



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO
“SMARTSEGUROS”:
GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

ARAUJO ORRALA VICENTE ALFREDO

Tutoría por: Arauz Arroyo Oswaldo Orlando

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Septiembre, 2023

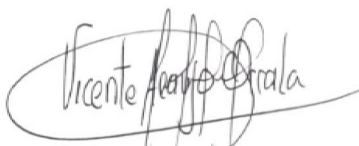
2. CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN

CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Araujo Orrala Vicente Alfredo declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el autor del trabajo de titulación “Modelo de Negocio SMARTSEGUROS: Gerencia de Estudio De Mercado”, 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 Atoche Moreno Carlos Gabriel, 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.



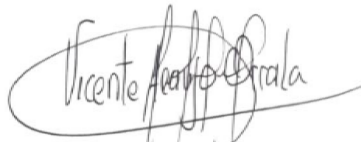
Araujo Orrala Vicente Alfredo

0924424419

Declaro que

Yo, Araujo Orrala Vicente Alfredo en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Modelo de Negocio SMARTSEGUROS: Gerencia de Estudio De Mercado” 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.

A handwritten signature in black ink, enclosed in a thin oval. The signature reads "Vicente Alfredo Araujo Orrala".

Araujo Orrala Vicente Alfredo

0924424419

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, bróker digital.

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: ESTUDIO DE MERCADO	14
13.1.	Estudio de Mercado	14
13.1.1.	<i>Investigación de mercado</i>	14
13.1.1.1.	Objetivo General	14
13.1.1.2.	Objetivos Específicos	14
13.1.1.3.	Población	15
13.1.1.4.	Muestra	17
13.1.1.5.	Diseño de la Investigación	18
13.1.1.6.	Desarrollo de Técnicas de Investigación	19
13.1.1.7.	Resultados de la investigación	22
13.2.	Análisis	36
13.2.1.	<i>Mercado Objetivo y potencial</i>	36
13.2.2.	<i>Mapa de la competencia</i>	38
13.3.	Análisis de las 5 Cs	39
13.3.1.	<i>Contexto</i>	39
13.3.2.	<i>Compañía</i>	44
13.3.3.	<i>Clientes</i>	47
13.3.4.	<i>Competencia</i>	48
12.3.5	<i>Colaboradores</i>	52
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
15.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61

16. ANEXOS	63
16.1. Guía de Preguntas Encuesta	63
16.2. Respuestas Focus Group	69
16.3. Respuestas Entrevistas	74
16.4. Estadísticas del sector	82

7. ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Pregunta Encuesta 1	23
Gráfico 2 Pregunta Encuesta 2	23
Gráfico 3 Pregunta Encuesta 3	24
Gráfico 4 Pregunta Encuesta 4	24
Gráfico 5 Pregunta Encuesta 5	25
Gráfico 6 Pregunta Encuesta 6	25
Gráfico 7 Pregunta Encuesta 7	26
Gráfico 8 Pregunta Encuesta 8	26
Gráfico 9 Pregunta Encuesta 9	26
Gráfico 10 Pregunta Encuesta 10	27
Gráfico 11 Pregunta Encuesta 11	28
Gráfico 12 Pregunta Encuesta 12	28
Gráfico 13 Pregunta Encuesta 13	29
Gráfico 14 Pregunta Encuesta 14	29
Gráfico 15 Pregunta Encuesta 15	30
Gráfico 16 Mapa de Competencia	39

8. INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Caracterización por segmentos de la población	17
Tabla 2 Tabla de variables entrevistas	32
Tabla 3 Tabla de variables grupo focal	35
Tabla 4 Caracterización mercado objetivo y potencial	36

9. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 FODA SMARTseguros	47
Figura 2 Competencia Presentación Modo PC	49
Figura 2 Competencia Plataforma Modo Móvil	50
Figura 4 Las 5 Fuerzas de Porter	51
Figura 5 Colaboradores	55

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, Banco Central del Ecuador, 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: ESTUDIO DE MERCADO

13.1. Estudio de Mercado

13.1.1. Investigación de mercado

13.1.1.1. Objetivo General

El objetivo general de la presente investigación de mercado es evaluar 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 las zonas urbanas de Guayaquil, Samborondón y Daule, del grupo demográfico generacional millennials, con acceso a internet y de los niveles socioeconómicos B y C+.

13.1.1.2. Objetivos Específicos

1. Determinar el tamaño del mercado potencial de **usuarios** para la aplicación móvil de seguros, analizando el número del mercado ecuatoriano de las zonas urbanas de Guayaquil, Samborondón y Daule, del grupo demográfico generacional millennials, con acceso a internet y de los niveles socioeconómicos B y C+.
2. Determinar el tamaño del mercado potencial de **aseguradoras** para la aplicación móvil de seguros, analizando el número del mercado ecuatoriano.
3. Identificar las barreras y desafíos que podrían afectar la implementación de la aplicación.
4. Recopilar comentarios y sugerencias de los usuarios para mejorar la experiencia de la aplicación, identificando características o funcionalidades adicionales que podrían ser valoradas por los usuarios.
5. Evaluar la percepción de los usuarios sobre la conveniencia y utilidad de la aplicación, analizando factores como la facilidad de uso, la variedad de ramos de seguros disponibles en la App y la agilidad del proceso.
6. Medir la disposición del usuario objetivo a utilizar una plataforma digital para cotizar, comparar, contratar y solicitar reclamaciones de seguros y además pagar por ello.
7. Medir la disposición de las aseguradoras a formar parte de una plataforma digital para cotizar, comparar, contratar y solicitar reclamaciones de seguros y además pagar por ello.
8. Determinar los canales con los que la audiencia es más receptiva para saber más acerca de la propuesta de valor.
9. Realizar un análisis comparativo de la competencia existente en el mercado de seguros en Ecuador, evaluando las fortalezas y debilidades de otras aplicaciones o servicios similares e identificando oportunidades para destacar y diferenciarse.

13.1.1.3. Población

En cuanto a usuarios que potencialmente podrían descargar y utilizar el aplicativo, la población seleccionada para el presente estudio de mercado comprende a hombres y mujeres de las zonas urbanas de Guayaquil, Samborondón y Daule, del grupo demográfico generacional millennials, con acceso a internet y de los niveles socioeconómicos B y C+.

Los rasgos demográficos de los Millennials conforman el grupo de los nacidos entre 1981 y 1996, las edades oscilan entre los 25 y los 44 años (Wetzler, 2021), sin embargo este perfil también tiene una connotación financiera puesto que la Corporación Financiera Nacional caracteriza a los principales consumidores de servicios financieros como individuos con las edades expuestas, trabajadores asalariados e independientes, individuos con niveles de ingreso y de educación más altos (CFN, 2013). La importancia de este aspecto radica en que las plataformas digitales monetizan únicamente a través de servicios financieros como cuentas y tarjetas.

El Censo Nacional realizado en el año 2010 es el último dato oficial que el portal del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) permite referenciar, dichos documentos muestran las proyecciones poblacionales con corte al 2020, en el caso de las edades el informe expresa rangos acordes al perfil generacional entre los 25 y 44 años, quienes para la provincia del Guayas ascienden a 1`268.995, de los cuales el 71.61% corresponde a Guayaquil, Samborondón y Daule y el 84.77% de ellos pertenece al área urbana (INEC, 2010).

El nivel de acceso a internet también juega un rol elemental para la definición del número poblacional, un informe al 2020 indica que el 80% de la población nacional tiene acceso al internet (MENTINO, 2020). La siguiente segmentación la proporciona el INEC mediante el informe de Estratificación del Nivel Socioeconómico, donde reveló la segmentación del mercado de consumo. Para efectos del perfil poblacional objeto de esta investigación, cabe indicar que el 11,2% se encuentran en el nivel B, mientras que el 22 ,8% tiene estratificación nivel C+, dando una suma total del 34% (INEC, 2011).

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) llevó a cabo la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, una herramienta vital para la estandarización de los instrumentos de estratificación y para una segmentación de mercado precisa, este análisis cubrió a 9.744 hogares en áreas urbanas de ciudades significativas como Quito y Guayaquil, entre otras.

El estudio categorizó a los hogares ecuatorianos en cinco grupos distintos. Se identificó que un 11,2% de los hogares pertenecen al estrato B, mientras que un 22,8% se sitúan en el estrato C+ y estos datos resaltan que una porción considerable de la población se encuentra en estos estratos, lo que justifica centrarse en los sectores B y C+ para el lanzamiento de SMARTseguros, pues se agrupan aquí casi un tercio de los hogares encuestados, representando un mercado significativo con un poder adquisitivo considerable.

La estratificación se logró mediante una evaluación pormenorizada que demostró múltiples variables como las características de las viviendas, nivel educativo, aspectos económicos, bienes, tecnologías de información y comunicación, y hábitos de consumo. Es importante enfatizar que esta segmentación no está vinculada con indicadores de desigualdad o pobreza, sino que busca clasificar a los hogares a través de criterios diferenciados y objetivos múltiples. Esta estrategia garantiza una comprensión más profunda y específica de los diversos grupos socioeconómicos, facilitando la identificación de potenciales usuarios para SMARTseguros en los estratos B y C+.

Finalmente el último filtro para el cálculo es el incremento porcentual resultante de la proyección al 2020 en relación a la población actual que expresa el portal del INEC de 18'296.476, siendo este equivalente al 4.49% (INEC, 2023). La tabla a continuación expresa la información previamente detallada, además de los cálculos porcentuales que permitieron obtener una población de 218.938 habitantes con el perfil requerido.

Tabla 1 Caracterización por segmentos de la población

<i>Hombres y Mujeres, entre 25 y 44 años de la zona urbana de Guayaquil, Samborondón y Daule, con acceso a internet de los sectores socioeconómicos B y C+</i>			
Detalle	Fuente	Equivalencia Porcentual	Cantidad
Población Nacional	Censo INEC 2010, Proyección de la población, por años calendario, periodo 2020	100%	17.510.643
De 25 a 44 años en el Guayas	Censo INEC 2010, Proyección de la población, por provincias, según grupos de edad, periodo 2020	7,25%	1.268.995
De Guayaquil, Samborondón y Daule	Censo INEC 2010, Proyección de la población, por años calendario, según cantones, periodo 2020	71,61%	908.713
De la zona Urbana	Censo INEC 2010, Proyección de la población, por años calendario, según regiones, provincia y sexo. Total del área urbana, periodo 2020	84,77%	770.347
Con acceso a Internet	Boletín MENTINO 2020, Informe nacional de acceso tecnológico	80,00%	616.278
B y C+	Informe INEC 2011, Estratificación del nivel socioeconómico	34,00%	209.534
Crecimiento Total al 2023	Determinación de Proyección con el corte al 2023: 1'8296,473	4,49%	218.938

Fuente: Elaboración Propia

13.1.1.4. Muestra

Luego de obtener el dato poblacional y para aportar validez a la investigación, es necesario realizar el procesamiento de la fórmula estadística que permita determinar el tamaño de la muestra. La muestra representará una parte de la población objetivo, de quienes se tomarán las opiniones y comportamientos de interés para la propuesta (Monkey, 2023).

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Para efectos del presente trabajo de investigación se establece un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Nomenclatura:	n =	tamaño muestra	¿?
	N =	población o universo	218.938
	k =	nivel de confianza	1.95
	p =	probabilidad a favor	0.5
	q =	probabilidad en contra	0.5
	e =	error muestra	0.05
Cálculo:	n=	$(1,95*1,95) *0,5*0,5*218938 / (0,05*0,05) *(218938-1)) + (1,95*1,95) *0,5*0,5$	
Resultado:	n=	384	

El resultado de la fórmula indica que la muestra adecuada es de 384 individuos a ser encuestados.

13.1.1.5. *Diseño de la Investigación*

Metodología: Para dar cumplimiento a los objetivos, el diseño de la presente investigación es de tipo científico ya que parte de la problemática planteada acerca de la necesidad de digitalización de la industria, de acuerdo a la información; es de tipo exploratorio porque recaba datos mediante la búsqueda, de acuerdo al enfoque; es de tipo mixta porque utiliza herramientas de tipo cualitativas y cuantitativas.

La herramienta cuantitativa es la encuesta, mientras que las herramientas cualitativas son las entrevistas a representantes de aseguradoras y grupos focales a potenciales usuarios.

Alcance: El alcance de este diseño de investigación abarca la recopilación y análisis de datos relevantes para evaluar la aceptación de la aplicación móvil de seguros en el mercado ecuatoriano de las zonas urbanas de Guayaquil, Samborondón y Daule de los grupos demográfico millennials. Los objetivos específicos y el diseño propuesto permiten abordar aspectos clave como el tamaño del mercado potencial, las barreras y desafíos.

En cuanto al tamaño del mercado potencial, se busca obtener una estimación precisa del número de usuarios activos en el mercado de seguros en del mercado ecuatoriano de las zonas urbanas de Guayaquil, Samborondón y Daule, de los grupos demográfico millennials y su disposición a adoptar servicios digitales. Esto implica la recopilación de datos demográficos, estadísticas del mercado y la utilización de herramientas de recolección representativas.

El alcance geográfico de la investigación está estratégicamente delineado para abarcar las zonas urbanas preponderantes de Guayaquil, Samborondón y Daule, tres lugares que no solo demarcan el pulso económico y cultural del Ecuador, sino que también albergan una significativa concentración de la población milenaria, nuestra principal. grupo objetivo.

En el caso de Guayaquil, es la ciudad más grande y poblada del país, el núcleo comercial más importante del Ecuador, donde convergen diversas dinámicas sociales y económicas y aquí, el propósito es adentrarse en un mercado potencialmente vasto, caracterizado por una juventud ávida de innovación y digitalización.

Mientras tanto, Samborondón se destaca por ser una de las áreas con mayor crecimiento y desarrollo urbanístico en los últimos años, siendo refugio de una población predominantemente joven, educada y con un buen nivel adquisitivo, lo que la convierte en un terreno fértil para la adopción. de una plataforma digital avanzada como SMARTseguros.

Por último, Daule, una ciudad que combina tradición y modernidad, y que ha experimentado un significativo crecimiento demográfico y urbanístico, se presenta como un espacio propicio donde podemos encontrar una amalgama de potenciales usuarios que buscan soluciones innovadoras y prácticas en el ámbito de los seguros.

La selección de zonas urbanas, en particular, se basa en la conciencia de que es en estas áreas donde la digitalización tiene una presencia más marcada y donde los millennials, nacidos y criados en una era digital, están buscando activamente soluciones tecnológicas para facilitar y asegurar. sus vidas. Además, en estas áreas urbanas, tenemos acceso a infraestructuras más robustas ya un público más acostumbrado al uso de soluciones digitales, lo que puede facilitar una adopción más rápida y exitosa de SMARTseguros.

13.1.1.6. Desarrollo de Técnicas de Investigación

Guía de encuestas potenciales usuarios

La encuesta a la muestra estimada, aspira evaluar la percepción de los usuarios sobre la conveniencia y utilidad de la aplicación, analizando factores como la facilidad de uso y la agilidad del proceso y medir la disposición del usuario objetivo a utilizar una plataforma digital para cotizar, comparar, contratar y solicitar reclamaciones de seguros y además pagar por ello.

El método de recolección será mediante un formulario de llenado digital, expuesto en la plataforma Google Forms y el contenido de la misma se encuentra en el apartado 15.1.de los Anexos.

Guía de entrevistas a profundidad Aseguradoras

La presente guía tiene como meta identificar entre tres representantes de aseguradoras, las barreras y desafíos que podrían afectar la implementación de la aplicación, además de medir la disposición de las aseguradoras a formar parte de una plataforma digital para cotizar, comparar, contratar y solicitar reclamaciones de seguros y además pagar por ello.

Entrevista a profundidad - SMARTseguros

Entrevistador: Plantea la problemática de falta de digitalización en la industria y expone video de propuesta, explicando las ventajas de asociación e indica la relevancia de la participación, en calidad de especialista, para el logro de importantes resultados.

Objetivo: Determinación de barreras de crecimiento

1. ¿Considera la industria de los seguros un mercado en crecimiento?
2. ¿Cuáles considera las principales barreras en la industria para que el crecimiento económico sea exponencial?
3. ¿Considera que la digitalización es una tendencia importante en la industria de los seguros?
4. Según su experiencia, ¿cuáles son las principales barreras o desafíos para adoptar la digitalización en la industria de los seguros?

Objetivo: Determinación de los desafíos

5. En la empresa que representa, ¿qué desafíos asumen para afrontar dichas barreras?
6. ¿Considera un desafío aplicable, la alternativa propuesta, de cambiar la forma tradicional de colocación de seguros por un método totalmente digital y funcional para el usuario? (Como Hopper, Booking, entre otros)
7. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa al intentar implementar soluciones digitales en el proceso de colocación de seguros?
8. ¿Cuáles considera que son las oportunidades que la digitalización puede brindar a su empresa en términos de mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa?

Objetivo: Medir la disposición de asociación

9. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a SMARTseguros una plataforma móvil que permite al usuario conocer las propuestas de las aseguradoras asociadas a la red y elegir la de mayor conveniencia?

10. ¿Estaría interesado en colaborar con SMARTseguros para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?
11. ¿Qué beneficios o ventajas ve en asociarse con SMARTseguros en términos de alcance de mercado y visibilidad para su empresa?

Objetivo: Medir la disposición de pago por asociación, colocación y publicidad

12. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por comisión ante cualquier colocación de seguros?
13. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por comisión? (Como Hopper, Booking, entre otros)
14. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por publicidad dentro de la plataforma?
15. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por publicidad? (Como Hopper, Booking, entre otros)
16. ¿Estaría dispuesto a invertir recursos financieros en la asociación con SMARTseguros para la implementación y mantenimiento de la plataforma digital?
17. ¿Cuál sería un rango adecuado de inversión que estaría dispuesto a considerar para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?
18. ¿Qué tipo de retorno de inversión espera obtener al asociarse con SMARTseguros en términos de generación de leads, aumento de ventas o mejora en la fidelización de clientes?

Guía de grupos focales potenciales usuarios

El análisis a un grupo de cinco personas busca recopilar comentarios y sugerencias de los usuarios para mejorar la experiencia de la aplicación, identificando características o funcionalidades adicionales que podrían ser valoradas por los usuarios, además de entender los ramos más contratados o valorados. También se analiza los canales de difusión para la propuesta de valor.

Grupo Focal - SMARTseguros

Moderador: Expone la relevancia de la participación del grupo para el logro de importantes resultados.

1. ¿Se ha planteado metas personales que involucren la adquisición de bienes materiales?
2. ¿Cree usted que sus bienes y su patrimonio están a salvo en nuestro país?
3. ¿Considera importante salvaguardar su patrimonio mediante un seguro?

4. Aparte de los seguros generales, ¿en qué ramos crees que es más relevante contratar un seguro?
5. ¿Actualmente posee algún tipo de seguro privado?
6. ¿Cuáles considera que son las características más relevantes para contratar un seguro?
7. ¿Qué aspectos le gustaría mejorar de la industria de los seguros?
8. (Mostrar video de propuesta) ¿Estarías dispuesto a cambiaría la forma tradicional de contratar seguros por una experiencia digital como la expuesta en el video?
9. Aparte de las características presentadas en el video, ¿qué otras cualidades te gustaría que tuviera esta aplicación de seguros?
10. ¿Cuáles son los canales predilectos para recibir información relevante acerca de nuestra propuesta de valor y novedades en la industria de seguros?
11. En caso de contratar seguros a través de una plataforma digital fácil, segura y confiable, ¿estarías dispuesto/a a pagar una comisión por el servicio? (Como Hopper, Booking, entre otros)

13.1.1.7. Resultados de la investigación

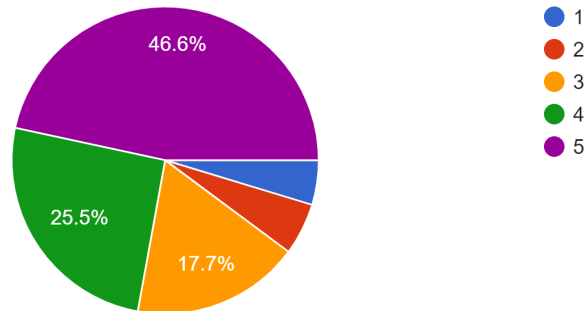
Encuestas potenciales usuarios

Para exponer los principales hallazgos, es necesario clasificar los cuestionamientos en relación a los objetivos planteados. Como apertura y para evaluar la relevancia que la audiencia tiene hacia la contratación de seguros se pidió calificar la importancia de contratar un seguro, a lo que el 46.6% respondió que es extremadamente importante, quienes consideran relevante la contratación en menor grado suman un 43.2% y un porcentaje muy bajo, equivalente al 10.2% considera que no es importante contratar un seguro.

Gráfico 1 Pregunta Encuesta 1

¿Qué nivel de importancia asignarías a contar con un seguro privado en tu vida personal o profesional? (1 siendo nada importante y 5 extremadamente importante)

384 respuestas



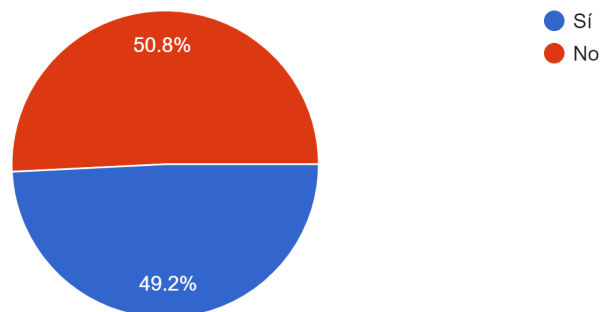
Fuente: Resultados Google Forms

Luego se analizó la cantidad de encuestados que contaban con un seguro privado, 50.8% de la muestra no cuenta con un seguro privado y si al respecto se sentían satisfechos, siendo estos los resultados de ellos solo el 43% está satisfecho con el servicio contratado. Estos indicadores permiten afianzar una de las problemáticas acerca de la falta de cultura en la contratación de seguros privados y se puede relacionar esta práctica con la insatisfacción por las prestaciones costo – beneficio.

Gráfico 2 Pregunta Encuesta 2

¿Actualmente tienes contratado un seguro privado para cubrir aspectos específicos de tu vida personal o profesional?

384 respuestas

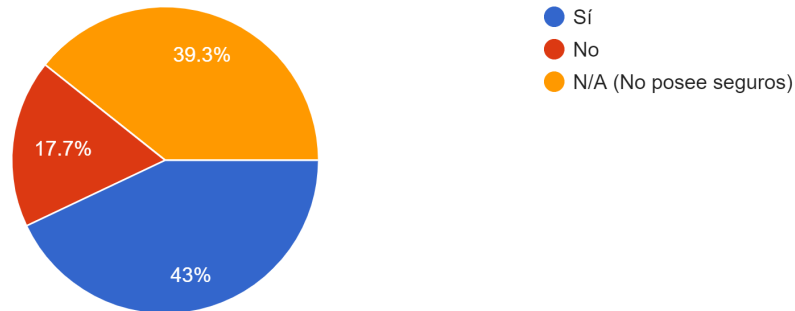


Fuente: Resultados Google Forms

Gráfico 3 Pregunta Encuesta 3

¿Se considera satisfecho con su seguro, en cuanto a la experiencia de cotización, contratación y reclamación?

384 respuestas



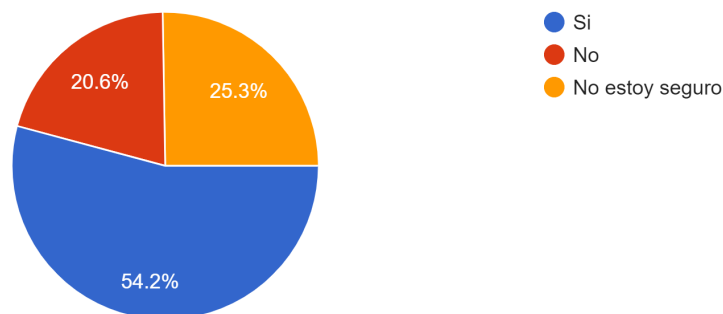
Fuente: Resultados Google Forms

Posteriormente, en consecución a los objetivos encuesta a la muestra estimada, se evaluó la percepción de los usuarios sobre la conveniencia y utilidad de la aplicación, donde el 54.2% manifiesta que se sentiría cómodo gestionando seguros desde un smartphone, en cuanto a la relevancia de un interfaz amigable el 43.8% de los encuestados califica como extremadamente importante que una aplicación sea fácil de usar, seguidos de un 26.8% que lo considera muy importante, estos porcentajes tienen congruencia con los resultados obtenidos del grupo focal, donde los entrevistados valoran la facilidad de los aplicativos móviles al momento de optar por la descarga.

Gráfico 4 Pregunta Encuesta 4

¿Te sentirías cómodo realizando reclamaciones de seguros a través de una plataforma digital?

384 respuestas

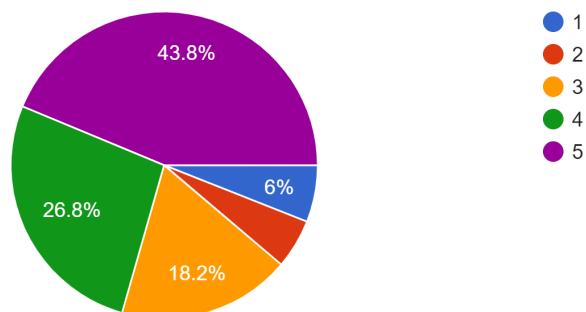


Fuente: Resultados Google Forms

Gráfico 5 Pregunta Encuesta 5

¿Cómo calificarías la importancia de la facilidad de uso en una aplicación de seguros (1 siendo nada importante y 5 extremadamente importante)?

384 respuestas



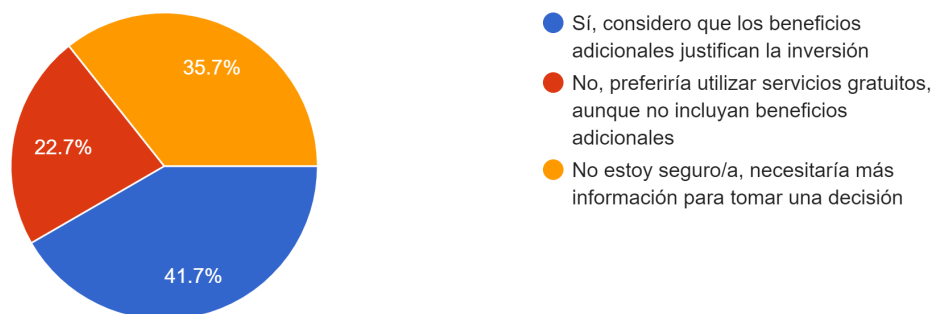
Fuente: Resultados Google Forms

La siguiente pregunta mide la predisposición de pago por parte de los potenciales usuarios, 41.7% afirma que si pagaría por un gestor todo lo relacionado a seguros desde sus smartphones, siempre que los beneficios justifiquen la inversión, el 35.7% no estaría dispuesto a pagar y un 22.7% no está seguro. Las respuestas segmentadas hablan de la necesidad de una propuesta de valor sólida para motivar a los potenciales usuarios a pagar por un servicio de calidad que satisfaga las necesidades.

Gráfico 6 Pregunta Encuesta 6

¿Estarías dispuesto/a a invertir en una aplicación que te brinde beneficios adicionales al momento de cotizar, comprar, contratar seguros y hacer recl...ciones, a pesar de que conlleve un costo adicional?

384 respuestas

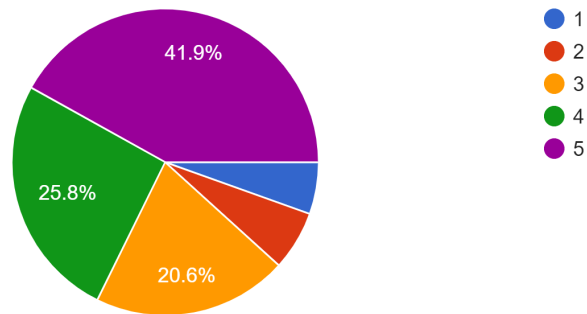


Fuente: Resultados Google Forms

En cuanto a las funcionalidades del aplicativo nuevamente se inclina la muestra hacia el servicio al cliente accesible y eficaz, con el 28.4%, luego el usuario valora la integración de pagos desde la plataforma, con un 19.5%, seguidos por un interfaz de fácil uso y comprensión con el 14.3%. Posteriormente para analizar una potencial selección hacia la propuesta de SMARTseguros, el 37% se inclina por la digitalización de la gestión.

Gráfico 7 Pregunta Encuesta 7

¿Cómo calificarías la importancia de tener un proceso de cotización, comparación y contratación de seguros rápido y sin complicaciones (1 siendo nada importante y 5 extremadamente importante)?
384 respuestas



Fuente: Resultados Google Forms

Gráfico 8 Pregunta Encuesta 8

¿Qué características o funcionalidades te gustaría ver en una aplicación de seguros que te motive a elegirla por encima de otras opciones disponibles?
384 respuestas

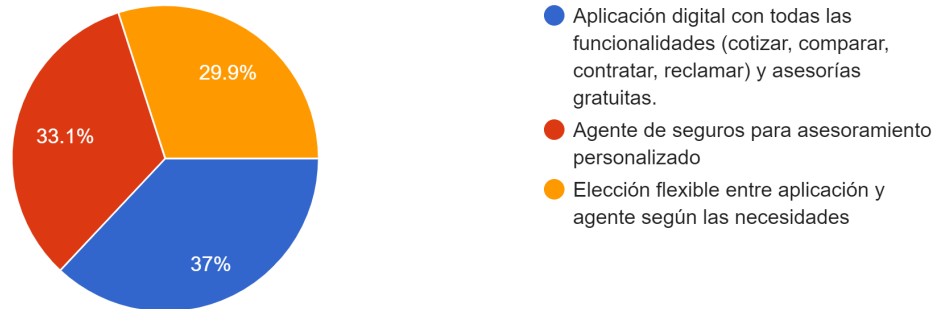


Fuente: Resultados Google Forms

Gráfico 9 Pregunta Encuesta 9

¿Qué características o funcionalidades te gustaría ver en una aplicación de seguros que te motive a elegirla por encima de otras opciones disponibles?

384 respuestas



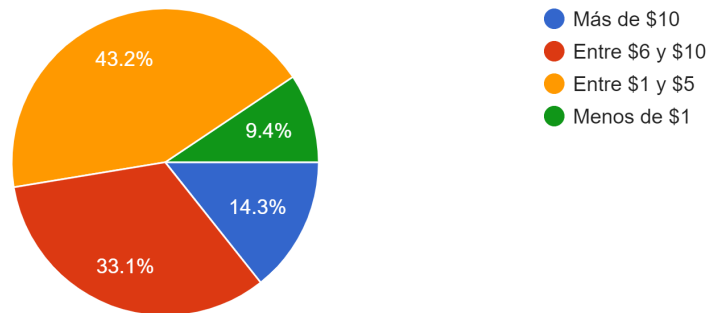
Fuente: Resultados Google Forms

Al analizar la propensión de pago se pudo observar que el 43.2% estaría dispuesto a pagar entre \$1 y \$5 por la gestión de la plataforma, el 33.1% reconoce incluso que podría pagar entre \$6 y \$10, y es apenas un 9.4% que manifiesta que el rango de pago sería menor a \$1.

Gráfico 10 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



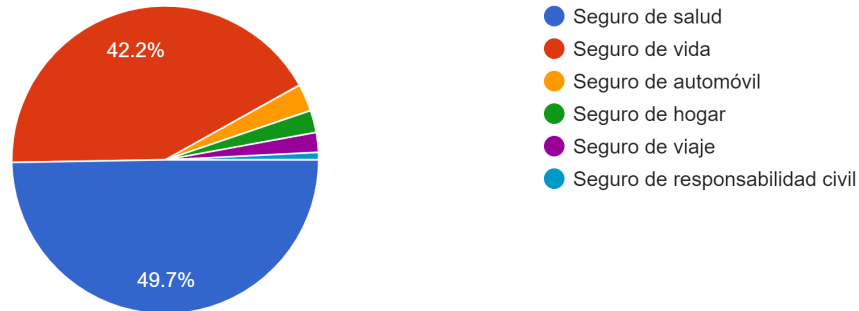
Fuente: Resultados Google Forms

Para saber la tendencia acerca del ramo, se consultó y la respuesta fue que el 49.7% de los encuestados consideran mucho más relevante la contratación de Seguros de Salud y el 42.2% Seguros de Vida. Siendo este análisis un termómetro para identificar con qué ramos puede trabajar SMARTseguros.

Gráfico 11 Pregunta Encuesta 11

¿Qué tipo de seguro consideras más relevante o necesario en tu vida cotidiana?

384 respuestas



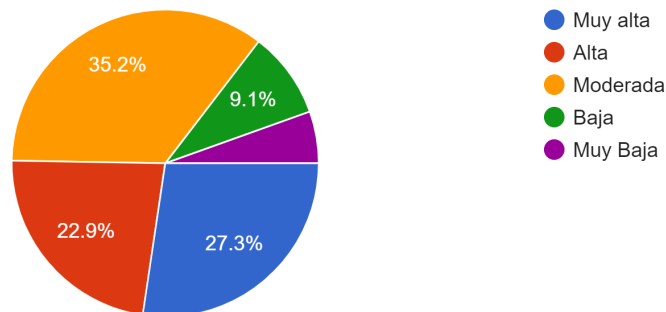
Fuente: Resultados Google Forms

En cuanto al manejo de información se puede observar que existe moderación en el nivel de confianza por utilizar datos dentro del aplicativo en un 35.2%, pero un 50.2% considera altamente seguro la protección de datos dentro del aplicativo.

Gráfico 12 Pregunta Encuesta 12

¿Cuál es tu nivel de confianza en la seguridad y protección de tus datos personales al utilizar una aplicación de seguros?

384 respuestas



Fuente: Resultados Google Forms

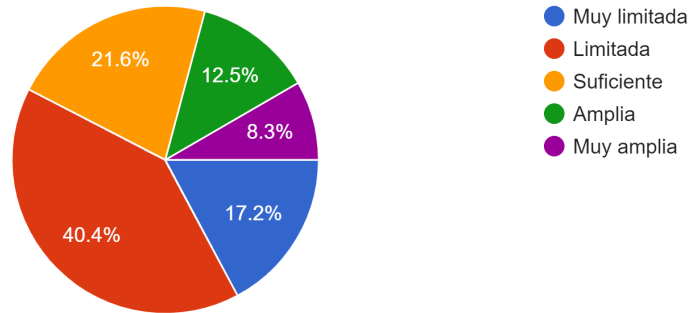
Luego el equipo quiso medir la percepción de disponibilidad de seguros en el mercado y el 57.6% encuentra limitaciones en el mercado ecuatoriano, al mismo tiempo se consultó sobre los obstáculos que identifican y la muestra segmenta sus respuestas entre los trámites

engorrosos, la falta de transparencia en la información y las demoras en el proceso de reclamación.

Gráfico 13 Pregunta Encuesta 13

¿Cuál es tu percepción sobre la disponibilidad de opciones de seguros en el mercado ecuatoriano?

384 respuestas

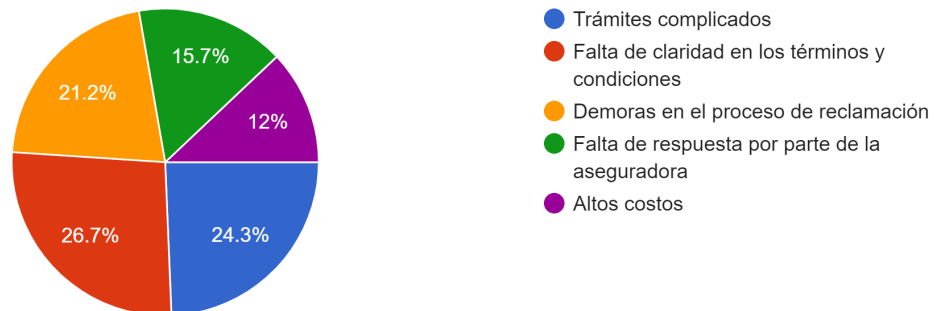


Fuente: Resultados Google Forms

Gráfico 14 Pregunta Encuesta 14

¿Cuáles son los principales obstáculos que has enfrentado al momento de contratar o hacer reclamaciones de seguros en el pasado?

382 respuestas

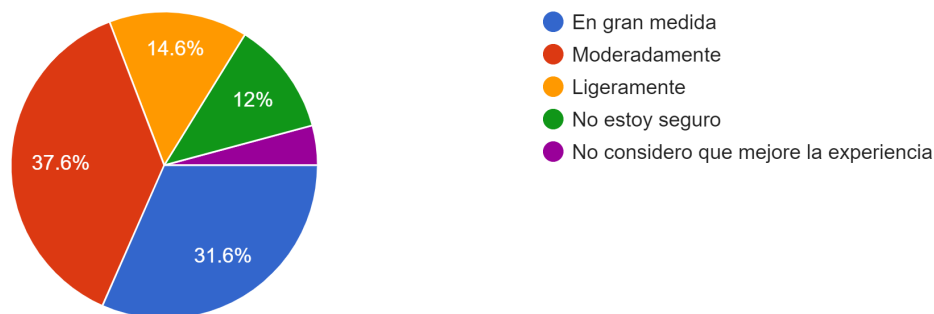


Fuente: Resultados Google Forms

Finalmente los encuestados consideran en un 69.20% que el aplicativo propuesto cuenta con las características para mejorar la experiencia usuaria y esto motiva al equipo a continuar con el proceso de desarrollo del presente modelo de negocios.

¿En qué medida consideras que una aplicación de seguros puede mejorar tu experiencia como usuario en comparación con otros canales de contratación tradicionales?

383 respuestas



Fuente: Resultados Google Forms

Entrevistas a profundidad Aseguradoras

Las tres entrevistas se realizaron con funcionarios de mandos medios y altos de tres de las empresas aseguradoras más representativas en el país, sin embargo, por políticas de confidencialidad, ninguno de los tres entrevistados accedió a publicar nombres personales o de la empresa para la que labora. Las respuestas se pueden apreciar en el apartado 15.3 de Anexos.

A modo de consolidación se puede observar lo siguiente:

1. Percepción del Mercado de Seguros:

Todos los entrevistados coinciden en que la industria de seguros está en crecimiento, aunque tienen diferentes perspectivas sobre su alcance y las áreas específicas de oportunidad.

2. Barreras en la Industria:

La regulación se considera una barrera para todos, aunque su importancia varía, el desconocimiento del mercado y la desconfianza del consumidor son obstáculos considerables y la resistencia al cambio y los desafíos tecnológicos emergen como barreras para la innovación.

3. Relevancia de la Digitalización:

Hay un consenso en que la digitalización es una tendencia importante, pero varía en cómo debe ser implementada y adaptada al mercado ecuatoriano.

4. Desafíos de la Digitalización:

El cambio cultural y organizativo, así como la formación y adaptación del personal, son los principales desafíos, también los aspectos técnicos, como la seguridad y la integración, también se destacan.

5. Implementación de Soluciones Digitales:

Existe variabilidad en la percepción de qué tan desafiante es implementar soluciones digitales, pero todos resaltan la necesidad de equilibrar la humanidad con la tecnología.

6. Posibilidades con SMARTseguros:

Hay interés generalizado en pertenecer o colaborar con SMARTseguros, pero todos desean claridad en términos, condiciones y beneficios.

La visibilidad y el alcance en el mercado son ventajas clave al considerar la asociación con la plataforma.

7. Financiamiento y retorno de la inversión:

Todos están dispuestos a considerar inversiones y pagos por comisión o publicidad, pero varían en sus expectativas de ROI.

Se espera un retorno en forma de crecimiento en ventas, generación de leads y mejora en la fidelización y segmentación de clientes.

Puntos destacados:

Regulación: Es esencial entender y trabajar dentro del marco regulador ecuatoriano, siendo un factor recurrente.

Cambio Cultural: Más allá de la tecnología, el cambio cultural y organizacional es un desafío significativo para la digitalización.

Equilibrio Humano-Digital: La tecnología no reemplaza la necesidad de un toque humano, especialmente en una industria basada en la confianza.

Colaboración con Plataformas como SMARTseguros: Existe un interés genuino en colaborar, pero las condiciones, claridad en los beneficios y las expectativas de ROI son cruciales. Con base en este análisis, se recomendaría que cualquier iniciativa futura considere estos puntos destacados y se enfoque en abordar las barreras y desafíos identificados. La asociación con prometedoras plataformas digitales esa, pero se debe proceder con claridad, transparencia y un claro entendimiento de las expectativas mutuas.

A partir de esta tabla, puede obtener estadísticas generales sobre las respuestas y utilizarlas para informar las decisiones.

Tabla 2 Tabla de variables entrevistas

Pregunta	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
¿Considera la industria un mercado en crecimiento?	Sí, con potencial global.	Sí, crecimiento sostenido.	Sí, oportunidad en nichos específicos.
¿Principales barreras en la industria?	Regulaciones y desconocimiento.	Desconfianza y falta de educación financiera.	Adaptación tecnológica y regulación.
¿La digitalización es una tendencia importante?	Sí, esencial para competir.	Importante pero no única solución.	Sí, pero debe integrarse adecuadamente.
¿Barreras para adoptar la digitalización?	Cultura organizativa.	Coste y adaptación del personal.	Resistencia al cambio y tecnología.
¿Desafíos para afrontar barreras?	Capacitación y colaboraciones.	Formación interna y equilibrio humano-digital.	Investigación y desarrollo interno.
¿Propuesta de digitalización completa?	Sí, es el futuro.	Desafío significativo, no todos están listos.	Depende de la demografía del cliente.
¿Desafíos al implementar soluciones digitales?	Cambio de mentalidad y adaptación tecnológica.	Seguridad e integración de sistemas.	Interfaz amigable y adaptable.
¿Oportunidades de la digitalización?	Crecimiento y eficiencia.	Reducción de tiempos y costes.	Personalización y análisis de datos.
¿Pertenece a SMARTseguros?	Interesado, con condiciones.	Una evaluación en detalle.	Posible, con integración adecuada.
¿Interés en colaborar en plataforma digital?	Sí, con términos claros.	Requiere más detalles.	Sí, si hay apertura a innovaciones.
¿Beneficios al asociarse con SMARTseguros?	Alcance y modernización.	Visibilidad en segmentos jóvenes.	Integración con otros servicios innovadores.
¿Pago a SMARTseguros por comisión?	Sí, con retorno garantizado.	Depende de la calidad de los clientes potenciales.	Evaluaría la tasa de conversión.
¿Rango de pago por comisión?	5-10%.	3-7%.	4-8%.
¿Pago por publicidad en SMARTseguros?	Depende de la visibilidad.	Requiere análisis de ROI.	Basado en métricas de compromiso.
¿Rango adecuado de pago por publicidad?	300-500	200-250	300
¿Inversión en asociación con SMARTseguros?	Sí, si se ve ROI.	No	No
¿Rango de inversión para plataforma digital?	1000-2000	N/A	N/A
¿Retorno de inversión esperado?	Crecimiento de 20% en ventas.	N/A	N/A

Fuente: Elaboración Propia

Grupos focales potenciales usuarios

El grupo focal se realizó mediante una reunión por Zoom, a los siguientes participantes, quienes se ajustan al perfil poblacional planteado:

- Jorge Enrique Cruz López - 39 años - Contralor área operaciones - C+
- Paula Martina Sotomayor Rodríguez - 28 años - Corredor bienes raíces - B
- Marilyn Angélica Avilés Mite - 33 años - Gestor de Categoría - C+
- David Josué Macías Porras - 30 años - Gerente de Abastecimiento - B
- Rosa Sobeida Arnao Blacio - 42 años - Analista de consumidor – B

Se expuso el video de la propuesta y se planteó una a una las interrogantes planteadas en la Guía, luego de cada pregunta los participantes intervenían con las respuestas pertinentes, mismas que se encuentran transcritas en el apartado de anexos. Toda la información recabada fue sistematizada para obtener una visión basada en datos tangibles para luego destacar las estadísticas generales que en el tipo de respuestas abiertas permite hacer un seguimiento de los denominadores comunes y las respuestas al Focus Group se encuentran en el apartado 15.2 de Anexos.

Basado en las respuestas obtenidas de las diferentes perspectivas, los hallazgos más significativos son los siguientes:

Metas personales: Es evidente que la mayoría de los usuarios están interesados en adquirir bienes materiales como parte de sus metas personales. Específicamente, la propiedad inmobiliaria y los aspectos parecen ser una constante. Esto sugiere que una característica de la aplicación que podría ser valiosa para los usuarios es la capacidad de cotizar seguros para bienes inmuebles y automóviles fácilmente.

Seguridad del patrimonio: Si bien existe alguna necesidad, la mayoría de los usuarios se sienten moderadamente seguros acerca de la seguridad de sus bienes en el país. Este hallazgo puede indicar que los usuarios podrían no tener la urgencia de asegurar sus propiedades, por lo que la aplicación podría reducirse de proporcionar información educativa sobre los beneficios de tener un seguro.

Importancia del seguro: Todos los usuarios considerando importante asegurar sus bienes. Sin embargo, los ramos de seguro considerados más relevantes varían, con una fuerte preferencia hacia seguros de salud y vida, y en algunos casos, los seguros de bienes inmuebles. Este hallazgo sugiere que la aplicación debería enfocarse en ofrecer y facilitar la cotización de estos tipos de seguros principalmente.

Características relevantes del seguro: Los usuarios valoran la cobertura, el precio y la transparencia cuando contratan un seguro. La personalización también es un aspecto relevante para algunos usuarios. Por lo tanto, la aplicación debe esforzarse por brindar una experiencia de usuario transparente, con opciones de seguro personalizables y precios competitivos.

Cambio a experiencia digital: Todos los usuarios estarían dispuestos a cambiar a una experiencia digital para contratar seguros. Esto valida la idea de una aplicación de seguros digitales en el mercado ecuatoriano y sugiere que una transición hacia lo digital es factible y deseable.

Pago de comisión por uso de la plataforma digital: Los usuarios estarían dispuestos a pagar una comisión por el uso de una plataforma digital segura y fácil de usar para contratar seguros. Este hallazgo sugiere que existe un mercado para una plataforma de seguros digitales de pago.

Cualidades fáciles deseadas en la aplicación: Los usuarios desean una aplicación que sea de usar y transparente, con personalización y buen servicio al cliente. Estas características pueden ser prioridades en el desarrollo de la aplicación.

Canales de información preferidos: Los canales de información más comunes entre los usuarios son el correo electrónico y las redes sociales. Estos canales se utilizarán para mantener a los usuarios informados sobre la propuesta de valor de la aplicación.

En general, estas conclusiones sugieren que existe un mercado para una aplicación de seguros digitales en Ecuador. La aplicación debería proporcionar transparencia, opciones personalizables y precios competitivos, y debe utilizarse un enfoque educativo para informar a los usuarios sobre los beneficios de asegurar sus bienes. Además, se pudo priorizar los seguros de salud, vida y bienes inmuebles. Para la comunicación, el correo electrónico y las redes sociales parecen ser los canales más eficaces.

A partir de esta tabla, puede obtener estadísticas generales sobre las respuestas y utilizarlas para informar las decisiones sobre cómo mejorar la experiencia de la aplicación y adecuadas son las características o funcionalidades adicionales que podrían ser valoradas por los usuarios. También podrá identificar los canales de información más comunes entre los diferentes perfiles.

Tabla 3 Tabla de variables grupo focal

Focus Group	Jorge Enrique Cruz López - 39 años - Contralor área operaciones - C+	Paula Martina Sotomayor Rodríguez - 28 años - Corredor bienes raíces - B	Marilyn Angélica Avilés Mite - 33 años - Gestor de Categoría - C+	David Josué Macías Porras - 30 años - Gerente de Abastecimiento - B	Rosa Sobeida Arnao Blacio - 42 años - Analista de consumidor - B
Metas Personales	Si	Si	Si	Si	Si
Seguridad patrimonial	Seguro con algunas reservas	Inseguro	Inseguro	Inseguro	Inseguro
Importancia seguros	muy importante	Importante	Importante	muy importante	muy importante
Ramo relevante	Vida, salud, hogar	Vida, salud, vehículos	Vida, salud	Mercadería, vehículos	Vehículos
Posee seguro privado	Si	Si	Si	Si	Si
Características relevantes	Precio, cobertura, transparencia	Precio, cobertura, reputación empresa	Precio, cobertura, atención al cliente	Precio, cobertura, transparencia	Cobertura amplia, confiabilidad, precio accesible
Mejoras a la industria	Transparencia, personalización	Transparencia, mejores precios	Transparencia, mejores precios, atención al cliente	Transparencia, personalización	Mayor transparencia y accesibilidad
Cambio a experiencia digital	Si	Si	Si	Si	Posiblemente, con formación
Pago comisión plataforma digital	Si	Si	Si	Si	Posiblemente, si la plataforma es fácil y segura
Cualidades de la App	Facilidad de uso, transparencia, personalización	Facilidad de uso, transparencia, personalización	Facilidad de uso, atención al cliente	Facilidad de uso, transparencia, personalización	Fácil de usar, servicio de atención al cliente en vivo
Canales de información	Correo, Redes sociales	App, redes sociales	Web	Correo electrónico, redes sociales	Llamadas telefónicas

Fuente: Elaboración Propia

13.2. Análisis

13.2.1. Mercado Objetivo y potencial

Luego de haber definido el mercado meta o la población, obtenida durante el estudio de mercado, corresponde ahora definir el público objetivo. Para SMARTseguros la siguiente segmentación a obtener, concierne a la participación de la demanda de quienes consideran en extremo relevante la contratación de un seguro, puesto que son ellos para quienes la propuesta es más atractiva y según las encuestas el porcentaje de dicho segmento es del 46.6%.

Posteriormente la absorción es del 10%, equivalente al porcentaje de participación de los dos ramos seleccionados por los encuestados, esto es; vida y accidentes personales (salud) y finalmente para definir el crecimiento se calculó sobre la tasa de crecimiento anual del sector, en los ramos elegidos.

Tabla 4 Caracterización mercado objetivo y potencial

Detalle	Fuente	Equivalencia Porcentual	Cant
Demanda	Hombres y Mujeres, entre 25 y 44 años de la zona urbana de Guayaquil, Samborondón y Daule, con acceso a internet de los sectores socioeconómicos B y C+	100%	218.938
Competencia	Seguros.com.ec, un cotizador en línea que permite comparar y cotizar seguros, pero no permite acceder a una contratación sin redireccionar con cada aseguradora.		1
Participación de Mercado	Según las encuestas el 46,6% considera en extremo importante la adquisición de un seguro privado, siendo este el % con el que trabajaremos.	46.6%	101.368
Absorción	Año 1, la participación de los ramos preferentes por los usuarios es del 10% (asistencia médica 5,1%, accidentes 4,9%), siendo este el porcentaje de absorción como parte de la nueva captación. https://www.fedeseg.org/	10%	10.137
Crecimiento Anual	La variación/crecimiento promedio histórica de los seguros en el ramo de asistencia médica y accidentes personales es del 3,37%, siendo este el porcentaje de crecimiento	3.37%	10.478
Crecimiento Total al 2023	Determinación de Proyección con el corte al 2023: 1'8296,473	4,49%	218.938

Fuente: Elaboración Propia

En los últimos años, el mercado de seguros en Ecuador ha venido experimentando un crecimiento notable, una tendencia impulsada tanto por el aumento de la conciencia individual sobre la importancia de asegurarse frente a imprevistos como por el alza de los índices delictivos en el país, esto, a partir de la crisis sanitaria global y se ha abierto significativas oportunidades para las compañías de seguros, materializándose en el notable crecimiento en la adquisición de seguros de asistencia médica, que registró un aumento del 30% durante el primer trimestre de 2023.

Este crecimiento no solo se circunscribe a los seguros médicos. El sector de seguros de vida colectiva ha evidenciado un incremento del 17.2%, y el sector vehicular también ha mostrado signos positivos, impulsado por una mayor propensión de los individuos a adquirir vehículos propios como una medida preventiva para evitar el transporte público, resultando en un crecimiento del 1,4% en el primer trimestre de 2023.

A esto se suma un escenario de inseguridad en el país, con un alza en los índices delictivos, lo que refuerza la necesidad y la relevancia de contar con coberturas de seguro adecuadas. En 2022, se reportaron 79,517 robos, siendo el delito más recurrente el robo a personas con 31,485 casos reportados.

La "Brecha de Protección del Seguro" (BPS) —un indicador que refleja la diferencia entre la cobertura de seguros actual y la cobertura óptima desde una perspectiva económica— también ha mostrado un incremento, alcanzando los USD 6.839 millones en 2021, aun así la BPS evidencia una significativa oportunidad de mercado aún no satisfecha, la cual alcanzó los USD 8,445 millones a finales de 2021, representando más de cinco veces el tamaño total del mercado asegurador en ese año.

En este contexto, el mercado de seguros en Ecuador se encuentra en una fase de expansión y adaptación, buscando no solo satisfacer una demanda creciente sino también cerrar una brecha significativa de protección, lo que señala un horizonte de crecimiento sostenido para los próximos años en el sector y este escenario promisorio abre una ventana de oportunidades para las compañías de seguros en el país, las cuales tienen el desafío de innovar y expandir su cartera de servicios, ajustándose a las necesidades actuales y futuras de los ecuatorianos (Marcayata, 2023).

13.2.2. Mapa de la competencia

SMARTseguros no cuenta con una competencia directa, debido a que se constituye como el primer aplicativo móvil con las características que proporciona. Es importante destacar mediante el Mapa de Posicionamiento, las principales cualidades que lo convierten en un producto altamente competitivo. Sin embargo cabe señalar que existe el portal web Seguros.com.ec donde los potenciales usuarios pueden acceder a información sobre aseguradoras, ramos y primas generales.

En el contexto del emergente sector de Insurtech en Ecuador, si bien SMARTseguros se destaca como un pionero en su dominio específico, es esencial tener en cuenta a otros jugadores en el ecosistema que podrían considerarse como competidores indirectos. Estos competidores, aunque no ofrecen un servicio idéntico, están operando en el mismo espacio tecnológico y de seguros, lo que significa que existe una competencia por la atención y lealtad del consumidor.

Gocleer se destaca en el ámbito de la movilidad y la movilidad sostenible, proporcionando aplicaciones de seguros que podrían atraer a una base de consumidores conscientes de la ecología. Por otro lado, QSistemas se concentra en facilitar la gestión de pólizas, renovaciones, y otros procesos para los corredores de seguros, marcándose como una valiosa herramienta en el lado operativo del espectro de seguros.

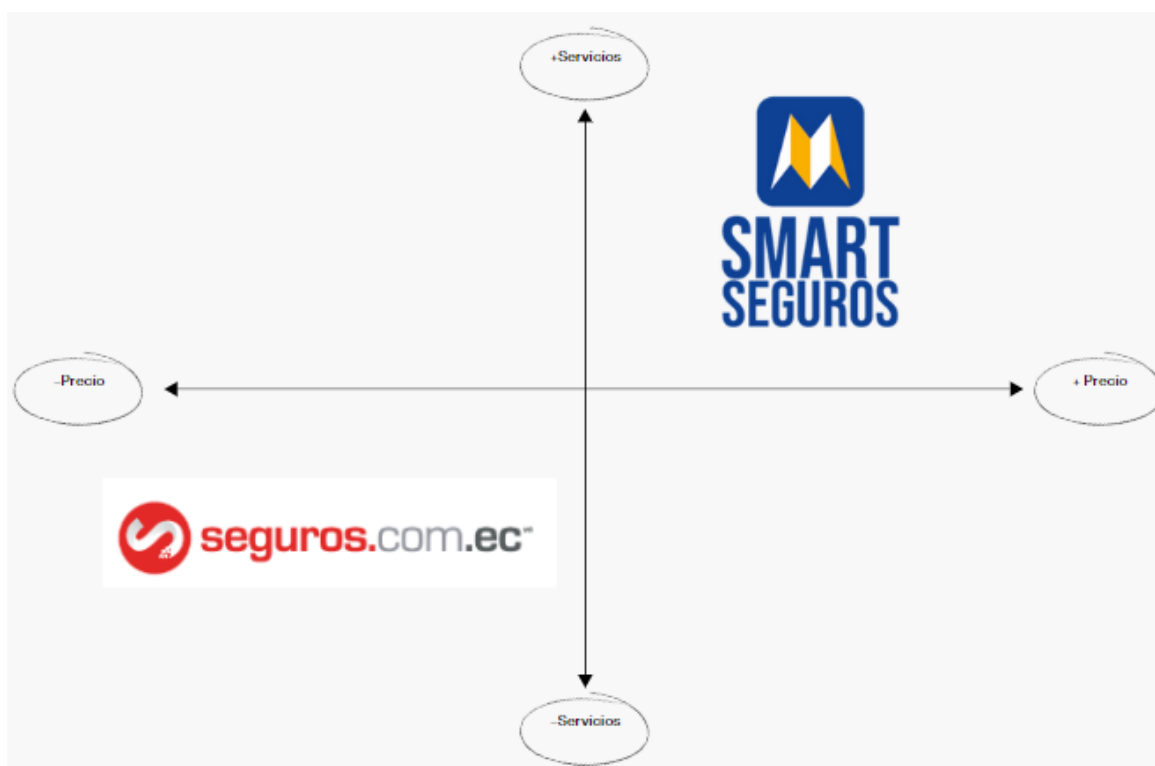
Seguros.com.ec, ya destacado en el mapa de competencia de SMARTseguros, resalta como la primera tienda online de seguros del país, proporcionando una plataforma donde los usuarios pueden explorar una amplia gama de seguros según sus necesidades. Aunque no es una competencia directa, su presencia online y su foco en facilitar la selección de seguros lo establece como un jugador significativo en el mercado.

Además, la plataforma Seguros12 se especializa en la venta en línea de seguros para vehículos, y podría ser vista como una competencia en el nicho específico de seguros de automóviles. Vale, por su parte, entra en el espacio de bienestar y salud, ofreciendo una variedad de servicios que van desde la telemedicina hasta el seguro por muerte y accidente, captando así una amplia gama de necesidades del consumidor y finalmente, Willay.SA se enfoca en el monitoreo constante de las necesidades de un vehículo, proporcionando análisis que pueden ser vitales para los propietarios de vehículos que buscan mantener sus vehículos en el mejor estado posible.

Es evidente que cada una de estas startups Insurtech tiene su propio enfoque único, aprovechando las tecnologías modernas para innovar en el sector de seguros tradicional, mientras que SMARTseguros tiene su propio conjunto distintivo de características que lo hacen

único, estaría operando en un ecosistema en el que estos jugadores también están buscando consolidar su presencia, y sería prudente mantener una estrategia vigilante y adaptable para mantener una ventaja competitiva (Cordova, 2022).

Gráfico 16 Mapa de Competencia



Fuente: Elaboración Propia

13.3. Análisis de las 5 Cs

El análisis de las 5C's es un marco de marketing para analizar el entorno en el que opera una empresa. Puede proporcionar información sobre los principales impulsores del éxito, así como la exposición al riesgo a varios factores ambientales. Las 5C's son: Contexto, Compañía, Clientes, Competidores y Colaboradores (Team, 2023).

13.3.1. Contexto

Para analizar el contexto es necesario indagar acerca del ambiente político, social, demográfico, tecnológico y económico que generen influencia sobre la propuesta de negocio.

Fuerzas Económicas

Según el Banco Central del Ecuador (BCE), Hacia el último trimestre de 2022, se demostró un incremento del 4,3% en el Producto Interno Bruto (PIB) en comparación con el mismo período del año anterior. Este crecimiento fue impulsado principalmente por el aumento del gasto gubernamental en un 7,6%, las exportaciones en un 6,2% y el consumo doméstico en un 3,8%. En consecuencia, la producción en términos reales durante este trimestre superó los niveles previos a la pandemia.

Dentro de las industrias, destacaron especialmente sectores como petróleo y minas con un crecimiento del 16,4%, correo y comunicaciones con un 15,9%, educación y servicios de salud y sociales con un 12,6%, y alojamiento y servicios de comida con un 12,3%.

Además, el PIB experimentó un incremento del 2,3% en comparación con el trimestre anterior, impulsado por el aumento del gasto gubernamental en un 9,8%, el consumo doméstico en un 2,5% y las exportaciones en un 1,1%. Sin embargo, la Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) experimentó una disminución del 1,3%, mientras que las importaciones crecieron en un 1,1%.

A pesar de las pérdidas producidas por paralizaciones en junio del año anterior, se produjo un incremento anual del 2,9% en el PIB durante 2022, superando la última estimación del 2,7% realizada por el Banco Central del Ecuador (BCE) en septiembre del año anterior. Este crecimiento fue impulsado principalmente por el consumo doméstico con un 4,6%, seguido del gasto gubernamental con un 4,5%, y exportaciones.

El crecimiento promedio de las economías de 10 países de la región tiene un porcentaje estimado del 1% en 2023. En función de dichas estadísticas, Ecuador está en el tercer lugar con las proyecciones más altas para el presente año, ubicados por debajo de Venezuela (5%) y Paraguay (4,5%). Para 2024, el FMI prevé un crecimiento menor para la economía ecuatoriana, de 2,8% y estima que la tasa de desempleo de Ecuador se ubicará en 3,6% en 2023 (BCE, Banco Central de Ecuador, 2022).

Fuerza Tecnológica

El entorno tecnológico en Ecuador ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, especialmente en lo que respecta a la adopción y desarrollo de aplicaciones móviles. La penetración de Internet y el uso de smartphones han perdido, gracias a los esfuerzos del gobierno y de las empresas privadas por mejorar la infraestructura de telecomunicaciones en todo el país. Según datos del Boletín MENTINO, en 2020, alrededor del 80% de los hogares ecuatorianos tenían acceso a Internet (MENTINO, 2020).

El uso de aplicaciones móviles también ha crecido a un ritmo rápido, especialmente en áreas urbanas como Quito y Guayaquil. Los ecuatorianos están utilizando cada vez más aplicaciones móviles para una variedad de servicios, incluyendo banca, comercio electrónico, educación, transporte y, en este caso, seguros. El desarrollo de aplicaciones móviles en el país ha sido impulsado por un ecosistema de start-ups en crecimiento, apoyado por una serie de incubadoras de empresas y programas de formación en tecnología. Este ecosistema ha ayudado a desarrollar talento local en el campo del desarrollo de software y ha permitido la creación de aplicaciones móviles que satisfacen las necesidades locales (Alpañés, 2021).

Además, el gobierno ecuatoriano ha mostrado un compromiso significativo para apoyar el crecimiento del sector tecnológico. Esto se evidencia en sus políticas de apoyo a la innovación y la digitalización de los servicios públicos, así como en iniciativas para promover la alfabetización digital (Presidencia, 2021). A pesar de estos avances, aún existen desafíos. La brecha digital entre las áreas urbanas y rurales es un problema que aún debe abordarse. Además, el nivel general de habilidades digitales puede ser mejorado, especialmente entre los segmentos más mayores de la población (BancoMundial, 2023).

Sin embargo, el panorama general es positivo. El creciente uso de smartphones y aplicaciones móviles, combinado con el apoyo gubernamental al desarrollo tecnológico, ofrece un entorno prometedor para el desarrollo y la implementación de una aplicación de seguros en Ecuador (Abril, 2023).

La evolución de las tecnologías de la información (TI) en innovaciones, interacción, información, y computación, las tres eternidades perdurables de la informática moderna presentan las siguientes tendencias (Deloitte, 2023):

- Internet inmersivo para el mundo empresarial.
- Apertura a la Inteligencia Artificial "IA"
- Domando el caos multinube
- Tech Trends 2023
- Nueva fuerza laboral tecnológica
- Arquitecturas y ecosistemas descentralizados
- Modernización del mainframe avanza a pasos agigantados

Fuerza Demográfica

La generación Millennials juega un papel crucial en la adopción y el éxito de los nuevos aplicativos móviles. Son nativos digitales o han crecido en una era de rápidos avances

tecnológicos, lo que hace más receptivos y adaptables a las nuevas tecnologías, son todos aquellos nacidos entre 1981 y 1996. Los Millennials son actualmente el grupo demográfico más grande y con mayor poder adquisitivo. Esta generación ha sido testigo de la evolución de la tecnología, desde los primeros teléfonos móviles y la internet, hasta los smartphones y las aplicaciones. Por lo tanto, están muy reforzados con la tecnología y son rápidos para adoptar nuevas innovaciones.

Los Millennials son altamente dependientes de sus smartphones para las actividades diarias, que incluyen, pero no se limitan a, compras, entretenimiento, redes sociales, banca y ahora incluso seguros. También están acostumbrados a la inmediatez y la personalización que ofrecen los aplicativos móviles. Por lo tanto, cualquier nueva aplicación que pueda proporcionar un servicio eficiente, personalizado ya demanda tiene un gran potencial para ser adoptado por este grupo demográfico (Cerezo, 2022).

Fuerza Social

En el desarrollo y la implementación de aplicativos móviles en Ecuador, los diferentes sectores sociales juegan un papel importante. Entre estos sectores, se incluyen diversas demografías y grupos socioeconómicos, cuyos comportamientos, hábitos y accesibilidad pueden influir con gran en la adopción de estas aplicaciones.

La influencia de los sectores sociales en la implementación de nuevos aplicativos móviles en Ecuador es considerable. Los factores como la ubicación geográfica, el grupo socioeconómico y la demografía pueden influir en la velocidad y el alcance de la adopción de aplicaciones móviles. Para maximizar la adopción, es esencial tener en cuenta estas diferencias y diseñar aplicaciones móviles que sean accesibles y atractivos para una amplia gama de sectores sociales (UNESUM, 2022).

Sector Urbano: En las áreas urbanas, como Quito y Guayaquil, existe una alta concentración de usuarios de smartphones. Los habitantes de estas ciudades tienden a estar más familiarizados con la tecnología y son más propensos a adoptar nuevas aplicaciones móviles. Además, el acceso a Internet y la infraestructura de telecomunicaciones en estas áreas suelen ser más robustos, lo que facilita la adopción de tecnologías móviles.

Sector Rural: En contraste, las áreas rurales pueden enfrentar desafíos en términos de acceso a Internet y disponibilidad de tecnología, lo que podría afectar la adopción de nuevas aplicaciones. Sin embargo, las iniciativas para mejorar la infraestructura de Internet en áreas

rurales están en marcha, y con el tiempo, la adopción de aplicaciones móviles en estas áreas puede aumentar.

Grupos Socioeconómicos: Los grupos socioeconómicos más altos tienen un mayor acceso a la tecnología y, por lo tanto, son más propensos a adoptar nuevas aplicaciones. Sin embargo, en los últimos años, los smartphones se han vuelto cada vez más accesibles para un rango más amplio de grupos socioeconómicos, lo que significa que la adopción de aplicaciones móviles también está aumentando entre los grupos socioeconómicos más bajos.

Población Joven: Los jóvenes, en particular los de la Generación Z y los Millennials, son nativos digitales y están más inclinados a adoptar nuevas tecnologías, incluyendo aplicaciones móviles. Esta demografía podría ser un factor importante en la implementación de nuevas aplicaciones móviles en Ecuador.

Población Mayor: Los adultos mayores pueden ser menos adeptos a la tecnología en comparación con los grupos demográficos más jóvenes. Sin embargo, a medida que la tecnología se vuelve más accesible y fácil de usar, se está observando un aumento en la adopción de tecnología entre este grupo demográfico.

Fuerzas Política y Legal

El sector político puede tener una influencia significativa en el desarrollo y la implementación de nuevos aplicativos móviles en Ecuador. Las políticas gubernamentales, la regulación, la estabilidad política y la legislación pueden afectar tanto al ambiente empresarial en general como a la industria de las tecnologías de la información en particular.

Políticas gubernamentales: El gobierno ecuatoriano ha demostrado un interés considerable en el desarrollo de la economía digital y en la mejora de la infraestructura de telecomunicaciones. Este enfoque favorable puede facilitar la implementación de aplicaciones móviles y puede ayudar a estimular la innovación en este espacio (SENPLADES, 2021).

Regulación: La regulación en el ámbito de las tecnologías de la información y las comunicaciones puede afectar cómo se desarrolla y se implementan los aplicativos móviles. Es fundamental para las empresas comprender las normas existentes, como las normas de protección de datos, las normas de comercio electrónico y las leyes de telecomunicaciones.

Estabilidad política: La estabilidad política puede influir en la confianza de los inversores y puede afectar la voluntad de las empresas para invertir en nuevas tecnologías y aplicativos.

La incertidumbre política puede disuadir a las empresas de hacer inversiones significativas en el desarrollo de nuevas aplicaciones.

Aspectos legales: Los aspectos legales también son importantes en el desarrollo de tecnologías. Por ejemplo, el cumplimiento de las leyes de privacidad y protección de datos es crucial en el desarrollo de aplicaciones móviles. Además, las leyes de propiedad intelectual pueden afectar cómo se protegen y se licencian las aplicaciones (MINTEL, 2022).

13.3.2. Compañía

SMARTseguros es un aplicativo móvil, mediante el cual los usuarios registrados tendrán acceso a la red de aseguradoras nacionales y podrán cotizar, comparar, contratar e incluso solicitar reclamaciones de seguros en los ramos de mayor contratación a nivel nacional y en la empresa que elijan, además de poder contar con asesorías.

Es importante definir el tipo de investigación que se va a realizar para poder establecer un modelo de negocio sólido y consciente del entorno. Esto incluye no solo los aspectos internos de la organización, sino también el ambiente externo. El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta útil para comprender estos aspectos (Mora, Villagomez, & Barradas, 2014).

Fortalezas:

En el análisis de las 5 C's, es crucial destacar las fortalezas innatas que posee SMARTseguros dentro del apartado "Compañía". Uno de los pilares más sobresalientes de la firma es su compromiso con la innovación y la diferenciación, que no solo le permite destacarse en el mercado ecuatoriano de Insurtech, sino que también le confiere una ventaja competitiva sustancial.

SMARTseguros se ha labrado una identidad única a través de la adopción de tecnologías emergentes que están redefiniendo el panorama de los servicios de seguros y al poner en primer plano soluciones basadas en inteligencia artificial, big data y machine Learning, SMARTseguros no solo está alineado con las tendencias globales en el sector Insurtech, sino que también se asegura de ofrecer un servicio que es tanto moderno como progresivo.

Esta iniciativa Insurtech ha establecido una plataforma que se distingue por su facilidad de uso, intuitividad y un diseño centrado en el usuario, asegurando una experiencia del cliente que es tan fluida como eficiente, la aplicación móvil está diseñada para facilitar la

personalización máxima, permitiendo a los usuarios ajustar su cobertura de seguridad según sus necesidades específicas, un servicio que no está fácilmente disponible en las ofertas tradicionales del mercado.

Además, la propuesta de SMARTseguros se diferencia significativamente de los competidores tradicionales y emergentes al ser el primer aplicativo móvil con las características que ofrece, marcando un hito en la industria local de seguros. Este espíritu pionero se traduce en una propuesta de valor única, que tiene el potencial de revolucionar la forma en que los consumidores ecuatorianos perciben y consumen productos de seguro.

Más allá de la tecnología, SMARTseguros entiende que la innovación también significa pensar estratégicamente sobre cómo satisfacer las demandas cambiantes y diversificadas de su base de clientes potenciales. Por tanto, la empresa está constantemente buscando formas de expandir y enriquecer su oferta de productos, asegurando que está a la altura de las necesidades y expectativas de un mercado dinámico y cada vez más digitalizado.

Plataforma Única: SMARTseguros ofrece una plataforma unificada que permite a los usuarios cotizar, comparar, contratar y solicitar reclamaciones de seguros, lo que puede simplificar y agilizar el proceso de adquisición de seguros.

Convenios con una amplia red de aseguradoras: Al tener acceso a la red de aseguradoras nacionales, SMARTseguros puede ofrecer a sus usuarios una amplia gama de opciones y precios para elegir.

Asesorías personalizadas para usuarios: La posibilidad de recibir asesoría representa una ventaja adicional para los usuarios, especialmente para aquellos que pueden sentirse abrumados o confundidos por el proceso de selección de seguros.

Oportunidades:

Crecimiento del Mercado Móvil: La creciente adopción de smartphones y la expansión de la infraestructura de Internet en Ecuador crean oportunidades para el crecimiento y la expansión de aplicativos móviles como SMARTseguros.

Demandas de las Nuevas Generaciones: Las generaciones más jóvenes, como los Millennials y la Generación Z, están más inclinadas a usar tecnologías digitales y podrían cambiar rápidamente una plataforma como SMARTseguros.

Mayor Concienciación Sobre los Seguros: A medida que aumenta la concienciación sobre la importancia de los seguros en Ecuador, podría crecer la demanda de una plataforma como SMARTseguros.

Debilidades:

Dependencia de las Aseguradoras: Como intermediario, SMARTseguros depende de las relaciones y acuerdos con las aseguradoras para su operación, lo que puede ser un desafío.

Amenazas:

Barreras Tecnológicas: No todos los segmentos de la población pueden tener acceso a tecnología de smartphones a Internet estable, lo que puede limitar el alcance de SMARTseguros.

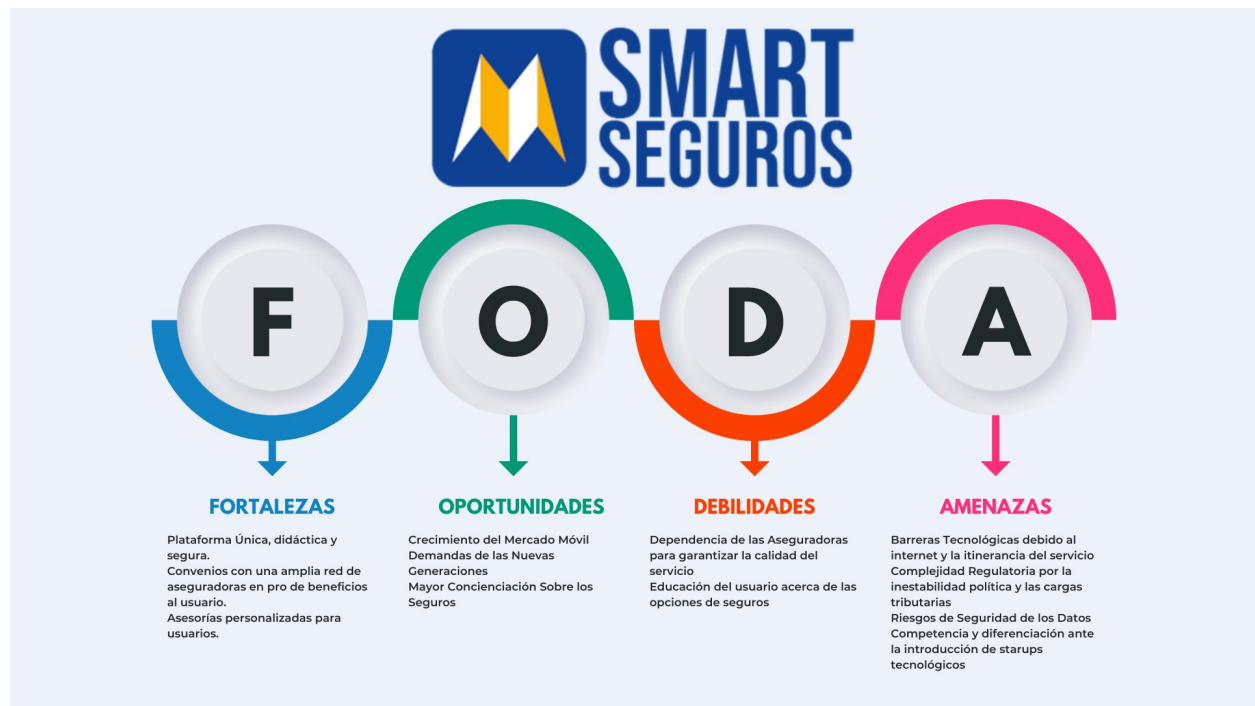
Complejidad Regulatoria: La industria de los seguros es altamente regulada, y navegar por estas regulaciones puede ser un desafío. Los cambios en las regulaciones o las políticas gubernamentales pueden afectar a la operación de SMARTseguros.

Competencia: Si bien SMARTseguros ofrece una propuesta única, puede enfrentarse a la competencia de otras empresas de tecnología financiera o incluso de aseguradoras que deciden digitalizar sus servicios. Aunque la propuesta de valor de SMARTseguros es fuerte, existe la posibilidad de que otras empresas de seguros o startups tecnológicas entren en el mismo espacio con ofertas similares. La competencia puede ser feroz y la diferenciación puede ser un desafío. Además, las empresas de seguros ya establecidas pueden tener ventajas en términos de reconocimiento de marca, confianza del consumidor y recursos financieros.

Educación del usuario: Si bien los millennials son generalmente expertos en tecnología, la naturaleza compleja del seguro puede ser una barrera. La educación del usuario acerca de las distintas opciones de seguros, los términos y las condiciones y cómo navegar por el proceso de reclamaciones puede requerir una inversión significativa en recursos de educación y soporte al cliente.

Riesgos de Seguridad de los Datos: Como plataforma digital que maneja datos sensibles, SMARTseguros debe asegurarse de tener medidas robustas de seguridad y privacidad para proteger los datos de sus usuarios.

Figura 1 FODA SMARTseguros



Fuente: Elaboración Propia

13.3.3. Clientes

Mercado Objetivo

Los clientes de la SMARTseguros provienen de dos fuentes, una de ellas son los usuarios, cuya caracterización es; hombres y mujeres del grupo demográfico Millennials, pertenecientes a un nivel de estratificación de los segmentos socioeconómicos B y C +, habitantes de la zona urbana de Guayaquil, Samborondón y Daule, que además cuenten con acceso a internet. El mercado potencial de usuarios, según el análisis poblacional asciende a 218.938 personas, equivalente al 1.20% de la población nacional.

En el análisis profundo de las 5 C's, específicamente en el apartado "Clientes" y dentro del ítem "mercado objetivo", es imperativo delinear la segmentación de perfiles de los clientes tomando en cuenta no solo los datos demográficos sino también los comportamentales y las necesidades explícitas e implícitas que estos presentan. Al analizar el espectro de clientes de SMARTseguros, encontramos una demarcación clara de perfiles basados en comportamientos y necesidades distintas que, en evaluación con los resultados positivos reflejados en las encuestas, ayudan a esculpir estrategias de mercado precisas y eficaces.

Dentro de este entorno, se identifica a los individuos proactivos en cuanto a la protección y seguridad personal y de bienes y este grupo, considerablemente consciente de los riesgos asociados a la vida urbana y altamente conectada digitalmente, muestra una inclinación hacia soluciones de seguros personalizables que ofrecen coberturas específicas alineadas con sus estilos de vida, la necesidad de este segmento es tener un producto adaptable y moderno que se integre de forma armónica con su ritmo de vida dinámico.

Un segundo perfil emergente es el de los individuos que buscan simplicidad y transparencia en la adquisición y manejo de seguros, este grupo, reflejado significativamente en los resultados de las encuestas, valora enormemente la facilidad de uso y la accesibilidad que SMARTseguros ofrece a través de su plataforma intuitiva y centrada en el usuario, favoreciendo así una experiencia de cliente sin fricciones y altamente satisfactoria.

Por último, se identifica a los clientes orientados a la economía, quienes están en busca de ofertas competitivas y que encuentran en SMARTseguros una solución que no solo les garantiza seguridad, sino que también representa una opción costo-efectiva, este grupo, respaldado por las encuestas, ve con buenos ojos la propuesta de valor que SMARTseguros representa, destacando la relación calidad-precio como uno de sus máximos beneficios.

Es fundamental destacar que estos perfiles no son excluyentes, y que muchos clientes de SMARTseguros pueden identificarse con más de una de estas categorías, lo que habla de la riqueza y flexibilidad de la oferta de SMARTseguros para satisfacer un espectro amplio y diverso de necesidades y comportamientos.

Al aprovechar estos insights derivados de una segmentación profunda, SMARTseguros no solo puede idear estrategias más afinadas para atraer y retener a su base de clientes, sino que también puede continuar evolucionando su producto para mantenerse como el líder indiscutible en el mercado, respondiendo de manera proactiva a las demandas de un mercado objetivo bien definido y dinámico.

13.3.4. Competencia

Los competidores indirectos son aquellos que satisfacen una demanda similar a través de medios o productos diferentes. Aunque no son competidores directos, es importante tenerlos en cuenta en la investigación ya que pueden fortalecer su estrategia competitiva para capturar una mayor cuota de mercado y afectar el segmento final. Al estudiar la competencia, es importante considerar aspectos como la empresa, el producto, las ventas y el marketing que utilizan para promocionar sus actividades. (Smith, 2020).

Para la presente propuesta de negocios; no se consideran los competidores directos, ya que no existe una propuesta similar, sin embargo los competidores indirectos son todos aquellos que permiten a los usuarios conocer ofertas de aseguradoras dentro de una misma plataforma, sin que el cliente pueda acceder a los servicios de la aseguradora de preferencia, desde la página web sin ser direccionado al portar oficial de la empresa.

La plataforma seguros.com.ec no constituye un aplicativo móvil, pese a que se puede visualizar desde celulares inteligentes, la característica es ser una plataforma web que permite con unos pocos clics obtener cotizaciones con la mayoría de las aseguradoras en el Ecuador, comparar y escoger entre todos los resultados la opción que más le convenga al usuario, no llega al proceso de contratación, ni reclamación. Ni tampoco brinda el servicio de asesorías.

Figura 2 Competencia Presentación Modo PC



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3 Competencia Plataforma Modo Móvil



Fuente: Elaboración Propia

Figura 4 Las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración Propia

Las cinco fuerzas competitivas de Porter son una herramienta popular para analizar la competencia en un mercado. Para la empresa SMARTseguros, las fuerzas de Porter se podrían analizar de la siguiente manera:

Amenaza de nuevos entrantes: La barrera de entrada en el mercado de las aplicaciones móviles es relativamente baja, y la atractiva perspectiva de la digitalización de seguros podría atraer a nuevos jugadores al mercado. SMARTseguros deberá seguir innovando y ofreciendo un servicio de alta calidad para mantener a raya a los nuevos competidores ya que las mismas aseguradoras de manera independiente podrían desarrollar plataformas web o aplicativos móviles.

Poder de negociación de los proveedores: Los proveedores de SMARTseguros son todos aquellos que proporcionan la capacidad de funcionamiento para la estructura tecnológica,

existe la ventaja de un fácil acceso y variedad a servidores en la nube, espacios hosting, diseñador de la plataforma y todos los servicios digitales asociados.

Poder de negociación de los clientes: Los clientes tienen acceso a una amplia gama de aplicaciones y servicios, y si encuentran que los precios o las condiciones de SMARTseguros son menos favorables que los de sus competidores, pueden cambiar fácilmente de servicio. La empresa debe asegurarse de que sus servicios sean competitivos y que respondan a las necesidades de los clientes, apalancándose en la ventaja de un mercado segmentado adecuadamente con un equivalente al 1.20% de la población nacional.

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Además de los competidores directos, SMARTseguros también enfrenta la amenaza de productos o servicios sustitutos. Esto podría incluir a las empresas que ya ofertan sus productos asegurados, haciendo que el usuario prescindiera de dicha gestión.

Competidores en el sector: En el mercado de aplicaciones de seguros, SMARTseguros podría enfrentarse a competidores directos que ofrecen servicios similares como seguros.com.ec, así como aseguradoras que tienen sus propias plataformas móviles. La empresa necesitará mantener una propuesta de valor única y fuerte para diferenciarse.

12.3.5 Colaboradores

Determinar los colaboradores de la organización permite identificar el grado de relevancia y si están contribuyendo eficazmente al cumplimiento de los objetivos trazados. Para SMARTseguros los más relevantes podrían ser los siguientes:

Clientes: En el corazón de cualquier negocio se encuentran los clientes. En el caso de SMARTseguros, los clientes son los provienen de dos fuentes, una es el usuario final que utiliza la aplicación para cotizar, comparar, contratar y reclamar seguros y la otra fuente son las aseguradoras, que van a cotizar con nosotros tres servicios, la asociación a la plataforma, la comisión por colocación de servicios y la publicidad por exposición prioritaria en la aplicación.

El valor de estos clientes radica no solo en su uso directo de la aplicación, sino también en la retroalimentación que aporta, que puede ayudar a la empresa a mejorar continuamente sus servicios. La satisfacción del cliente, la medida por la facilidad de uso de la aplicación, la eficacia del servicio y la confianza generada, es un indicador crítico del éxito de SMARTseguros.

Aseguradoras asociadas: Las aseguradoras también constituyen un colaborador por sí solo, ya que ofrecen sus productos a través de la plataforma de SMARTseguros son además socios clave. SMARTseguros depende de estas aseguradoras para proporcionar los productos de seguro que los usuarios pueden cotizar y comparar. Además, la eficacia con la que estas aseguradoras procesan las contrataciones y reclamaciones puede influir directamente en la satisfacción del cliente.

Las 29 instituciones a nivel nacional se exponen en el siguiente el listado:

1. CHUBB Seguros Ecuador S.A.
2. AIG Metropolitana Cía. De Seguros Y Reaseguros S.A.
3. Aseguradora Del Sur C.A.
4. AMA América S.A. Empresa De Seguros
5. BMI Del Ecuador Compañía De Seguros De Vida S.A.
6. BUPA Ecuador S.A. Compañía De Seguros
7. Constitución C.A. Compañía De Seguros
8. Compañía De Seguros Cóndor S.A.
9. ZURICH Seguros Ecuador S.A.
10. Compañía De Seguros Ecuatoriano Suiza S.A.
11. Generali Ecuador Compañía De Seguros S.A.
12. Hispana De Seguros S.A.
13. Interoceánica C.A. De Seguros.
14. Latina Seguros C.A.
15. Liberty Seguros S.A.
16. La Unión Compañía Nacional De Seguros S.A.
17. Mapfre Atlas Compañía De Seguros S.A.
18. Oriente Seguros S.A.
19. Pan American Life De Ecuador Compañía De Seguros S.A.
20. Seguros Del Pichincha S.A. Compañía De Seguros Y Reaseguros
21. Seguros Sucre S.A.
22. Seguros Unidos S.A.
23. Seguros Colón S.A.
24. Seguros Alianza S.A.
25. Seguros Confianza S.A.
26. Seguros Equinoccial S.A.

27. Sweaden Compañía De Seguros S.A.
28. Compañía Francesa De Seguros Para El Comercio Exterior COFACE Sucursal Ecuador S.A.
29. Vazseguros S.A. Compañía De Seguros

Empleados y equipo de gestión: Los colaboradores internos de SMARTseguros son igualmente esenciales para su éxito. Los desarrolladores de software, los agentes de atención al cliente, los especialistas en marketing, los analistas de datos, entre otros, todos contribuyen al funcionamiento y crecimiento de la empresa. El equipo de gestión también juega un papel clave en la orientación estratégica de la empresa y en la construcción de una cultura corporativa sólida.

Inversores: Los inversores son fundamentales para el crecimiento y la expansión de SMARTseguros. Proporcione el capital necesario para que la empresa pueda desarrollar nuevas características, aumentar su marketing y expandirse a nuevos mercados. Su expectativa es obtener un rendimiento sobre su inversión, lo que vincula el éxito de SMARTseguros a su satisfacción.

Reguladores y gobierno: Operando en la industria de los seguros, SMARTseguros está sujeto a diversos gobiernos. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en Ecuador, así como otros organismos de protección al consumidor, desempeñan un papel importante en la supervisión de las actividades de SMARTseguros. La empresa debe trabajar en estrecha colaboración con estos reguladores para garantizar el cumplimiento total de las normas y leyes pertinentes.

Socios tecnológicos: Los socios tecnológicos son esenciales para el funcionamiento de la plataforma de SMARTseguros. Estos pueden incluir empresas de software, proveedores de infraestructura de TI, servicios de almacenamiento en la nube, y otros socios que ayudan a SMARTseguros a mantener su plataforma actualizada, segura y eficiente.

Comunidad y sociedad: Como empresa operando en el espacio público, SMARTseguros también tiene una responsabilidad con la comunidad y la sociedad en general. Esto puede implicar esfuerzos para contribuir al desarrollo económico, a través de la creación de empleo y la inversión en la economía local, así como el cumplimiento de sus responsabilidades sociales corporativas. Esto podría incluir la implementación de prácticas sostenibles, el compromiso con la diversidad e inclusión, y el apoyo a causas y organizaciones benéficas locales.

Figura 5 Colaboradores



Fuente: Elaboración Propia

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Existe una generación inmersa en el mundo digital y dar respuesta a las exigencias puede ser una tarea titánica, especialmente para el ámbito asegurador. En el entorno empresarial de Ecuador y a pesar de los vertiginosos avances tecnológicos, persiste un discernible desfase en la integración y operatividad de herramientas digitales y ante este panorama, nace SMARTseguros, una aplicación móvil que no sólo se alinea con las tendencias digitales sino que redefine la experiencia del cliente.

Esta aplicación móvil de descarga gratuita, trasciende la simple transición digital, pues pone delante la experiencia centrada en el cliente, partiendo de la metodología Design Thinking, posee diseño vanguardista, junto con una plataforma amena y accesible, busca derribar obstáculos que anteriormente alejaban a los clientes de los seguros. El propósito esencial del proyecto es tender un puente digital a los millennials de destacadas áreas urbanas en Ecuador, ofreciéndoles un acercamiento directo, transparente y eficiente al mundo asegurador. A través de un meticuloso análisis de mercado, se pudo esclarecer patrones de comportamiento, preferencias y tendencias, estableciendo con claridad las proyecciones y adaptaciones necesarias para el lanzamiento exitoso del modelo.

Las conclusiones extraídas del análisis de las metas y preferencias de los usuarios ecuatorianos indican unanimidad en la importancia otorgada a los seguros pone de manifiesto que la aplicación debe priorizar los seguros de salud y vida, es fundamental que la plataforma garantice transparencia, coberturas personalizables y precios competitivos para satisfacer las expectativas de los usuarios, también se aprecia la receptividad hacia la digitalización del proceso de contratación de seguros es palpable, lo que refuerza la viabilidad de la propuesta de una aplicación digital en este sector y además, la disposición de los usuarios a pagar una comisión por un servicio digital de calidad sugiere un modelo de negocio rentable.

Tras un análisis exhaustivo de los datos recolectados a través de nuestras encuestas, se ha destacado un hallazgo crucial que subraya una significativa receptividad del mercado objetivo hacia nuestra propuesta de SMARTseguros, la disposición manifiesta de los encuestados para transitar hacia una experiencia digital al momento de contratar seguros es una señal contundente de la oportunidad que tenemos ante nosotros.

Este panorama favorable se encuentra respaldado por un marcado interés de los usuarios en acceder a una plataforma que no sólo les ofrece opciones variadas y personalizables para la contratación de seguros, sino que también promueva una cultura de

transparencia y eficiencia en este proceso, aportando un valor diferencial notable en comparación con los métodos tradicionales, este hallazgo refleja una congruencia notable con la premisa central de nuestro proyecto, que se centra en facilitar y hacer más accesible la contratación de seguros a través de un sistema digital robusto y confiable.

La determinación entre la receptividad del mercado y las respuestas obtenidas en las encuestas nos proporciona una base sólida para proceder con confianza, afianzando la orientación centrada en el usuario de nuestro modelo de negocio, y asimismo, resalta la pertinencia de centrar nuestros esfuerzos en satisfacer las demandas y preferencias claramente expresadas por nuestro público objetivo, este resultado es una validación empírica de nuestro enfoque y refuerza nuestra visión de brindar soluciones aseguradoras modernas, flexibles y adecuadas a las necesidades y expectativas del mercado ecuatoriano contemporáneo.

En conclusión, el mercado ecuatoriano está listo y receptivo para una propuesta innovadora en seguros digitales que sea coherente con sus preferencias y necesidades. lo que refuerza la viabilidad de la propuesta de una aplicación digital en este sector y finalmente se debe garantizar una comunicación efectiva y mantener a los usuarios al tanto de las novedades, se deben aprovechar los canales de correo electrónico y redes sociales.

Administrativamente hablando, SMARTseguros subraya la relevancia de una estructura firme, que además respeta meticulosamente las regulaciones vigentes. El análisis técnico, por su parte, resalta como piedra angular para proporcionar una plataforma robusta, versátil y segura. Durante esta fase se escogen las tecnologías y herramientas esenciales para su implementación y sostenimiento a largo plazo, siendo este un elemento crítico para prevenir fallos operativos o vulnerabilidades potenciales. En sintonía, el estudio jurídico se erige como un pilar para garantizar la operatividad dentro del marco legal ecuatoriano, evitando posibles embrollos legales que puedan surgir.

Más allá de la faceta digital, SMARTseguros abraza una filosofía empresarial que enfatiza la ética y la responsabilidad. Va un paso más allá, con miras a ser un agente de cambio que impulse un desarrollo equilibrado y sostenible en Ecuador, integrando además estrategias de Responsabilidad Social Corporativa. Es evidente que SMARTseguros, con su enfoque centrado en el usuario, su compromiso ético y su meticuloso análisis en áreas técnicas, legales, administrativas y financieras, se configura como un referente potencial que puede revolucionar el escenario asegurador en Ecuador.

La viabilidad financiera de SMARTseguros queda patente con indicadores talentosos. Una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 43,57% vaticina no solo un retorno de la inversión, sino un rendimiento que supera con creces las expectativas del mercado, es pertinente mencionar que la proyección de recuperación de la inversión para el cuarto año se alinea con la naturaleza de proyectos de este calibre, que demandan un período de maduración para establecerse y generar beneficios sostenidos. Con todo ello, SMARTseguros emerge como una solución holística, respaldada por una aceptación favorable del mercado y proyecciones financieras que auguran un próspero futuro en el sector asegurador ecuatoriano.

A modo de recomendación, basados en la participación de la muestra; la experiencia de usuario debe ser intuitiva, clara y respaldada por un eficiente servicio al cliente y para garantizar una comunicación efectiva y mantener a los usuarios al tanto de las novedades, se deben aprovechar los canales de correo electrónico y redes sociales.

Para el modelo de negocio SMARTseguros, tras constatar la viabilidad del estudio de mercado actual, es imperativo no estancarse y seguir manteniéndose a la vanguardia de las necesidades cambiantes de los consumidores. En primer lugar, se recomienda realizar análisis periódicos de tendencias y preferencias del mercado para detectar posibles cambios en el comportamiento del consumidor y adaptar el modelo de negocio en consecuencia, esto puede implicar la incorporación de nuevos tipos de seguros, ajustes en la plataforma digital o la adaptación a nuevas tecnologías emergentes.

En segundo lugar, considerando la evolución demográfica y el surgimiento de nuevas generaciones con distintas expectativas, es esencial expandir y segmentar aún más el público objetivo, adaptando la oferta y comunicación a sus particularidades y además, es crucial monitorear constantemente a la competencia y las innovaciones en el sector asegurador, ya que el éxito de SMARTseguros podría atraer a más actores al espacio digital. Por último, se sugiere implementar encuestas de satisfacción y retroalimentación directa con los usuarios, permitiendo una iteración continua basada en sus experiencias y necesidades, esta retroalimentación constante será una herramienta invaluable para el refinamiento y mejora continua del modelo de negocio.

Ante un mercado claramente dispuesto a abrazar la digitalización de los servicios de seguros, como se desprendió de nuestro estudio de mercado, se sugiere implementar estrategias de marketing digital innovadoras y dinámicas para potenciar la promoción de SMARTseguros, en primera instancia, es esencial el desarrollo de una estrategia de contenido educativo que pueda ser distribuido a través de diversos formatos multimedia (blogs, podcast,

webinars, entre otros) para cultivar una comunidad informada y comprometida, también se recomienda establecer alianzas estratégicas con influencers y figuras públicas que resuene con nuestra audiencia objetivo para promover la app a través de testimonios auténticos y experiencias reales, aportando un enfoque humano y cercano que genere confianza y credibilidad.

Por otro lado, consideramos oportuno diseñar campañas de publicidad pagada segmentadas en plataformas como Google, Facebook y LinkedIn, permitiendo así alcanzar a nuestro público objetivo de manera más precisa y efectiva. Además, se propone la realización de webinars y talleres virtuales donde se explica el funcionamiento del aplicativo y los beneficios de contar con un seguro, generando así una educación financiera que aporte valor a nuestros usuarios.

Es fundamental que, en el contexto de estas estrategias, se haga un uso estratégico de las analíticas para evaluar y optimizar continuamente el rendimiento de nuestras acciones de marketing, facilitando así una adaptación ágil y efectiva a las dinámicas cambiantes del mercado. Se recomienda, además, crear una estrategia de email marketing para mantener a los usuarios actuales y potenciales informados sobre novedades, promociones y consejos útiles, construyendo así una relación cercana y duradera con ellos. En suma, mediante la adopción de estrategias de marketing digital diversificadas y centradas en el usuario, SMARTseguros puede potenciar su alcance y consolidarse como una solución líder en el mercado asegurador ecuatoriano.

El estudio de mercado es una herramienta esencial en el proceso de desarrollo y formulación de cualquier modelo de negocio y, por lo tanto, su comprensión y dominio durante la preparación universitaria es de suma relevancia, particularmente durante la etapa académica, el aprendizaje enfocado en el estudio de mercado me ha permitido comprender las dinámicas y necesidades del entorno empresarial, identificar oportunidades y amenazas en el mercado y adaptar o diseñar propuestas de valor que satisfagan las demandas y preferencias de los consumidores.

Además, este aprendizaje proporciona las bases necesarias para realizar análisis de segmentación, targeting y posicionamiento, esenciales para la definición de estrategias de marketing y ventas y de este modo entender cómo se mueve el mercado, qué buscan los consumidores, cuál es la competencia y cómo responder a los cambios del entorno es crucial para garantizar la viabilidad y el éxito de cualquier emprendimiento o negocio, entonces la formación universitaria no sólo me brindó las herramientas teóricas y metodológicas para llevar

a cabo estos estudios, sino que también fomentó en mí la capacidad crítica y analítica de los estudiantes, permitiéndoles interpretar y tomar decisiones basadas en datos concretos y no meras suposiciones.

15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, L. (19 de 01 de 2023). *Revista Líderes*. Obtenido de Ecuador se prepara para enfrentar la digitalización en 2023:
<https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-preparado-enfrentar-digitalizacion-informe.html>
- Alpañés, E. (22 de 09 de 2021). *El País*. Obtenido de
<https://elpais.com/tecnologia/con-proposito/2021-09-22/la-tecnologia-se-adapta-a-las-nuevas-exigencias.html>
- BancoMundial. (29 de 03 de 2023). Obtenido de
<https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- BCE. (2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de
<https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- BCE. (12 de 2022). *Banco Central de Ecuador*. Obtenido de BOLETÍN DE CUENTAS NACIONALES TRIMESTRALES:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/Indices/c122032023.htm>
- CEPAL. (28 de 04 de 2021). Obtenido de Tecnologías digitales para un nuevo futuro:
<http://repositorio.cepal.org/handle/11362/46816>
- Cerezo, P. (2022). *Instituto de la Juventud*. Obtenido de INJUVE:
https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7._la_generacion_z_y_la_informacion.pdf
- CFN. (2013). Obtenido de
<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2013/10/5-caracteristicas-del-acceso-a-los-servicios-financieros/#:~:text=Los%20usuarios%20de%20cr%C3%A9dito%20son,y%20de%20educaci%C3%B3n%20m%C3%A1s%20altos.>
- CIG. (2021). Transformación digital . *Revista Industrias*,
https://issuu.com/industrias/docs/revista_industrias_mayo_2021.
- Cordova, F. (2022). Insurtech en Ecuador: un panorama de cómo la tecnología está cambiando el sector de los seguros. *DATTA*,
<https://datta.com.ec/noticias/revista/insurtech-en-ecuador-un-panorama-de-como-la-tecnologia-esta-cambiando-el-sector-de-los-seguros>.
- DANAconnect. (2021). *DANAconnect Corp*. Obtenido de
<https://es.danaconnect.com/el-mapeo-de-procesos-hace-la-transformacion-digital-sea-menos-abstracta/>
- Deloitte. (2023). *Deloitte*. Obtenido de Tech Trends 2023:
<https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tech-trends-2023.html>
- IBM. (08 de 2021). *IBM Corporation*. Obtenido de IBM España, S.A:
<https://www.ibm.com/downloads/cas/AYX90073>
- INEC. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- INEC. (2011). Obtenido de
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/#:~:text=La%20encuesta%20refleja%20que%20los,%20C9%25%20en%20nivel%20D.>
- INEC. (25 de 05 de 2023). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- 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.
- Marcayata, C. (2023). El mercado asegurador del Ecuador se recupera, ¿qué impulsa su crecimiento? *Revista Gestión*,
<https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/el-mercado-asegurador-del-ecuador-se-recupera-que-impulsa-su/>.
- MENTINO. (10 de 2020). Obtenido de
<https://blog.formaciongerencial.com/actualizacion-julio-2020-ecuador-estado-digital/>
- MINTEL. (2022). *Ministerio de Telecomunicaciones*. Obtenido de POLÍTICA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL ECUADOR 2022-2025:
https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2022/12/Anexo-31-politica_para_la_transformacion_digital_del_ecuador_2022-2025-signed-si..._.pdf
- Monkey, S. (2023). Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Mora, A., Villagomez, J., & Barradas, D. (2014). EL ANÁLISIS FODA COMO HERRAMIENTA PARA LA DEFINICIÓN DE LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 2.
- 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>
- Presidencia. (04 de 08 de 2021). Obtenido de Presidencia del Ecuador:
<https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/08/2021.08.04-ECUADOR-EMPRENDEDOR.pdf>
- 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>
- SENPLADES. (2021). Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación:
<https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- Smith, S. (2020). Análisis de la Competencia. *qualtrics.xm*,
<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/marca/analisis-de-la-competencia/#:~:text=Los%20competidores%20indirectos%20son%20empresas,as%C3%AD%20m%C3%A1s%20cuota%20de%20mercado.>
- Team, C. (23 de 03 de 2023). *Corporate Finance Institute*. Obtenido de CFI:
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/5c-analysis-marketing/>
- UNESUM. (02 de 2022). *Universidad Estatal del Sur de Manabí*. Obtenido de Impacto de las nuevas tecnologías móviles en la sociedad - Revista UNESUM-Ciencias Volumen 6, Número 3, 2022:
<https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/474/591>
- Vanner, C. (26 de 03 de 2020). *BIZAGI*. Obtenido de
<https://www.bizagi.com/es/blog/servicios-financieros/5-procesos-para-las-aseguradoras-transformados-por-la-automatizacion-digital-de-procesos>
- Wetzler, T. (25 de 08 de 2021). *ADJUST*. Obtenido de
<https://www.adjust.com/es/blog/how-to-market-your-app-to-different-generations/>

16. ANEXOS

16.1. Guía de Preguntas Encuesta

SMARTseguros

SMARTseguros nace como la primera aplicación móvil de descarga gratuita que desde la plataforma, le permite al usuario comparar, cotizar, contratar e incluso solicitar reclamaciones de seguros en el ramo de su preferencia y en la empresa que más se ajuste a sus necesidades.

La encuesta a continuación aspira evaluar la percepción de los potenciales usuarios sobre la conveniencia y

utilidad de la aplicación, analizando factores como la facilidad de uso, la variedad de ramos de seguros disponibles en la App y la agilidad del proceso y medir la disposición del usuario objetivo a utilizar una plataforma digital para cotizar, comparar, contratar y solicitar reclamaciones de seguros y además pagar por ello.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Qué nivel de importancia asignarías a contar con un seguro privado en tu vida personal o profesional? (1 siendo nada importante y 5 extremadamente importante) *

Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3
 4
 5

2. ¿Actualmente tienes contratado un seguro privado para cubrir aspectos específicos de tu vida personal o profesional? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

3. ¿Se considera satisfecho con su seguro, en cuanto a la experiencia de cotización, contratación y reclamación? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- N/A (No posee seguros)

4. ¿Te sentirías cómodo realizando reclamaciones de seguros a través de una plataforma digital? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No
- No estoy seguro

5. ¿Cómo calificarías la importancia de la facilidad de uso en una aplicación de seguros (1 siendo nada importante y 5 extremadamente importante)? *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

6. ¿Estarías dispuesto/a a invertir en una aplicación que te brinde beneficios adicionales al momento de cotizar, comprar, contratar seguros y hacer reclamaciones, a pesar de que conlleve un costo adicional? *

Marca solo un óvalo.

- Sí, considero que los beneficios adicionales justifican la inversión
- No, preferiría utilizar servicios gratuitos, aunque no incluyan beneficios adicionales
- No estoy seguro/a, necesitaría más información para tomar una decisión

7. ¿Cómo calificarías la importancia de tener un proceso de cotización, comparación y contratación de seguros rápido y sin complicaciones (1 siendo nada importante y 5 extremadamente importante)? *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

8. ¿Qué características o funcionalidades te gustaría ver en una aplicación de seguros que te motive a elegirla por encima de otras opciones disponibles? *

Marca solo un óvalo.

- Integración con métodos de pago seguros y facilidades para transacciones online ágiles y seguras.
- Interfaz intuitiva y fácil de usar para una experiencia fluida en la aplicación
- Servicio de atención al cliente accesible y eficaz para resolver consultas o problemas de manera oportuna
- Recursos educativos y claridad en los términos y condiciones de los seguros para tomar decisiones informadas
- Notificaciones y recordatorios para mantenerse al tanto de los detalles y vencimientos de tus pólizas
- Sistema eficiente de gestión de reclamaciones que simplifique el proceso de presentación y seguimiento

9. Si tuvieras que elegir entre contratar un seguro a través de un agente o a través de una aplicación, ¿Qué plataforma prefieres? *

Marca solo un óvalo.

- Aplicación digital con todas las funcionalidades (cotizar, comparar, contratar, reclamar) y asesorías gratuitas.
- Agente de seguros para asesoramiento personalizado
- Elección flexible entre aplicación y agente según las necesidades

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? *

Marca solo un óvalo.

- Más de \$10
- Entre \$6 y \$10
- Entre \$1 y \$5
- Menos de \$1

11. ¿Qué tipo de seguro consideras más relevante o necesario en tu vida cotidiana? *

Marca solo un óvalo.

- Seguro de salud
- Seguro de vida
- Seguro de automóvil
- Seguro de hogar
- Seguro de viaje
- Seguro de responsabilidad civil

12. ¿Cuál es tu nivel de confianza en la seguridad y protección de tus datos personales al utilizar una aplicación de seguros? *

Marca solo un óvalo.

- Muy alta
- Alta
- Moderada
- Baja
- Muy Baja

13. ¿Cuál es tu percepción sobre la disponibilidad de opciones de seguros en el mercado ecuatoriano? *

Marca solo un óvalo.

- Muy limitada
- Limitada
- Suficiente
- Amplia
- Muy amplia

14. ¿Cuáles son los principales obstáculos que has enfrentado al momento de contratar o hacer reclamaciones de seguros en el pasado? *

Marca solo un óvalo.

- Trámites complicados
- Falta de claridad en los términos y condiciones
- Demoras en el proceso de reclamación
- Falta de respuesta por parte de la aseguradora
- Altos costos

15. ¿En qué medida consideras que una aplicación de seguros puede mejorar tu experiencia como usuario en comparación con otros canales de contratación tradicionales? *

Marca solo un óvalo.

- En gran medida
- Moderadamente
- Ligeramente
- No estoy seguro
- No considero que mejore la experiencia

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

16.2. Respuestas Focus Group

Jorge Enrique Cruz López - 39 años - Contralor área operaciones - C+

1. Sí, me planteé metas personales que incluyen la adquisición de bienes materiales. Creo que es importante tener metas claras que me ayuden a enfocar mis esfuerzos y lograr seguridad financiera.

2. Creo que, en general, mis bienes y patrimonio están seguros en nuestro país, aunque siempre existen riesgos y es por eso que los seguros pueden ser importantes.

3. Considero que es muy importante salvar mi patrimonio mediante un seguro. Es una forma de protegerme a mí ya mi familia frente a eventos imprevistos que pueden amenazar nuestra seguridad financiera.

4. Creo que es muy relevante contratar un seguro en diversos ramos, pero especialmente en seguros de vida, de salud y para mi hogar. Estos son aspectos vitales que no querrían dejar sin protección.

5. Actualmente poseo un seguro de vida y un seguro de salud privado. Considero que son fundamentales para mi seguridad y la de mi familia.

6. Las características más relevantes para contratar un seguro incluyen la confiabilidad de la empresa, la amplitud de las coberturas, la claridad de las condiciones y términos del seguro, y un servicio al cliente de calidad.

7. Me gustaría que la industria de los seguros fuera más transparente en cuanto a las condiciones y términos de los seguros, que hubiera menos letra pequeña y que el proceso de contratación y reclamaciones fuera más sencillo y rápido.

8. Creo que la experiencia digital que muestra el video es muy atractiva. Simplifica mucho el proceso de contratación de seguros y me permite hacerlo desde la comodidad de mi hogar. Definitivamente consideraría cambiar la forma tradicional de contratar seguros por una experiencia digital.

9. Estaría dispuesto a pagar una comisión por contratar seguros desde una plataforma digital si esa comisión es razonable y si la experiencia de contratación y servicio es claramente superior a la tradicional.

10. Me gustaría que la aplicación tenga una interfaz fácil de usar, que ofrezca una amplia variedad de opciones de seguros de diferentes empresas, que tenga un servicio de

atención al cliente accesible y eficiente, y que me permita gestionar mis seguros (incluyendo solicitar reclamaciones) de sencilla manera.

11. Los canales que prefieren recibir información relevante acerca de su propuesta de valor incluyen el correo electrónico, mensajes de texto y notificaciones push en la misma aplicación. También apreciaría la opción de recibir información a través de redes sociales como Facebook o Instagram.

Paula Martina Sotomayor Rodríguez - 28 años - Corredor bienes raíces - B

1. Sí, tengo metas personales que involucran la adquisición de bienes materiales, como un automóvil en los próximos años.

2. Creo que mis bienes y patrimonio no están a salvo en nuestro país, existen ciertos riesgos, especialmente en lo que se refiere a la seguridad y la estabilidad económica.

3. Considero que es muy importante proteger mi patrimonio mediante un seguro. Un seguro proporciona una capa adicional de protección y me da tranquilidad en caso de eventos imprevistos.

4. Creo que es muy relevante tener un seguro de salud, ya que los costos médicos pueden ser muy altos. Además, también veo valor en tener un seguro para mi vehículo.

5. Actualmente tengo un seguro de salud privado y un seguro para mi vehículo.

6. Para mí, las características más relevantes al contratar un seguro son la cobertura integral, el precio asequible, el servicio al cliente amigable y eficiente, y la facilidad de entender y acceder a la información sobre las pólizas.

7. Me gustaría que la industria de los seguros fuera más transparente y accesible para el consumidor promedio. Muchas veces, los términos y condiciones de las pólizas son difíciles de entender y los procesos para hacer reclamaciones pueden ser complicados.

8. Sí, estaría dispuesto a cambiar la forma tradicional de contratar seguros por una experiencia digital, siempre y cuando la plataforma sea segura, fácil de usar y me ofrece todas las opciones y la información que necesito para tomar una decisión informada.

9. Sí, estaría dispuesto a pagar una comisión por contratar seguros a través de una plataforma digital si la comisión es razonable y si el servicio ofrecido a través de la plataforma agrega valor y facilita el proceso de contratación.

10. Me gustaría que la aplicación fuera fácil de usar, que me permitiera comparar diferentes pólizas de forma rápida y fácil, y que me diera la opción de hacer preguntas o buscar ayuda si necesito más información.

11. Mis canales preferidos para recibir información relevante sobre su propuesta de valor serían las redes sociales. Me gusta poder revisar la información a mi propio ritmo y tener la opción de volver a ella cuando lo necesite.

Marilyn Angélica Avilés Mite - 33 años - Gestor de Categoría - C+

1. Sí, definitivamente. Como trabajador profesional, me planteé metas personales que involucran la adquisición de bienes materiales. Entre estas metas se incluyen la compra de una casa y un auto.

2. Ecuador es un país con un nivel de seguridad bajo y es posible que mis bienes no estén a salvo. Sin embargo, siento que puedo tomar medidas para minimizar estos riesgos.

3. Considero fundamental la protección de mi patrimonio mediante seguros. Un seguro ofrece una capa de protección financiera que puede ser muy valiosa en caso de accidentes o incidentes inesperados.

4. Creo que es más relevante contratar un seguro de vida y salud. En caso de enfermedad o accidente, estos seguros pueden ser cruciales para garantizar la atención médica adecuada y proteger a mi familia.

5. Actualmente poseo un seguro de salud y un seguro de vida, ambos contratados de manera privada, uno es internacional.

6. Las características más relevantes para mí al contratar un seguro son la cobertura amplia, la claridad de las condiciones de la póliza, el precio razonable y un servicio al cliente amigable y eficiente.

7. Me gustaría que la industria de seguros fuera más centrada en el cliente. A veces, la información sobre las pólizas es confusa y las compañías de seguros pueden ser difíciles de tratar, cuando especialmente se trata de reclamaciones.

8. Definitivamente estaría dispuesta a cambiar la forma tradicional de contratar seguros por una experiencia digital como la expuesta en el video. Me parece una forma muy cómoda y eficiente de comparar y contratar seguros.

9. Estoy dispuesto a pagar una comisión siempre que la comisión sea justa y la experiencia de contratación sea fácil, segura y conveniente.

10. Me gustaría que este aplicativo sea fácil, amigable y funciones claras. Además, me gustaría ofrecer información detallada sobre las distintas pólizas, la posibilidad de comparar precios y coberturas, y un servicio de atención al cliente eficiente.

11. Mis canales preferidos para recibir información son las notificaciones de la aplicación y las redes sociales.

David Josué Macías Porras - 30 años - Gerente de Abastecimiento - B

1. Sí, me gustaría invertir en una propiedad para establecer mi hogar y quizás un vehículo nuevo para facilitar mis desplazamientos.

2. Entiendo que existen riesgos relacionados con la inseguridad país y por eso es vital contar con medidas de protección adicionales, como los seguros.

3. Es importante porque constituye una forma de reducir los riesgos y tener la tranquilidad de que estoy cubierto en caso de eventos imprevistos.

4. En mi opinión, los seguros de salud son de las coberturas más importantes que se deben considerar. Sin embargo, dependiendo de la situación personal, otros ramos como el de hogar o negocios también pueden ser muy relevantes.

5. Actualmente tengo un seguro de salud para los bienes de mi empresa. Me gustaría considerar otros tipos de seguros en el futuro, como un seguro del automóvil que deseo cambiar.

6. Para mí, las características más relevantes al contratar un seguro son la confianza de la compañía de seguros, la amplitud de la cobertura, un precio competitivo y la facilidad para hacer reclamaciones.

7. Me gustaría que la industria de los seguros fuera menos confusa y los procesos para hacer reclamaciones menos complicados y largos.

8. Si, por la comodidad y eficiencia de contratar seguros en línea es muy atractiva para mí, siempre y cuando la plataforma sea popular.

9. Sí, ante una plataforma cómoda, segura y eficiente.

10. Me gustaría que la aplicación tuviera toda la información necesaria disponible de manera clara y concisa. También valoraría la posibilidad de comparar diferentes opciones de seguro y la capacidad de hacer preguntas o solicitar asesoramiento particular o personalizado.

11. Mi canal preferido para recibir información es el sitio web de la compañía. Me da confianza.

Rosa Sobeida Arnao Blacio - 42 años - Analista de consumidor - B

1. Sí, la compra de bienes para renovar mi hogar y eventualmente adquirir un vehículo más nuevo.

2. Soy consciente del crimen y los desastres naturales.

3. Considero muy importante proteger mi patrimonio con un seguro porque ofrecen minimizar los riesgos financieros de los sucesos inesperados.

4. Creo que es más relevante contratar un seguro vehículo por los robos y los accidentes.

5. Actualmente tengo un seguro de salud para mis hijos.

6. Las características más relevantes para contratar un seguro, en mi opinión, son la cobertura amplia, la confiabilidad de la compañía de seguros, y el precio accesible.

7. Me gustaría menos desinterés por el cliente para personas como yo que no están muy familiarizadas con las terminologías y detalles técnicos de las pólizas de seguros.

8. No estoy muy familiarizada con las herramientas digitales, pero estoy abierta a aprender. Si el video propuesto puede demostrar claramente cómo la experiencia digital puede hacer que el proceso de contratación de seguros sea más fácil y eficiente, podría considerar cambiar.

9. Si se me garantiza que la plataforma digital es fácil de usar, segura y confiable, y si la comisión es razonable, podría estar dispuesta a pagarla.

10. Me gustaría que este aplicativo sea fácil de usar y de navegar, incluso para alguien que no está muy utilizado con las herramientas digitales. También sería bueno si puede ofrecer un servicio de atención al cliente en vivo para responder a las preguntas y preocupaciones.

11. Prefiero recibir información a través de llamadas telefónicas. También aprecio la información que se me proporciona cuando visite la oficina de la compañía de seguros en persona. Sin embargo, estoy abierta a otros canales digitales para recibir información.

16.3. Respuestas Entrevistas

Entrevistado 1

1. ¿Considera la industria de los seguros un mercado en crecimiento?

Sí, definitivamente. En Ecuador, como en muchas otras regiones, la conciencia sobre la importancia de los seguros ha ido creciendo. Las personas y empresas están reconociendo la necesidad de proteger sus activos y bienestar.

2. ¿Cuáles consideran las principales barreras en la industria para que el crecimiento económico sea exponencial?

Las barreras más comunes son: la falta de educación financiera en el público general, la desconfianza hacia las instituciones aseguradoras, y las regulaciones restrictivas que a veces limitan la innovación.

3. ¿Considera que la digitalización es una tendencia importante en la industria de los seguros?

Absolutamente. La digitalización es esencial para alcanzar una audiencia más amplia y ofrecer servicios más ágiles y personalizados.

4. Según su experiencia, ¿cuáles son las principales barreras o desafíos para adoptar la digitalización en la industria de los seguros?

Los desafíos incluyen la resistencia al cambio de parte de los empleados y colaboradores tradicionales, la inversión inicial necesaria, la ciberseguridad y la adaptación a las regulaciones locales.

5. En la empresa que representa, ¿qué desafíos asumen para afrontar dichas barreras?

Nos hemos enfocado en la capacitación continua, inversiones estratégicas en tecnología y colaboraciones con expertos en ciberseguridad.

6. ¿Considera un desafío aplicable, la propuesta alternativa, de cambiar la forma tradicional de usuario de colocación de seguros por un método totalmente digital y funcional para el?

Sí, es un desafío, pero también una oportunidad. Es vital adaptarse a las expectativas modernas del consumidor.

7. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa al intentar implementar soluciones digitales en el proceso de colocación de seguros?

Asegurarnos de que la plataforma sea intuitiva, segura y se integre adecuadamente con nuestros sistemas actuales.

8. ¿Cuáles consideran que son las oportunidades que la digitalización puede brindar a su empresa en términos de mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa?

Aumento en la velocidad de respuesta, reducción de costos operativos, mayor alcance geográfico y posibilidad de ofrecer productos personalizados basados en datos.

9. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a SMARTseguros?

Si la plataforma es segura, intuitiva y ofrece un valor agregado tanto para las aseguradoras como para los clientes, definitivamente estaríamos interesados.

10. ¿Estaría interesado en colaborar con SMARTseguros para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?

Sí, siempre y cuando los términos sean justos y beneficiosos para todas las partes involucradas.

11. ¿Qué beneficios o ventajas ve en asociarse con SMARTseguros en términos de alcance de mercado y visibilidad para su empresa?

Mayor visibilidad, acceso a una base de clientes más amplia y la posibilidad de colaborar en innovaciones con otras aseguradoras.

12. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por comisión ante cualquier colocación de seguros?

Sí, siempre y cuando la comisión sea razonable y refleje el valor que SMARTseguros aporta al proceso.

13. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por comisión?

Sería necesario analizar las cifras, pero un rango entre el 5% y 10% podría ser razonable, dependiendo del producto y el valor agregado que aporta la plataforma.

14. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por publicidad dentro de la plataforma?

Sí, siempre y cuando se garantice una visibilidad y segmentación adecuada para nuestra marca.

15. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por publicidad?

Esto dependería del alcance y la segmentación de la publicidad. Sin embargo, se podría considerar un rango entre \$300 y \$500 mensuales, dependiendo de las métricas prometidas.

16. ¿Estaría dispuesto a invertir recursos financieros en la asociación con SMARTseguros para la implementación y mantenimiento de la plataforma digital?

Sí, siempre y cuando veamos un ROI positivo y el modelo de negocio sea sostenible a largo plazo.

17. ¿Cuál sería un rango adecuado de inversión que estaría dispuesto a considerar para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?

Estaríamos dispuestos a considerar una inversión inicial entre \$1,000 y \$2,000, con revisiones periódicas basadas en el rendimiento y crecimiento de la plataforma.

18. ¿Qué tipo de retorno de inversión espera obtener al asociarse con SMARTseguros en términos de generación de leads, aumento de ventas o mejora en la fidelización de clientes?

Esperamos un incremento del 20% en generación de leads, un aumento del 15% en ventas y una mejora significativa en la retención y satisfacción de clientes a través de una mejor experiencia de usuario.

Entrevistado 2

1. ¿Considera la industria de los seguros un mercado en crecimiento?

Si puesto que en Ecuador, hemos observado una tendencia creciente en la adopción de seguros, ya que las personas valoran más la importancia de proteger sus activos y su salud, especialmente después de la pandemia.

2. ¿Cuáles consideran las principales barreras en la industria para que el crecimiento económico sea exponencial?

El desconocimiento sobre seguros en amplios sectores de la población, la percepción de los seguros como un gasto "no esencial" y las limitaciones regulatorias que a veces frenan las oportunidades de entrar al mundo interactivo.

3. ¿Considera que la digitalización es una tendencia importante en la industria de los seguros?

Claro!, La digitalización es clave para la modernización y la eficiencia en cualquier industria, y los seguros no son la excepción.

4. Según su experiencia, ¿Cuáles son las principales barreras o desafíos para adoptar la digitalización en la industria de los seguros?

El cambio cultural en las organizaciones, la inversión en tecnología y la capacitación necesaria para el personal son desafíos destacados.

5. En la empresa que representa, ¿qué desafíos asumen para afrontar dichas barreras?

Invertimos en formación constante para nuestro equipo, modernizamos nuestra infraestructura tecnológica y fomentamos una cultura de adaptabilidad y aprendizaje continuo, esto como parte de la cultura ISO de calidad.

6. ¿Considera un desafío aplicable, la propuesta alternativa, de cambiar la forma tradicional de usuario de colocación de seguros por un método totalmente digital y funcional para el?

Más que un desafío, es una necesidad para mantenernos relevantes y competitivos en el mercado actual.

7. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa al intentar implementar soluciones digitales en el proceso de colocación de seguros?

La necesidad de integrar sistemas existentes, garantizar la ciberseguridad y ofrecer una mejor atención al usuario.

8. ¿Cuáles consideran que son las oportunidades que la digitalización puede brindar a su empresa en términos de mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa?

Mejoras en tiempos de respuesta y reducción de la papelería.

9. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a SMARTseguros?

Estamos abiertos a explorar nuevas alianzas que benefician a nuestros clientes y que estén alineados con nuestros valores y objetivos comerciales.

10. ¿Estaría interesado en colaborar con SMARTseguros para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?

Sí, siempre que los términos y condiciones sean mutuamente beneficiosos y aporten valor a nuestros asegurados.

11. ¿Qué beneficios o ventajas ve en asociarse con SMARTseguros en términos de alcance de mercado y visibilidad para su empresa?

Acceso a una base de datos más amplia, principalmente del segmento que gusta de la tecnología.

12. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por comisión ante cualquier colocación de seguros?

Si el modelo aporta un valor genuino y aumenta nuestras ventas, sí estaríamos dispuestos.

13. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por comisión?

Esto dependería del valor agregado que SMARTseguros aporte, pero podríamos considerar el mismo porcentaje del valor del seguro contratado que se le paga a un bróker tradicional.

14. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por publicidad dentro de la plataforma?

Sí, en función del alcance y la segmentación que nos ofrecerán.

15. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por publicidad?

Podríamos considerar una inversión de \$300, según las métricas, el tiempo de exposición, el contenido y resultados.

16. ¿Estaría dispuesto a invertir recursos financieros en la asociación con SMARTseguros para la implementación y mantenimiento de la plataforma digital?

No por ahora, ya que la empresa cuenta con un presupuesto para innovación y desarrollos.

17. ¿Cuál sería un rango adecuado de inversión que estaría dispuesto a considerar para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?

N/A

18. ¿Qué tipo de retorno de inversión espera obtener al asociarse con SMARTseguros en términos de generación de leads, aumento de ventas o mejora en la fidelización de clientes?

N/A

Entrevistado 3

1. ¿Considera la industria de los seguros un mercado en crecimiento?

La industria de seguros en Ecuador ha demostrado un crecimiento sostenido a lo largo de los años, aunque en ciertos períodos de manera más moderada que en otros, desde el tema que produjo el COVID si hay un incremento.

2. ¿Cuáles consideran las principales barreras en la industria para que el crecimiento económico sea exponencial?

La falta de entendimiento sobre los beneficios que ofrecen los seguros.

3. ¿Considera que la digitalización es una tendencia importante en la industria de los seguros?

La digitalización es una tendencia en casi todas las industrias. En los seguros, es una herramienta que puede ofrecer ventajas, pero no debe considerarse la única solución.

4. Según su experiencia, ¿Cuáles son las principales barreras o desafíos para adoptar la digitalización en la industria de los seguros?

El costo de implementar nuevas tecnologías, la adaptación del personal y el asegurarnos de que los clientes más tradicionales no queden desplazados.

5. En la empresa que representa, ¿qué desafíos asumen para afrontar dichas barreras?

Estamos llevando a cabo formaciones internas para nuestro equipo y garantizando que todas nuestras implementaciones digitales se realicen de manera que se complemente y no reemplace el trato humano.

6. ¿Considera un desafío aplicable, la propuesta alternativa, de cambiar la forma tradicional de usuario de colocación de seguros por un método totalmente digital y funcional para el?

Es un desafío significativo, sobre todo porque nuestra base de clientes valora el trato personalizado. No todos los clientes están dispuestos o preparados para hacer ese cambio.

7. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa al intentar implementar soluciones digitales en el proceso de colocación de seguros?

Garantizar la seguridad de los datos, integrar sistemas actuales con nuevos sistemas y adaptar nuestra cultura corporativa.

8. ¿Cuáles consideran que son las oportunidades que la digitalización puede brindar a su empresa en términos de mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa?

Posibles reducciones en tiempos de respuesta y en costes operativos. Sin embargo, debemos equilibrar estas ventajas con la necesidad de mantener el trato humano que nos caracteriza.

9. ¿Estaría dispuesto a pertenecer a SMARTseguros?

Estaríamos dispuestos a evaluar la propuesta en detalle para asegurarnos de que se alinee con nuestros valores y objetivos.

10. ¿Estaría interesado en colaborar con SMARTseguros para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?

Requeriríamos más detalles sobre cómo operaría esta red y cuáles serían los beneficios tangibles.

11. ¿Qué beneficios o ventajas ve en asociarse con SMARTseguros en términos de alcance de mercado y visibilidad para su empresa?

Podría ofrecer una mayor visibilidad en segmentos del mercado más jóvenes y digitalizados, aunque hay que considerar los costes asociados.

12. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por comisión ante cualquier colocación de seguros?

Dependería del volumen y la calidad de los leads que proporcionen.

13. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por comisión?

Entre un 3% y un 7%, dependiendo de la naturaleza y tamaño de la póliza.

14. ¿Estaría dispuesto a pagar a SMARTseguros un valor por publicidad dentro de la plataforma?

Requeriríamos un análisis detallado del retorno de inversión potencial.

15. ¿Cuál sería un rango adecuado de pago por publicidad?

Entre \$200 y \$250 mensuales, en función de la visibilidad y segmentación ofrecida.

16. ¿Estaría dispuesto a invertir recursos financieros en la asociación con SMARTseguros para la implementación y mantenimiento de la plataforma digital?

Antes de tomar esa decisión, necesitaríamos un desglose completo de los costos y los beneficios esperados.

17. ¿Cuál sería un rango adecuado de inversión que estaría dispuesto a considerar para formar parte de una red de aseguradoras en una plataforma digital compartida?

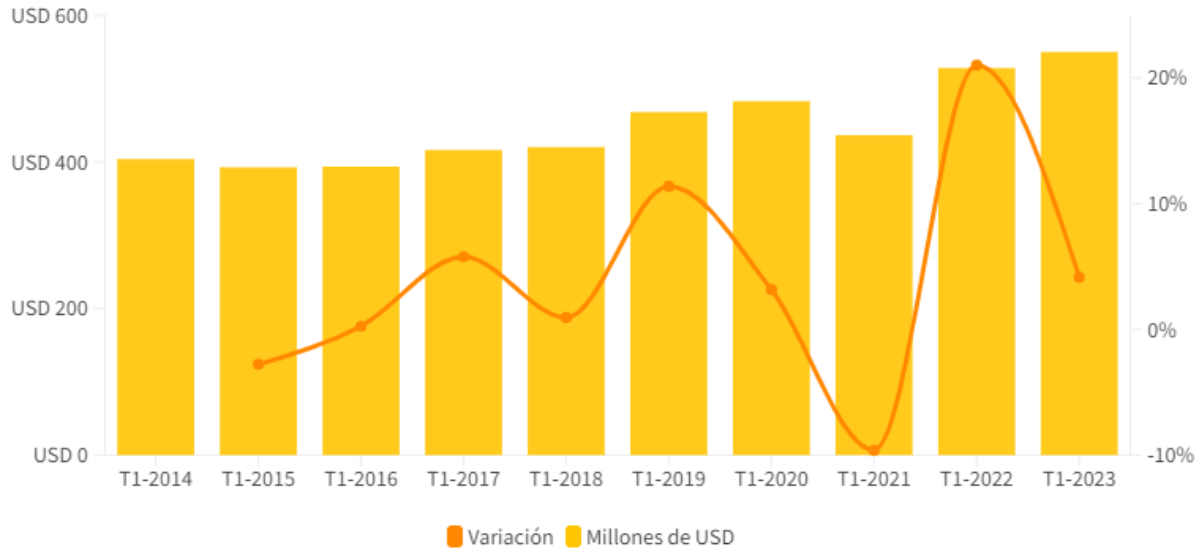
Esto es algo que tendríamos que evaluar internamente, pero preferiríamos invertir en la empresa.

18. ¿Qué tipo de retorno de inversión espera obtener al asociarse con SMARTseguros en términos de generación de leads, aumento de ventas o mejora en la fidelización de clientes?

N/A

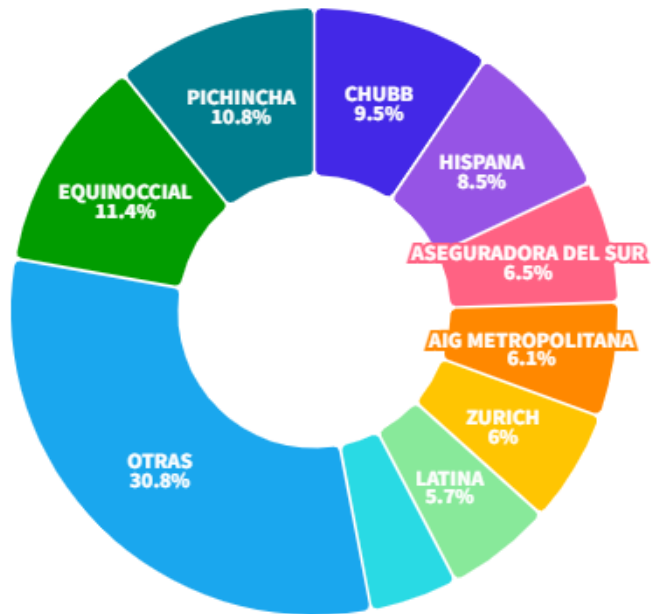
16.4. Estadísticas del sector

Primas emitidas en primer trimestre (2014-2023)



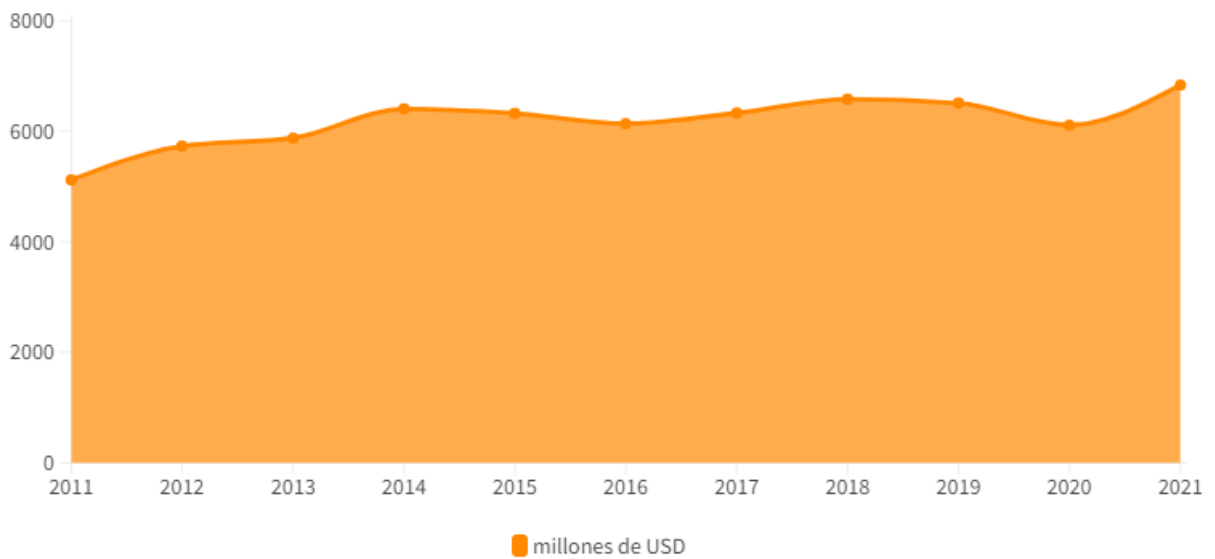
Fuente: [Federación Ecuatoriana de Empresas de Seguros](#) • Elaboración: Consultora Multiplica

Participación prima emitida por Aseguradora en 2022



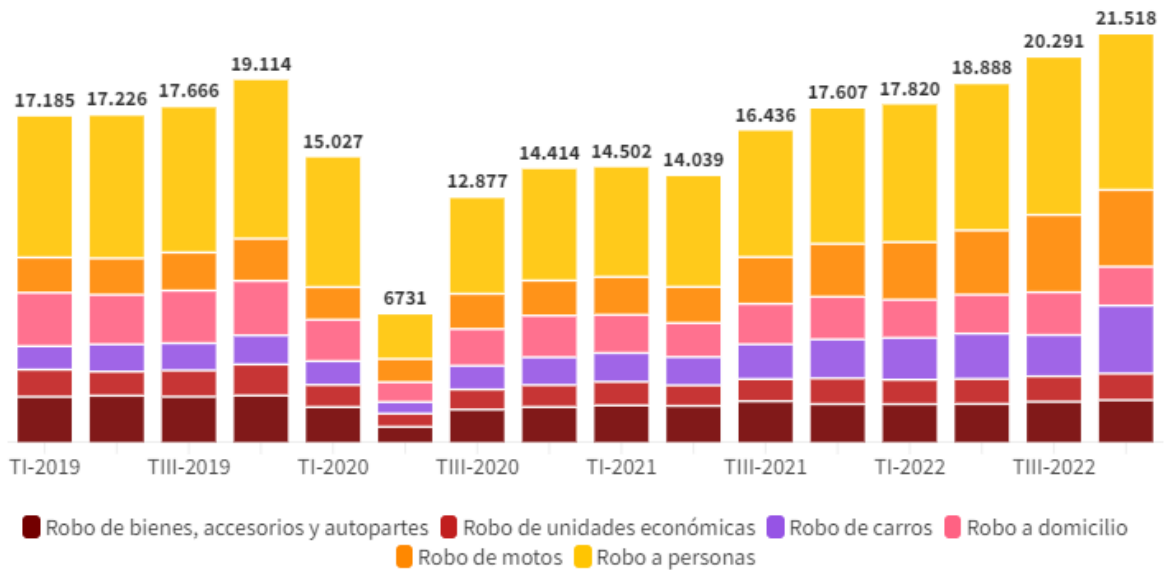
Fuente: Federación Ecuatoriana de Empresa de Seguros • Elaboración: Consultora Multiplica

Brecha de protección del seguro



Fuente: MAPFRE Economics • Elaboración: Consultora Multiplica

Tipos de robos por trimestres



Fuente: Fiscalía General del Estado • Elaboración: Consultora Multiplica