6. Interfaz Amigable y Diseño Intuitivo:

Interacción Simplificada: SMARTseguros deberá contar con una aplicación de fácil navegación, permitiendo que los usuarios realicen todas sus transacciones con unos pocos clics, desde cotizaciones hasta reclamos.

Chatbot Inteligente: Implementación de un chatbot que funciona 24 horas al día, 7 días a la semana, ofreciendo respuestas rápidas y asistencia inmediata para resolver dudas y facilitar procesos.

7. Personalización del Servicio:

Recomendaciones Inteligentes: Integración de un sistema que analiza los datos del usuario para ofrecer recomendaciones proactivas sobre los mejores seguros para ellos, con la posibilidad de ajustarse dinámicamente a los cambios en sus circunstancias de vida.

8. Facilidad de Acceso y Transparencia:

Acceso Multiplataforma: Una aplicación que se puede acceder tanto desde dispositivos móviles como de escritorio, garantizando que los usuarios puedan administrar sus pólizas donde y cuando quieran.

Transparencia Total: Un tablero claro y detallado donde los usuarios pueden ver todos los detalles de sus pólizas, así como un desglose completo de los costos, eliminando las sorpresas desagradables y fomentando la confianza.

9. Componente Educativo:

Consejos y Blogs: Ofreciendo una sección educativa dentro de la aplicación donde los millennials podrán aprender más sobre los diferentes tipos de seguros disponibles y cómo pueden beneficiarse de ellos a través de blogs informativos y consejos útiles.

Webinars y Talleres: Organización de webinars y talleres online sobre educación financiera y cómo sacar el máximo provecho de sus seguros, proporcionando valor agregado y fomentando una comunidad de usuarios bien informados.

10. Programas de Lealtad y Recompensas:

Incentivos y Descuentos: Introducción de un programa de lealtad que ofrece descuentos y beneficios exclusivos a los usuarios que recomiendan el servicio a amigos y familiares, o que mantienen una buena historia con la empresa.

Gamificación: Implementación de elementos de gamificación para fomentar una mayor interacción de los usuarios con la aplicación, ofreciendo recompensas y beneficios a medida que alcancen ciertos objetivos y completen desafíos.

13.1.3. Posicionamiento

Para estabilizar por delante de los competidores y las amenazas de productos sustitutos, SMARTseguros opera en la innovación constante. Esto incluye la mejora de la interfaz de usuario de su aplicación, la integración de nuevas tecnologías como el análisis de big data o la inteligencia artificial, y la expansión a nuevas áreas de seguros, permitiendo así un fuerte posicionamiento en el mercado. Los aspectos más relevantes del posicionamiento están basados en:

Enfoque en los segmentos de mercado de crecimiento rápido:

Dado el creciente uso de tecnología digital entre los Millennials, SMARTseguros incluir la personalización del marketing y los servicios para atraer a estos usuarios y satisfacer necesidades específicas.

Gestión de la seguridad y la privacidad de los datos:

Dado que SMARTseguros maneja datos sensibles, hace de la seguridad y la privacidad de los datos una prioridad absoluta, demostrando así que puede proteger la información de los usuarios, no sólo para cumplir con las regulaciones, sino también para ganarse la confianza de los usuarios.

Un posicionamiento sólido de SMARTseguros en los mercados de Guayaquil, Samborondón y Daule, para llegar con éxito al target millennial, requiere implementar una estrategia que involucre una comunicación dirigida, ofertas personalizadas y la creación de una experiencia de usuario inigualable. Las estrategias para alcanzar este objetivo son:

1. Análisis profundo del mercado y del consumidor:

Investigación de mercado: Realice una investigación exhaustiva para comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de los millennials en estas áreas específicas y esto debe incluir análisis de tendencias de mercado, estudios de competencia y encuestas a consumidores potenciales.

Segmentación del mercado: Basándose en la, se segmentará el mercado en diferentes grupos para poder crear campañas publicitarias y ofertas de investigación personalizadas para cada uno de ellos.

2. Estrategias de Comunicación y Branding:

Identidad Visual Moderna: Se desarrollará una identidad visual moderna y atractiva para los millennials, que incluye un diseño de logotipo actualizado, una paleta de colores vibrantes y un lenguaje visual que surge con este grupo demográfico.

Historias de Marca Relacionables: Crearemos historias de marca que resalten los beneficios de nuestros productos a través de narrativas que los millennials encuentren relatables y auténticas.

3. Estrategias Digitales:

Marketing de Contenidos: Estableceremos una estrategia de marketing de contenidos que incluirá blogs, vídeos y webinars, que no solo promocionan nuestros productos, sino que también ofrecerán valor educativo, guiando a los millennials en su camino hacia una seguridad financiera.

Marketing de influencers: Colaboraremos con influencers locales que resuene con los millennials para aumentar la visibilidad de la marca y construir confianza.

4. Alianzas Estratégicas:

Colaboraciones con Universidades: Podemos colaborar con universidades y colegios locales para ofrecer charlas, seminarios y talleres sobre la importancia de los seguros, y cómo SMARTseguros puede ayudarles en esto.

Alianzas con Empresas Locales: Estableceremos asociaciones con negocios locales para crear ofertas y descuentos exclusivos para los usuarios de SMARTseguros, promoviendo así una economía colaborativa.

5. Experiencia de Usuario (UX) Innovadora:

Aplicación intuitiva: Desarrollaremos una aplicación que sea fácil de usar, con funcionalidades innovadoras como chatbots inteligentes y análisis predictivo para ofrecer productos personalizados.

Comentarios continuos: Implementaremos sistemas de retroalimentación dentro de la aplicación para entender y mejorar continuamente la experiencia del usuario basándonos en sus opiniones y sugerencias.

6. Eventos y Activaciones de Marca:

Eventos Experienciales: Organizaremos eventos experienciales en puntos estratégicos de estas ciudades, donde los millennials puedan conocer más sobre la marca mientras disfrutan de una experiencia única y memorable.

Patrocinio de Eventos Locales: Patrocinaremos eventos locales que atraen a la demografía millennial para aumentar la visibilidad de la marca y establecer una conexión emocional con el público.

13.2. Servicio

Definición y Caracterización del Producto

El producto que ofrece SMARTseguros no es un bien tangible; es un servicio, sin embargo, en el mundo moderno de los negocios, los servicios son considerados productos debido a su capacidad para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores (Muñiz, 2019). SMARTseguros ofrece una plataforma digital de intermediación en seguros que combina tecnología y conocimiento del sector para presentar las mejores soluciones aseguradoras a sus clientes.

Componentes Principales del Producto

Interfaz Digital de Primera Clase: La plataforma digital de SMARTseguros es intuitiva, de fácil uso, y permite a los clientes comparar, personalizar y adquirir pólizas de seguro sin tener que enfrentarse a trámites engorrosos o presenciales.

Soluciones Personalizadas: Más allá de las pólizas estándar, la plataforma tiene la capacidad de sugerir y adaptar paquetes de seguros basados en el perfil y las necesidades individuales de cada cliente.

Valores Agregados y Diferenciadores

Tecnología: La digitalización completa del proceso hace que adquirir un seguro sea tan simple como hacer unos pocos clics y además, el uso de la inteligencia artificial y el análisis de datos permite una experiencia personalizada.

Atención al Cliente: Aunque la plataforma es digital, no significa que el cliente esté solo. Asesoramiento experto y atención al cliente están disponibles para resolver dudas, proporcionando así un equilibrio entre tecnología y toque humano.

Actualizaciones Constantes: El mundo de los seguros es dinámico, por lo tanto las coberturas, tarifas y necesidades cambian, es por ello que la plataforma de SMARTseguros está diseñada para evolucionar, garantizando que los clientes siempre tengan acceso a las opciones más actuales y competitivas del mercado.

Perspectivas Futuras

El producto de SMARTseguros, a través de su plataforma digital, redefine la manera en que los millennials interactúan con la industria de seguros. Alineándose con las tendencias de consumo actuales que favorecen la digitalización, la flexibilidad y la personalización, SMARTseguros ha creado un producto que es más que una plataforma sencilla; es una experiencia transformadora en el ámbito de los seguros.

En los últimos años, la demografía millennial ha demostrado una clara inclinación hacia los servicios digitales que no solo satisfacen sus necesidades básicas, sino que también ofrecen una experiencia personalizada y fácil de usar. En regiones como Guayaquil, Samborondón y Daule, esto no es diferente, donde los millennials están en busca de soluciones tecnológicas que les permitan realizar operaciones complejas, como la adquisición de pólizas de seguros, de una manera simplificada y descomplicada.

Tendencias y Preferencias de Consumo

La tendencia predominante entre los millennials es la preferencia por plataformas digitales que ofrecerán un servicio personalizado, rápido y seguro, donde valoran la transparencia y quieren estar informados en cada etapa del proceso de compra, que además están inclinados a utilizar servicios que les permitan tener un control total sobre sus decisiones, sin presiones externas, y que les proporcionen toda la información necesaria para tomar una decisión informada.

En este contexto, valoran las recomendaciones personalizadas basadas en análisis de datos inteligentes, que pueden ayudarle a tomar decisiones mejores informadas basándose en su perfil y necesidades individuales.

Adaptación del Servicio basado en Insights de Design Thinking y Estudio de Mercado

En la fase de empatía del Design Thinking, se identifican varios insights críticos que destacan la necesidad de un servicio fácil de usar, rápido y personalizado y basándose en estos insights, SMARTseguros ha diseñado una interfaz digital de primera clase que es intuitiva y elimina trámites engorrosos y presenciales, revolucionando la forma en que los millennials interactúan con los servicios de seguros.

El servicio de SMARTseguros ha sido diseñado para ser mucho más que una simple plataforma digital; busca ofrecer una experiencia completa que abarque desde una interfaz amigable hasta soluciones personalizadas adaptadas a las necesidades individuales de cada cliente, esto se traduce en ofrecer paquetes de seguros personalizados que son sugeridos basándose en un análisis profundo del perfil del cliente y sus necesidades individuales.

Para garantizar que el servicio se mantenga al día con las dinámicas cambiantes del mundo de los seguros, se ha incorporado una estrategia de actualizaciones constantes, de modo que los clientes siempre tengan la certeza de acceso a las opciones más actuales y competitivas del mercado, alineándose con las expectativas de los millennials que buscan soluciones modernas y actualizadas.

El estudio de mercado también resaltó la importancia de un equilibrio entre la tecnología y el toque humano, a pesar de la inclinación hacia las soluciones digitales, los millennials también valoran la disponibilidad de asesoramiento experto y atención al cliente para resolver cualquier duda que puedan tener. SMARTseguros, por lo tanto, ofrece atención al cliente excepcional para garantizar que los clientes nunca se sientan solos en su jornada.

13.3. Precio

Introducción y Contextualización

En el competitivo mundo de los seguros digitales, determinar el precio correcto es fundamental para captar y mantener a los clientes, asegurando simultáneamente la viabilidad y rentabilidad del negocio. Para SMARTseguros, la estrategia de precios es esencial para consolidar su propuesta de valor y diferenciarse en el mercado (López, 2020).

La estructura de precios de SMARTseguros ha sido diseñada meticulosamente en función de las investigaciones del mercado y las preferencias del consumidor. Al garantizar precios competitivos para los usuarios y aseguradoras, SMARTseguros no solo busca maximizar su captación y retención de clientes sino también consolidar su posición como un referente en el sector de seguros digitales. Además, al basarse en datos confiables y contrastables, la estrategia de precios refuerza la transparencia y credibilidad de la marca, fomentando la confianza entre todos los actores involucrados.

Desglose de Precios y Justificación

Prima Promedio - \$57,00:

Esta cifra está basada en investigaciones y datos del mercado de seguros, específicamente, esta prima promedio ha sido contrastada y validada con la información contenida en el análisis de mercado de seguros en Ecuador para los ramos de Vida y Accidentes Personales (Mendoza & Velasteguí, 2018).

La elección de una prima promedio de \$57,00 busca reflejar de manera precisa las expectativas y capacidades del público objetivo, ofreciendo coberturas relevantes a un precio competitivo.

Gráfico 1 Segmentación de Seguros Individuales



Fuente: Modelo de segmentación de las cinco compañías más grandes del mercado asegurador de vida y accidentes personales, 2018

Comisión – 16.30% por cada prima

Las aseguradoras que se asocian con SMARTseguros deben considerar este monto como comisión por cada prima colocada a través de la plataforma y dicho porcentaje ha sido calculado con base en datos del mercado que se pueden contrastar en el portal de Federación ecuatoriana de empresas de seguros (FEDESEG, s.f.).

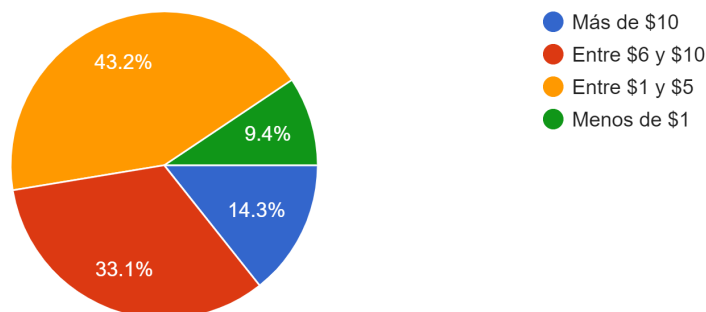
Costo de Transacción en la Aplicación - \$2,50:

El costo de transacción desde el aplicativo ha sido cuidadosamente calibrado en base a las preferencias de los consumidores, con un 43.2% de los encuestados dispuestos a pagar por un aplicativo que gestiona seguros, se optó por establecer un precio que se encuentre dentro de un rango aceptable para la mayoría. Este monto, al ser un valor intermedio entre \$1 y \$5, garantiza que la plataforma pueda generar ingresos sostenibles sin disuadir a los clientes potenciales.

Gráfico 2 Pregunta Encuesta 10

¿Cuál es el rango de precio en dólares estarías dispuesto a pagar por gestionar la contratación de seguros a través de una aplicación móvil eficiente y segura?

384 respuestas



Fuente: Resultados Google Forms

FEE (Gastos administrativos) - \$350,00 mensuales:

Las aseguradoras que se asocian con SMARTseguros deben considerar este monto mensual, dicho monto ha sido calculado tomando como base un mínimo de los gastos administrativos promedio que incurren las aseguradoras, incluso por debajo del 1% (0,0073). El FEE garantiza que SMARTseguros pueda mantener una plataforma eficiente y confiable para las aseguradoras, generando valor y facilitando su interacción con los clientes.

Los gastos de administración en el que incurren las aseguradoras equivalen al 30,70% para asistencia médica y accidentes personales, este precio tiene como referencia los datos del mercado que se pueden contrastar en el portal de FEDESEG. (FEDESEG, s.f.).

Tabla 1 Equivalencia Gastos Administrativos

	Prima neta emitida	Gastos administración
VIDA INDIVIDUAL	28.901.631	14.617.028
ACCIDENTES PERSONALES	91.241.053	22.266.296
Totales	120.142.684	36.883.324
Equivalencia		30,70%

13.4. Distribución

Definición y Contextualización del canal de Distribución

"Plaza" en el contexto del marketing mix se refiere a cómo y dónde un producto o servicio se distribuye y se pone a disposición del cliente final (Correa, 2014). En el caso de SMARTseguros, su canal de distribución es primordialmente digital, lo que redefine y optimiza la manera en que los consumidores acceden a los servicios de seguros.

Características Principales del Canal de Distribución

Plataforma Online de Acceso Universal: SMARTseguros opera a través de una plataforma digital que puede ser accesible desde cualquier dispositivo con conexión a Internet, ya sea una computadora, tableta o teléfono inteligente y esta ubicuidad garantiza que los clientes puedan acceder a los servicios de seguros en cualquier momento y lugar, brindando una comodidad sin precedentes.

Tiendas digitales: Para acceder a la plataforma digital o aplicativo de SMARTseguros el canal de distribución son las tiendas online para aplicaciones, tales como App Store y Play Store.

Integración con Aseguradoras: La plataforma actúa como un intermediario digital entre los clientes y una variedad de aseguradoras, ofreciendo un catálogo amplio y diverso de pólizas y coberturas, de tal modo que se permite a los usuarios comparar y seleccionar la opción que mejor se adapta a sus necesidades.

Proceso Simplificado: Dado que la plataforma maneja toda la interacción con el cliente, desde la consulta inicial hasta la compra de la póliza, se eliminan muchos de los obstáculos y fricciones habituales con la adquisición de seguros.

Ventajas del Canal Digital

Escalabilidad: A diferencia de las agencias de seguros tradicionales que pueden requerir sucursales físicas para expandirse, SMARTseguros tiene la capacidad de escalar y adaptarse rápidamente a nuevas audiencias y mercados simplemente ampliando su presencia en línea.

Eficiencia Operativa: Las operaciones digitales permiten a la empresa reducir costos asociados con infraestructura física, personal y otros gastos operativos, lo que a su vez puede traducirse en precios más competitivos para los clientes.

Acceso a Datos Valiosos: Al operar digitalmente, SMARTseguros puede recolectar y analizar datos sobre el comportamiento y preferencias de sus clientes, lo que puede ser vital para optimizar la experiencia del usuario y adaptar la oferta de productos en consecuencia.

Desafíos y Consideraciones:

Confiabilidad Tecnológica: Para mantener la confianza y satisfacción del cliente, es esencial garantizar que la plataforma esté siempre disponible, sea segura y funcione sin problemas.

Competencia en el Espacio Digital: Dado que el ámbito digital reduce las barreras de entrada, es probable que surjan competidores, en ese contexto SMARTseguros debe continuar innovando y diferenciándose para mantener su posición líder.

Adaptabilidad a Cambios Tecnológicos: La tecnología evoluciona rápidamente y para mantenerse relevante, la plataforma debe adaptarse a las nuevas tendencias y expectativas de los consumidores, como la integración con asistentes virtuales, chatbots avanzados o sistemas de pago emergentes.

13.5. Promoción y Comunicación

13.5.1. Nombre de la empresa

El nombre SMARTseguros se seleccionó cuidadosamente para reflejar la esencia y los valores fundamentales de la empresa. No solo es fácil de recordar y pronunciar, sino que también transmite de forma concisa la propuesta de valor única de la compañía.

SMART, en inglés, significa inteligente, lo cual indica que el uso de la aplicación resultará en decisiones bien fundamentadas y beneficiosas para el usuario. Pero, además, este término funciona como un acrónimo que destaca las principales ventajas que ofrece la aplicación:

Solución: La 'S' hace referencia a "Solución". SMARTseguros ofrece una solución integral a los usuarios que buscan cotizar, comparar, contratar y gestionar seguros, ya que proporciona un servicio de asesoramiento, llevando a cabo todo el proceso de búsqueda y comparación para el usuario, ofreciéndole así un camino despejado y fácil de seguir.

Más ágil: La 'M' de " Más ágil " subraya la velocidad y eficiencia del servicio. A través de la aplicación, los usuarios pueden obtener cotizaciones y contratar seguros en cuestión de minutos, sin tener que lidiar con los largos procesos que implican las formas tradicionales.

Asequible: La 'A' corresponde a "Asequible". SMARTseguros permite a los usuarios comparar diversas opciones y elegir la que más se ajuste a su presupuesto y necesidades y de esta manera, contribuye a la economía de los usuarios.

Respeto: La 'R' de "Respeto" destaca el compromiso por brindar información con la transparencia del servicio. SMARTseguros proporciona a los usuarios información completa y detallada sobre los seguros disponibles, permitiendo tomar decisiones informadas y evitando las letras pequeñas y condiciones ocultas.

Tecnología: La 'T' de " Tecnología " indica que la propuesta de SMARTseguros es un producto de la era digital, ofreciendo un servicio eficiente y de fácil acceso mediante el uso de la tecnología.

En cuanto a 'seguros', se refiere directamente al sector al que la empresa presta servicio. En conjunto, SMARTseguros representa una opción inteligente, transparente y rentable para los usuarios que buscan un manejo eficiente y sin complicaciones de sus necesidades de seguros, el nombre de la marca transmite fielmente la misión de la empresa: revolucionar y simplificar la forma en que los clientes interactúan con el sector asegurador.

13.5.2. Slogan y logotipo

Slogan

Figura 1 Slogan SMARTseguros



Tu primer bróker digital

Fuente: Elaboración Propia

Las razones detrás del slogan son las siguientes:

1. Evolución Digital y Tendencia del Mercado:

La era digital ha transformado la forma en que los consumidores interactúan con los servicios y productos. Las estadísticas indican un aumento en la adopción digital, especialmente entre los millennials, quienes valoran la eficiencia, rapidez y simplicidad que la tecnología puede ofrecer. Al proclamarse como "Tu primer bróker digital", SMARTseguros se

coloca a la vanguardia de esta tendencia, alineándose con las expectativas de un público que busca soluciones digitales para sus necesidades.

2. Diferenciación de la Competencia:

El mundo de los seguros es vasto y variado, con muchas empresas que ofrecen soluciones similares, el eslogan señala un aspecto distintivo de SMARTseguros, es decir, su adhesión completa al espacio digital. Al afirmar ser el "primer" bróker digital, la empresa no solo destaca su enfoque tecnológico, sino que también sugiere una posición pionera en este ámbito.

3. Eficiencia y Conveniencia:

La palabra "digital" evoca imágenes de rapidez, accesibilidad y conveniencia. Para un consumidor que detesta los trámites presenciales y valora el uso de la tecnología usuario en la contratación de servicios, ser digital implica una experiencia de más fluida y eficiente, el eslogan refuerza este valor, prometiendo una experiencia libre de complicaciones.

4. Modernidad y Juventud:

La orientación hacia un público millennial se refuerza con el eslogan. Los millennials están creciendo, adquiriendo propiedades y buscando proteger su patrimonio y salud y al llamarse a sí mismo el "primer bróker digital", SMARTseguros se presenta como una opción fresca, moderna y en sintonía con la mentalidad de esta generación.

5. Valor Agregado:

"Tu primer bróker digital" no solo destaca la faceta digital de la empresa, sino que también implica un compromiso con la educación y el apoyo al cliente. Para muchos, el mundo de los seguros puede ser confuso y abrumador. Al posicionarse como el "primer" bróker en el viaje digital de un cliente, SMARTseguros sugiere una relación en la que guían y asisten a sus clientes a través del proceso, haciendo que la experiencia sea más comprensible y manejable.

El eslogan "Tu primer bróker digital" encapsula la propuesta de valor única de SMARTseguros, reflejando su compromiso con la innovación, la conveniencia, y sobre todo, con un público joven y tecnológicamente hábil que busca soluciones modernas para sus necesidades de seguros y es una afirmación audaz de la posición de la empresa en el mercado y de su visión de futuro en la industria de seguros.

Logotipo

Figura 2 Logotipo SMARTseguros



Fuente: Elaboración Propia

El logotipo de SMARTseguros, al igual que su nombre, ha sido cuidadosamente diseñado para reforzar los valores de identidad y los fundamentos de la empresa. Compuesto por un icono y por las palabras SMARTseguros, el diseño del logotipo es moderno y distintivo, reflejando su enfoque innovador y su adopción de la tecnología.

El punto destacado del logotipo es el icono con la letra "M", que ha sido diseñado para parecer un techo. Este diseño no es casual, simboliza la protección y cobertura que SMARTseguros proporciona a sus usuarios. Al igual que un techo proporciona refugio y seguridad, SMARTseguros se esfuerza por proporcionar un escudo de protección financiera a sus usuarios, protegiéndolos contra imprevistos y riesgos. Este detalle enfatiza la promesa de la empresa de proporcionar tranquilidad a sus usuarios a través de su gama de seguros.

El nombre SMARTseguros estará formado por un tipo de letra recta y condensada lo que comunicara seriedad solidas sin dejar de ser agiles, son ideales para proyectar mucha personalidad con un toque actual y seguir viéndose serios.

El logotipo de SMARTseguros es un reflejo visual de su compromiso con la protección, la flexibilidad, la tecnología y la innovación, ya que a través de su diseño, la empresa transmite su misión de proporcionar una opción de seguro inteligente, transparente y rentable, que se adapta a la era digital ya las necesidades cambiantes de sus usuarios y es al mismo tiempo el icono que figurará en los SMARTseguros, cuando tengan la opción de descarga en las tiendas digitales.

Variaciones al Logotipo

Figura 3 Variaciones al logotipo SMARTseguros



Fuente: Elaboración Propia

Descripción de los Colores

Figura 4 Pantone Logotipo SMARTseguros



Fuente: Elaboración Propia

La elección de una paleta de colores para una marca es una tarea de gran importancia que juega un papel crucial en la creación de una identidad visual coherente y efectiva. En el caso de SMARTseguros, la selección de un color azul (#164194), contrastando con un color amarillo (#F9B000), muy significativos y están en línea con el mensaje y los valores que la marca busca transmitir.

El color azul se asocia Inteligencia, Integridad, confianza, seguridad, serenidad. Es un color fuerte que emana respeto y solides una cualidad que es importante para SMARTseguros.

El Color amarillo se asocia felicidad, amistad, optimismo, velocidad, agilidad, lo que da una percepción de ser cálidos en cuanto al trato personal y representa el compromiso por servir de SMARTseguros a sus usuarios en proporcionar información veraz y completa sobre seguros.

Adicional tendrá su aplicativo en colores blanco y versión en negro para aplicativo en contraste con colores fuertes o colocar sobre imágenes dependiendo de la necesidad o lo que lo que se quiere comunicar visualmente.

13.5.3. Plan de Medios y presupuesto

La promoción es esencial para crear conciencia, atraer y retener clientes. Para una empresa digital como SMARTseguros, la estrategia de promoción debe ser dinámica, enfocada y coste-efectiva (Coutinho, 2017). Con un presupuesto mensual de \$750 durante el primer año, es crucial maximizar el impacto en el target: millennials con propiedades y preocupaciones por su patrimonio y bienestar.

En la era digital, la promoción a través de aplicaciones populares no solo proporciona un medio eficaz para llegar al público objetivo, sino que también permite una segmentación precisa, garantizando que el mensaje de la marca llegue a aquellos más propensos a adoptar y beneficiar del servicio ofrecido y dada la segmentación demográfica de SMARTseguros,

enfocándose en los Millennials de Guayaquil, Samborondón y Daule, es crucial seleccionar plataformas que resuenen con este público específico.

Instagram: Esta red social visual es altamente popular entre los Millennials, ya que esta herramienta publicitaria permite segmentar por ubicación geográfica, intereses y comportamientos, asegurando que la promoción llegue específicamente a los Millennials de las áreas objetivo.

TikTok: Como una de las aplicaciones de más rápido crecimiento en el mundo, TikTok tiene una gran influencia entre los más jóvenes de la generación Millennial. La creación de contenidos cortos, atractivos y virales puede ser una estrategia esencial para SMARTseguros.

Spotify: Si bien es una plataforma de música, su vasta adopción por parte de los Millennials y las capacidades de segmentación de anuncios pueden convertirla en un medio eficaz para llegar a este grupo demográfico.

En cuanto a integración con otras aplicaciones, existen aplicaciones de Comercio Electrónico, en las que se busca establecer alianzas promocionales con aplicaciones de comercio electrónico populares en las regiones objetivo puede ser beneficioso y al entender que los Millennials tienden a realizar compras en línea, ofrecer descuentos o promociones a través de estas plataformas puede aumentar la visibilidad y adopción.

Las aplicaciones de Finanzas y Fintech, también representan la integración con otras aplicaciones, considerando que SMARTseguros opera en el espacio Insurtech, una integración o promoción cruzada con aplicaciones Fintech podría ser relevante y atractiva para el público objetivo. Sobre las tácticas de segmentación, una alternativa son los anuncios Geolocalizados, ya que a través de las capacidades de segmentación geográfica, es posible dirigir promociones específicamente a usuarios en Guayaquil, Samborondón y Daule, optimizando así el presupuesto de marketing.

La publicidad basada en intereses permite segmentar a usuarios según sus intereses, como "seguros", "finanzas personales", o "tecnología", lo que puede ser relevante para SMARTseguros.

Durante el análisis contemporáneo de marketing digital, trabajar con influencers y líderes de opinión ha surgido como una estrategia viable y, a menudo, sumamente eficaz para alcanzar a públicos específicos, en el caso de SMARTseguros, cuyo objetivo es cautivar a la demografía Millennial en áreas específicas de Ecuador, la colaboración con personalidades

locales puede jugar un papel crucial en la construcción de una comunicación más efectiva y genuina.

Como análisis de la viabilidad, se puede presentar como ventajas; la conexión local, donde los influencers y líderes de opinión locales tienen una profunda comprensión de la cultura y las preferencias de la localidad, cuyo endoso puede establecer una conexión más profunda y genuina con el público objetivo, otra ventaja es la confianza y la credibilidad, considerando que los Millennials tienden a confiar más en las recomendaciones de influencers que en la publicidad tradicional, cada una de las personalidades locales, que ya han establecido un vínculo de confianza con su audiencia, pueden transmitir credibilidad y confianza hacia SMARTseguros.

Como ventaja la colaboración con influencers locales permite una segmentación demográfica precisa, asegurando que el mensaje de la marca llegue directamente a los Millennials de Guayaquil, Samborondón y Daule, en contraste y como desventaja, la dependencia del Influencer a SMARTseguros a la reputación del mismo y podría verse afectada la empresa por cualquier controversia o problema relacionado con el influencer.

Otra desventaja es que los influencers con un número significativo de seguidores pueden cobrar tarifas elevadas por campañas promocionales y aunque las campañas de influencer marketing pueden generar un impacto significativo, medir el retorno de la inversión (ROI) de manera precisa puede ser un desafío.

Ante la información expuesta es fundamental seleccionar influencers que resuene bien con los valores de SMARTseguros y que tengan una audiencia significativa en la demografía objetivo, que sean colaboraciones a largo plazo y que permitan establecer colaboraciones a largo plazo con influencers puede generar una relación de confianza y crear una imagen de marca más sólida y consistente. SMARTseguros aspira generar contenido valioso, que planea incentivar a los influencers a crear contenido que no sea solo promocional sino que también ofrezca valor e información, estableciendo a SMARTseguros como una fuente confiable en el sector Insurtech.

Plan de Medios

Redes Sociales (40% del presupuesto - \$300):

- Objetivo: Aumentar la visibilidad y el compromiso con los millennials.
- Táctica: Publicidad pagada en Facebook e Instagram, que incluye anuncios gráficos y videos cortos que destaquen la facilidad y conveniencia de usar SMARTseguros.

- Métricas Clave: Clics, conversiones y compromiso con el contenido.

Marketing por correo electrónico (20% del presupuesto - \$150):

- Objetivo: Retención y fidelización de clientes.
- Táctica: Envío de boletines mensuales con consejos sobre seguros, ofertas especiales y actualizaciones de la plataforma.
- Clave Métricas: Tasa de apertura, tasa de clics y conversiones.

Publicidad en línea (30% del presupuesto - \$225):

- Objetivo: Aumentar el tráfico web y la conversión.
- Táctica: Google Ads, con un enfoque en palabras clave relacionadas con seguros y soluciones digitales.
- Métricas Clave: Clics, impresiones y retorno de la inversión (ROI).

Colaboraciones y Afiliados (10% del presupuesto - \$75):

- Objetivo: Expandir el alcance a través de terceros.
- Táctica: Establecer asociaciones con blogs y plataformas digitales que se alinean con el público objetivo de SMARTseguros.
- Métricas Clave: Referencias, conversiones a través de afiliados y compromiso.

Métodos de Evaluación

Con una inversión constante en promoción, es crucial evaluar periódicamente el rendimiento de cada canal. Utilizando herramientas analíticas y pruebas A/B, SMARTseguros puede ajustar sus tácticas para garantizar que cada dólar gastado genere el máximo retorno.

El plan de promoción de SMARTseguros, con un presupuesto enfocado y bien distribuido, tiene como objetivo penetrar efectivamente en el mercado, atraer a los millennials y construir una base de clientes leales, al combinarse tácticas tradicionales con enfoques digitales innovadores, SMARTseguros está bien posicionado para maximizar su impacto y convertirse en el bróker digital líder en la industria de seguros.

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El entorno asegurador ecuatoriano, a pesar de su vital importancia, se ha enfrentado a desafíos habituales en cuanto a la adaptabilidad y modernización, los antecedentes señalan una marcada dependencia de metodologías convencionales, dejando a un lado las oportunidades y ventajas que ofrecen las herramientas y plataformas digitales y esta laguna tecnológica ha creado una problemática evidente: una brecha entre las expectativas de una generación crecientemente digitalizada y las soluciones tradicionales del sector asegurador.

Muchos ecuatorianos, especialmente millennials, han mostrado una inclinación hacia servicios que se alinean con sus estilos de vida digitales, buscando procesos más rápidos, transparentes y accesibles y ante esta tendencia surge la imperante necesidad de desarrollar un proyecto como SMARTseguros, no solo para satisfacer una demanda actual sino para liderar la transformación digital del sector asegurador en el país. La justificación es doble: por un lado, responder a las necesidades de un mercado que clama por soluciones innovadoras y, por otro, posicionarse como pioneros en una era digital que redefine continuamente las reglas del juego en el mundo empresarial.

SMARTseguros no es solo una respuesta a ese vacío en el mercado ecuatoriano, sino que capitaliza una demanda palpable de soluciones digitales en el sector asegurador. Al ofrecer una plataforma intuitiva y centrada en el cliente, se posiciona como una fuerza revolucionaria en un campo habitualmente rígido, la adopción de la metodología Design Thinking ha permitido una transición más suave hacia la digitalización, ofreciendo una experiencia centrada en el cliente, entendiendo las necesidades y preferencias de los usuarios y SMARTseguros ha logrado captarlas, priorizando seguros relevantes como salud y vida.

Tras analizar las aspiraciones y preferencias de los usuarios en Ecuador mediante el Estudio de Mercado, se evidencia un consenso sobre la relevancia de los seguros, destacando especialmente los de salud y vida, en cuanto a características resalta la transparencia, adaptabilidad de coberturas y precios competitivos son esenciales en la plataforma para cumplir con las expectativas del público. Hay un claro interés en la digitalización de la contratación de seguros, demostrando la pertinencia de una solución digital en el ámbito asegurador y además, la voluntad de pagar una tarifa por un servicio digital de calidad indica un potencial modelo de negocio lucrativo.

Es notable que los millennials valoran la transparencia, la facilidad de uso y la personalización, lo que destaca el acierto del aplicativo SMARTseguros en centrarse en estos

aspectos cruciales, facilitando no solo la contratación de seguros sino también proporcionando una experiencia de usuario elevada, alineada con sus expectativas y necesidades y además, su apertura hacia una experiencia digital completa en la contratación de seguros resalta una oportunidad dorada para revolucionar y capturar significativamente este nicho de mercado que está, claramente, listo y dispuesto a adaptarse a soluciones innovadoras y eficientes.

El modelo de negocio SMARTseguros ha diseñado un plan de marketing robusto, orientado a satisfacer las necesidades de un mercado ecuatoriano en plena transformación digital, dentro del marketing Mix, se destaca como producto una aplicación móvil innovadora que facilita el acceso y gestión de seguros, poniendo especial énfasis en la experiencia del usuario, con un diseño intuitivo y adaptado a las tendencias actuales, en cuanto al precio, la estructura tarifaria se ha establecido en el Fee de las aseguradoras, la comisión por colocación de seguros y el costo de transacción para operaciones en la aplicación, alineado con la disposición de pago de los usuarios.

En cuanto al canal de distribución se definió la aplicación móvil, facilitando el acceso a seguros en cualquier momento y lugar, lo que democratiza el acceso y agiliza los procesos, eliminando intermediarios y barreras física y con un presupuesto inicial durante el primer año, SMARTseguros se propone llegar a su público objetivo a través de medios digitales, principalmente, aprovechando las ventajas de segmentación y personalización que ofrecen.

La estrategia competitiva de SMARTseguros se centra en establecer alianzas estratégicas y acuerdos a largo plazo con aseguradoras, dando a la plataforma un mayor control sobre los precios y condiciones de los seguros. Esto, combinado con la oferta digital centrada en el cliente, posiciona a SMARTseguros no solo como un simple bróker digital, sino como un facilitador y revolucionario en la industria de seguros del Ecuador.

Desde el aspecto Legal y Técnico, se puede concluir que el respeto por las regulaciones vigentes y un sólido análisis técnico garantizan que la plataforma no solo sea innovadora, sino también segura y legalmente viable, al mismo tiempo la inversión en infraestructura técnica asegura una plataforma robusta y resistente a fallos. Con indicadores como una Tasa Interna de Retorno del 43,57%, es evidente que SMARTseguros no solo es una solución innovadora, sino también un modelo de negocio viable y rentable a largo plazo.

Como recomendaciones es fundamental que SMARTseguros no descansa, debe continuar evolucionando y adaptándose a las cambiantes necesidades del mercado, esto implica revisiones periódicas y adaptaciones ágiles, desde el punto de vista de marketing, es

necesario recoger el Feedback del Usuario, ya que las opiniones y experiencias de los usuarios son valiosas, esto mediante la implementación de encuestas de retroalimentación puede brindar insights críticos para mejoras y refinamientos desde cada una de las plataformas en redes sociales.

Para asegurar una mejora e innovación continua, es esencial que SMARTseguros se mantenga en una búsqueda constante de entender y adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado millennial, en primer lugar, se recomienda establecer un mecanismo de retroalimentación constante con los usuarios para identificar áreas de mejora y oportunidades de innovación, lo que podría implementarse a través de encuestas periódicas, grupos focales y/o canales abiertos para comentarios y sugerencias.

Además, es prudente adoptar una estrategia de desarrollo ágil que permita una implementación rápida de mejoras y nuevas características basadas en las demandas y necesidades de los usuarios y esta línea, se recomienda la creación de un laboratorio de innovación interno, un espacio donde se puedan probar nuevas funcionalidades, integraciones y tecnologías, asegurando así que SMARTseguros esté siempre a la vanguardia.

En cuanto a las estrategias específicas, sería provechoso explorar colaboraciones y partenariados con otras empresas y startups, creando sinergias que aporten valor adicional a los usuarios, como por ejemplo, ofrecer descuentos en servicios relacionados o integrar funcionalidades que faciliten la administración de sus pólizas de seguros. y bienes asegurados.

Finalmente, se recomienda el desarrollo de campañas de concienciación y educación financiera que ayuden a los millennials a comprender mejor los beneficios y necesidades de contar con seguros adecuados, utilizando para ello formatos atractivos y modernos, como web series, infografías interactivas o podcasts.

Durante mi formación universitaria, llegué a comprender profundamente la importancia del aprendizaje académico en relación con la planificación de marketing, la posición estratégica y el marketing Mix para cualquier modelo de negocio, la planificación de marketing no es simplemente la creación de estrategias de promoción, sino un estudio meticuloso que dicta el rumbo que una empresa debe seguir para alcanzar sus objetivos comerciales y esta planificación se apoya en gran medida en la posición estratégica, que define cómo quiero que mi marca sea percibida en el mercado, garantizando una ventaja competitiva y un reconocimiento distintivo en la mente del consumidor.

El marketing Mix, compuesto por los famosos cuatro P's -producto, precio, plaza y promoción-, es una herramienta esencial que aprenderá a manejar con destreza, ya que es el conjunto de herramientas que permite llevar a cabo la estrategia previamente definida, cada elemento debe ser cuidadosamente analizado y adaptado según el público objetivo y el contexto del mercado, esta formación no solo ha enriquecido mi perspectiva profesional, sino que ha establecido un sólido fundamento sobre el cual construir y adaptar modelos de negocios exitosos en el mundo real.

15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BCE. (2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- CEPAL. (28 de 04 de 2021). Obtenido de Tecnologías digitales para un nuevo futuro: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/46816>
- CIG. (2021). Transformación digital . *Revista Industrias*, https://issuu.com/industrias/docs/revista_industrias_mayo_2021.
- Cohen, W. (2001). *El Plan de Marketing*. Ediciones Deusto 3ra Edición.
- Correa, L. (11 de 2014). Obtenido de Marketing de Servicio: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unan.edu.ni/3693/1/2745.pdf>
- Coutinho, V. (12 de 2017). Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- DANAconnect. (2021). *DANAconnect Corp*. Obtenido de <https://es.danaconnect.com/el-mapeo-de-procesos-hace-la-transformacion-digital-sea-menos-abstracta/>
- FEDESEG. (s.f.). Obtenido de <https://www.fedese.org/repprimanetaemitida>
- IBM. (08 de 2021). *IBM Corporation*. Obtenido de IBM España, S.A: <https://www.ibm.com/downloads/cas/AYX90073>
- Laoyan, S. (11 de 11 de 2022). *ASANA*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/operational-efficiency>
- Lluna, S. (06 de 04 de 2017). Millennials: ¿Son realmente una generación de nativos digitales? *EL PAÍS*, pág. https://elpais.com/tecnologia/2017/04/05/actualidad/1491420652_610290.html.
- López, V. (25 de 08 de 2020). *Econfinados*. Obtenido de <https://www.econfinados.com/post/marketing-mix-el-precio>
- Mendoza, T., & Velasteguí, I. (2018). Obtenido de UASB: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6001/1/T2494-MAE-Mendoza-Analisis.pdf>
- Muñiz, R. (2019). Obtenido de Marketing en el Siglo XXI: <https://www.marketing-xxi.com/producto-y-precio-33.htm>
- Oliva, F. (03 de 2017). *Deloitte*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/uy/es/pages/strategy-operations/articles/La-transformacion-de-las-companias-de-seguros-en-la-era-digital.html>
- Pinto, F. A. (2007). Planificación Estratégica de Marketing. *Perspectivas*, 67-104.
- Rios, A., & Caizahuano, A. (06 de 2023). Obtenido de Análisis sectorial del periodo 2015 a 2023 de la industria de seguros en Ecuador, basado en un enfoque con inteligencia de negocios: https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/144
- Sanz, B. (16 de 04 de 2020). *Telefónica Tech*. Obtenido de <https://telefonicatech.com/blog/eficiencia-operativa>
- Vanner, C. (26 de 03 de 2020). *BIZAGI*. Obtenido de <https://www.bizagi.com/es/blog/servicios-financieros/5-procesos-para-las-aseguradoras-tansformados-por-la-automatizacion-digital-de-procesos>