

Maestría en

Gestión Integral de Seguros

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de
Magíster en (Gestión Integral de Seguros)**

AUTORES:

Stefanny Belen Cornejo Tapia

Ana Maria Romero Bermeo

Diego Fernando Cóndor Betancourt

Mabel Stefania Ordoñez Molina

Abraham Noé Hidalgo Rocano

Maria Paz Sánchez Roman

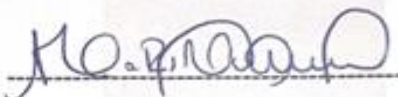
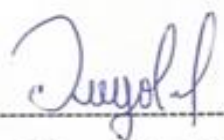
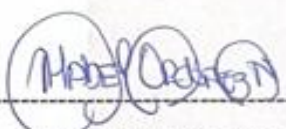
**Modelo de negocio para seguros modulares y personalizados como tendencia en la gestión integral
del seguro de hogar en una compañía existente**

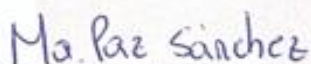
Quito, agosto de 2026

Certificación de autoría

Nosotros, **Stefanny Belen Cornejo Tapia, Ana Maria Romero Bermeo, Diego Fernando Córdor Betancourt, Mabel Stefanía Ordoñez Molina, Abraham Noé Hidalgo Rocano, Maria Paz Sánchez Roman**, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.

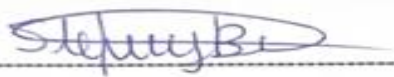

 Firma del graduando
Stefanny Belen Cornejo Tapia

 Firma del graduando
Ana Maria Romero Bermeo

 Firma del graduando
Diego Fernando Córdor Betancourt

 Firma del graduando
Mabel Stefanía Ordoñez Molina

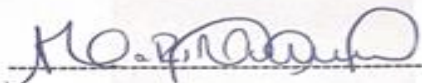
 Firma del graduando
Abraham Noé Hidalgo Rocano

 Firma del graduando
Maria Paz Sánchez Roman

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

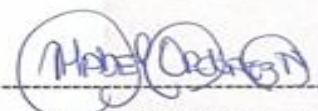
Nosotros, **Stefanny Belen Cornejo Tapia, Ana Maria Romero Bermeo, Diego Fernando Córdor Betancourt, Mabel Stefanía Ordoñez Molina, Abraham Noé Hidalgo Rocano, Maria Paz Sánchez Roman**, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado *Modelo de negocio para seguros modulares y personalizados como tendencia en la gestión integral del seguro de hogar en una compañía existente*, autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autores nos corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, agosto de 2026

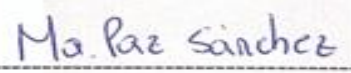

 Firma del graduando
 Stefanny Belen Cornejo Tapia


 Firma del graduando
 Ana Maria Romero Bermeo


 Firma del graduando
 Diego Fernando Córdor Betancourt


 Firma del graduando
 Mabel Stefanía Ordoñez Molina


 Firma del graduando
 Abraham Noé Hidalgo Rocano


 Firma del graduando
 Maria Paz Sánchez Roman

Aprobación de dirección y coordinación del programa

Nosotros, **Iván Manuel Vals Tejedor** y **Esteban José Arias Maune**, declaramos que los graduandos: **Stefanny Belen Cornejo Tapia, Ana Maria Romero Bermeo, Diego Fernando Córdor Betancourt, Mabel Stefanía Ordoñez Molina, Abraham Noé Hidalgo Rocano, Maria Paz Sánchez Roman** son los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal de ellos.



 Director/a de la
 Maestría en Gestión Integral de Seguros



Validar únicamente en FirmaBC.
 Firmado electrónicamente por:
**ESTEBAN JOSE ARIAS
 MAUNE**

 Coordinador/a de la
 Maestría en Gestión Integral de Seguros

DEDICATORIA

Con profunda gratitud, dedicamos este proyecto a Dios, por guiarnos con sabiduría, fortaleza y esperanza en cada etapa de este camino académico, permitiéndonos superar los desafíos y alcanzar esta importante meta.

A nuestras familias, quienes con su amor, paciencia, comprensión y apoyo incondicional fueron el pilar fundamental que nos impulsó a perseverar y dar lo mejor de nosotros en cada momento.

A nuestros docentes y asesores, por su valiosa orientación, sus enseñanzas y su compromiso con nuestra formación profesional, dejando en nosotros conocimientos que trascenderán más allá de este trabajo.

De manera especial, dedicamos este proyecto a cada uno de los integrantes de nuestro equipo, por la confianza, el respeto, la responsabilidad y el compromiso demostrados durante este proceso. El esfuerzo compartido, la colaboración constante y la unión de nuestras capacidades hicieron posible la culminación de este trabajo, reflejando que los grandes logros se alcanzan cuando existe un verdadero espíritu de equipo.

Finalmente, dedicamos este esfuerzo a todas aquellas personas que, de una u otra manera, nos brindaron su apoyo y motivación para seguir adelante, recordándonos que la educación es una herramienta de transformación y un compromiso permanente con el desarrollo de la sociedad.

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), por brindarnos una formación académica de excelencia y un entorno propicio para el desarrollo de nuestras competencias profesionales, permitiéndonos fortalecer nuestros conocimientos y afrontar con responsabilidad los retos de nuestra formación de posgrado.

A nuestros docentes y asesores, por su dedicación, experiencia y valiosa orientación durante el desarrollo de este proyecto. Sus aportes, recomendaciones y acompañamiento fueron fundamentales para alcanzar los objetivos planteados y enriquecer nuestro aprendizaje.

Extendemos nuestro agradecimiento a nuestras familias, quienes, con su apoyo incondicional, comprensión y motivación constante nos alentaron a perseverar en este proceso académico, incluso en los momentos de mayor exigencia.

Asimismo, agradecemos a cada uno de los integrantes de nuestro equipo de trabajo por su compromiso, responsabilidad, respeto y colaboración. La confianza, el esfuerzo conjunto y la suma de nuestras capacidades hicieron posible la culminación de este proyecto, fortaleciendo no solo nuestros conocimientos, sino también los valores del trabajo en equipo.

Finalmente, expresamos nuestro reconocimiento a todas las personas e instituciones que, de una u otra manera, contribuyeron al desarrollo de este trabajo de investigación, aportando su tiempo, conocimientos y apoyo para hacer posible la culminación de esta importante etapa de nuestra formación profesional.

RESUMEN

La evolución de las necesidades de los consumidores, el avance de la transformación digital y el incremento de los riesgos asociados a las viviendas han impulsado a las compañías aseguradoras a replantear sus modelos de negocio, orientándolos hacia propuestas de valor más flexibles, personalizadas y centradas en el cliente. En este contexto, el presente proyecto propone un modelo de negocio basado en seguros modulares y personalizados como una estrategia innovadora para fortalecer la gestión integral del seguro de hogar en una compañía aseguradora existente.

La investigación analiza las tendencias del mercado asegurador, las preferencias de los clientes y los beneficios que ofrece la modularidad en la configuración de coberturas, permitiendo a los asegurados seleccionar únicamente aquellas protecciones que respondan a sus necesidades específicas. Asimismo, se evalúan los elementos estratégicos, operativos, tecnológicos y comerciales necesarios para la implementación del modelo, considerando aspectos relacionados con la experiencia del cliente, la eficiencia operativa y la sostenibilidad del negocio.

Se concluye que la adopción de un modelo de seguros modulares y personalizados representa una oportunidad para incrementar la competitividad de las aseguradoras, mejorar la satisfacción y fidelización de los clientes, optimizar la gestión del riesgo y generar ventajas competitivas en un mercado caracterizado por la innovación y la transformación digital.

Palabras clave: seguros modulares, seguros personalizados, seguro de hogar, modelo de negocio, gestión integral del seguro, experiencia del cliente, innovación, transformación digital.

ABSTRACT

The evolution of consumer needs, ongoing digital transformation, and the increasing risks associated with residential properties have led insurance companies to rethink their business models by adopting more flexible, customer-centered, and personalized value propositions. In this context, this master's project proposes a business model based on modular and personalized insurance as an innovative strategy to strengthen the comprehensive management of home insurance within an existing insurance company.

The study analyzes trends in the insurance market, customer preferences, and the benefits of modular coverage structures, enabling policyholders to select only the protection options that best meet their specific needs. It also evaluates the strategic, operational, technological, and commercial elements required to implement the proposed model, considering customer experience, operational efficiency, and business sustainability.

The findings suggest that adopting a modular and personalized insurance business model provides an opportunity to enhance insurers' competitiveness, improve customer satisfaction and loyalty, optimize risk management, and create sustainable competitive advantages in an insurance market driven by innovation and digital transformation.

Keywords: modular insurance, personalized insurance, home insurance, business model, comprehensive insurance management, customer experience, innovation, digital transformation.

Tabla de Contenidos

Capítulo 1: Introducción.....	20
1.1. Planteamiento del problema e importancia del estudio	20
1.1.1. Definición del proyecto	20
1.1.2. Naturaleza o tipo de proyecto.....	21
1.1.3. Objetivos	22
1.1.3.1. Objetivo general	22
1.1.3.2. Objetivos específicos	22
1.1.4. Justificación e importancia del trabajo de investigación.....	22
1.2. Perfil de la organización.	24
1.2.1. Nombre, actividades, mercados servidos y principales cifras.....	24
1.2.1.1. Nombre de la empresa	24
1.2.1.2. Misión, visión, valores	24
1.2.1.3. Actividades, marcas, productos y servicios	25
1.2.1.3.1. Actividad económica.....	25
1.2.1.3.2. Ramos aprobados	25
1.2.1.4. Ubicación de la sede	27
1.2.1.5. Ubicación de las operaciones	27
1.2.1.6. Propiedad y forma jurídica	27
1.2.1.7. Mercados servidos o ubicación de sus actividades de negocio	28
1.2.1.8. Tamaño de la organización	28
1.2.1.9. Información sobre empleados y otros trabajadores	29

1.2.1.10. Procesos claves relacionados con el objetivo propuesto	30
1.2.1.11. Principales cifras, ratios y números que definen a la empresa	31
1.2.1.12. Modelo de negocio	34
1.2.1.13. Grupos de interés internos y externos.....	34
1.2.1.14. Otros datos de interés	35
Capítulo 2: Investigación de mercado	36
2.1. Antecedentes	36
2.2. Identificación de la Necesidad No Satisfecha.....	37
2.2.1. Encuesta	37
2.2.2. Focus Group	43
2.2.3. Datos Históricos de la Compañía (Últimos 3 Años).....	43
2.3. Análisis del Mercado Asegurador Ecuatoriano	44
2.3.1. Análisis por País / Región	45
2.3.1.1. España - Mercado de Referencia para el Modelo Modular	45
2.3.1.2. América Latina (Colombia, Chile, México, Brasil) - Mercados en Transición	45
2.4. Evaluación de las Condiciones del Mercado	46
2.4.1. Análisis FODA	47
2.4.2. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	47
2.5. Estrategias Comerciales y Diseño del Producto	49
2.5.1. Diseño del Producto de Seguros	49
2.5.1.1. Alcance de Coberturas	49
2.5.1.2. Estructura del Modelo Modular Propuesto (3 Niveles).....	50

2.5.1.3. Variables Definitorias del Perfil de Riesgo	52
2.5.1.4. Consideraciones y Aspectos Regulatorios.....	53
2.5.2. Journey del Cliente (Momentos de Valor)	54
2.6. Análisis de Rentabilidad Técnica y Gestión del Riesgo	55
2.6.1. Gestión Integrada del Riesgo Técnico	55
2.6.2. Indicadores y Fórmulas	55
2.6.2.1. Índice de Siniestralidad (Loss Ratio)	55
2.6.2.2. Índice de Crecimiento.....	55
2.6.2.3. Índice de Solvencia.....	56
2.6.3. Justificación Técnica, Legal y Reaseguro	56
2.7. Análisis de Criterios de Suscripción (Caso Zurich Seguros Ecuador S.A.)	56
2.7.1. Conceptualización de la Suscripción de Seguros	56
2.7.2. Factores de Evaluación del Riesgo.....	56
2.7.3. Establecimiento de Límites de Cobertura y Deducibles	57
2.7.4. Establecimiento de las Primas y Marco Financiero	58
2.8. Conclusiones.....	58
Capítulo 3: Estrategia comercial y gestión de canales de distribución para el seguro de hogar modular.....	59
3.1. Introducción a la estrategia comercial del seguro modular	59
3.2. Búsqueda de clientes, agrupación y proceso de venta asesorada.....	60
3.2.1. Agrupación de clientes y perfiles ideales	60
3.2.2. Pasos del proceso de venta asesorada	61
3.3. Jefatura de ventas: Metas, cómo medir el éxito y cambio de mentalidad del equipo.....	64

3.3.1. Puntos clave y formas de medir las ventas (Indicadores)	64
3.3.2. Entrenamiento, motivación y cuidado de los vendedores	66
3.4. Ventas por todos lados: Uniendo los distintos canales de venta.....	67
3.4.1. Vendedores propios y corredores de seguros externos (Brokers)	68
3.4.2. Venta a través de bancos y aliados (Seguros Incluidos)	68
3.4.3. Venta por internet, tecnología y el uso del sistema CRM.....	69
3.5. Posibles problemas de venta y cómo solucionarlos.....	69
Capítulo 4: Aplicación de Inteligencia Artificial, Data Science y Ecosistemas Digitales	72
4.1. Introducción	72
4.2. Rol de la Inteligencia Artificial en Seguros	72
4.2.1. Tendencias en Seguros de Hogar.....	73
4.2.2. Data Science y Big Data.....	73
4.2.3. Modelos de Negocio Emergentes.....	73
4.2.3.1. Seguros basados en el uso	73
4.2.3.2. Integración con ecosistemas digitales.....	73
4.2.3.3. Expansión de seguros embebidos	73
4.2.3.4. Omnicanalidad y acceso múltiple.....	74
4.2.3.5. Interacción digital y experiencia del cliente	74
4.2.3.6. Ecosistemas y plataformas.....	74
4.2.3.7. Alianzas estratégicas.....	74
4.2.4. Retos en LATAM y Ecuador	74
4.2.4.1. Ventajas para Ecuador	75

4.2.4.2. Riesgos y consideraciones	75
4.3. Plan de Implantación: Nuevas Tendencias de Gestión en el Seguro de Hogar Modular	75
4.3.1. Introducción	75
4.3.2. Compromiso Organizacional:	75
4.3.2.1. Visión y Cultura de Transformación:	76
4.3.2.2. Acciones concretas:	76
4.3.3. Gobierno del Dato como Compromiso Estructural	76
4.3.4. Horizonte de Innovación Tres Fases	77
4.3.4.1. Fase 1 Digitalización del Core (0–6 meses):	77
4.3.4.2. Fase 2 Personalización Inteligente (6–18 meses):	77
4.3.4.3. Fase 3 Ecosistema Digital (18–36 meses):	77
Transformación Interna del Equipo	77
Gestión del Cambio	78
4.3.5. Modelo Híbrido	79
4.4. Integración de IA en el Ciclo de Vida del Producto	79
4.4.1. Un planteamiento de asociación o alianza estratégica con otro operador	80
4.4.1.1. El Planteamiento de la Alianza (¿Con quién y cómo?)	80
4.4.1.2. Mecánica de la Innovación (Aplicando IA y Data Science)	81
4.4.1.3. Propuesta de Valor para los Actores	81
4.4.1.4. Viabilidad y Retos para aplicar en el Ecuador	82
4.4.2. Modelo de interacción digital con los clientes	82
4.5. Aplicación de una solución de Inteligencia Artificial a nuestro proyecto.	86

4.5.1. Marco Conceptual: ¿Por qué la IA es el Habilitador Central del Proyecto?	86
4.5.2. Aplicaciones Específicas de IA en el Proyecto	87
4.5.2.1. Suscripción Automatizada e Inteligente	87
4.5.2.2. Motor de Pricing Dinámico y Predictivo.....	87
4.5.2.3. Inspección Virtual mediante Visión Computacional	88
4.5.2.4. Gestión Inteligente de Sinistros	88
4.5.2.5. Detección de Fraude mediante Análisis de Anomalías.....	89
4.5.2.6. IA para la Retención y el Upselling Inteligente.....	89
4.5.3. Resumen: IA en el Ciclo de Vida del Producto	90
4.5.4. La IA en el Ecosistema de Alianzas Estratégicas	91
4.5.5. Implicaciones Estratégicas para el Mercado Ecuatoriano.....	91
4.5.5.1. Inclusión Aseguradora	91
4.5.5.2. Ventaja Competitiva Sostenible.....	91
4.5.5.3. Transformación del Rol del Intermediario.....	92
4.5.6. Retos y Consideraciones Críticas	92
4.6. Introducción y Contexto del Sector Asegurador	93
4.6.1. Análisis del Entorno Regulatorio en Ecuador	94
4.6.1.1. Principales Cambios Regulatorios.....	94
4.6.1.2. Implicaciones para un Seguro de Hogar Modular	94
4.6.1.3. Oportunidades y Retos	94
4.6.2. Mapa de Riesgos Regulatorios	95
Protección de datos y privacidad.....	95

Ciberseguridad	95
Solvencia y capital mínimo	95
Gobierno corporativo	96
Prevención de fraudes y lavado de activos.....	96
Transparencia en la comercialización	96
4.7. Análisis de Viabilidad y Oportunidad	96
4.7.1. Oportunidades y Riesgos.....	96
4.7.2. Matriz Valor vs. Complejidad	97
4.7.3. Ventajas del Modelo Insurtech en un Seguro de Hogar Modular	97
4.7.4. Desventajas y Riesgos del Modelo.....	97
4.8. Diseño del Producto: Seguro de Hogar Modular.....	98
4.8.1. Introducción y Justificación del Diseño	98
4.8.2. Arquitectura Modular del Producto.....	98
4.8.2.1. Principios de diseño modular	99
4.8.2.2. Módulos y coberturas	99
4.8.2.3. Exclusiones generales y fundamento técnico	100
4.8.3. Modelo de Tarificación	101
4.8.4. Segmento Objetivo y Propuesta de Valor.....	102
4.8.5. Canales de Distribución y Modelo de Embedded Insurance.....	102
4.8.6. Indicadores Clave de Desempeño (KPIs).....	103
4.8.7. Modelo Operativo Insurtech.....	104
4.8.7.1. Comercialización a través de Canales Digitales.....	104

4.8.7.2. Emisión y Suscripción Inteligente	104
4.8.7.3. Gestión de Sinistros 100% Autónoma	104
4.8.7.4. Servicio al Cliente y Comunicación Clara	105
4.8.8. Benchmarking Internacional: Zurich, MAPFRE y Chubb.....	105
4.8.8.1. Zurich: Modularidad Centrada en el Cliente	105
4.8.8.2. MAPFRE: Protección Digital y Adaptación Local	106
4.8.8.3. Chubb: Distribución Embebida y Ecosistemas de APIs Abiertas	106
4.8.9. Sobre la Oportunidad de Mercado	106
4.8.10. Sobre el Marco Regulatorio	107
4.8.11. Sobre el Diseño del Producto y el Modelo Operativo.....	107
4.8.12. Sobre el Benchmarking Internacional	107
4.8.13. Factores Críticos de Éxito y Limitaciones	108
4.9. Dimensión ambiental (A de ASG)	108
4.9.1. Módulo de eficiencia energética	109
4.9.2. Módulo de energías renovables residenciales	109
4.9.3. Módulo de resiliencia climática	109
4.9.4. Módulo de reconstrucción sostenible.....	110
4.9.5. Módulo de economía circular.....	110
4.10. Dimensión social (S de ASG)	110
4.10.1. Módulo de Accesibilidad e Inclusión Financiera	111
4.10.2. Módulo de Seguridad, Salud y Bienestar en el Hogar	111
4.10.3. Módulo de Educación, Transparencia y Acompañamiento	111

4.11. Dimensión de gobernanza (G de ASG).....	112
4.11.1. Transparencia del producto	112
4.11.2. Gestión de riesgos y Compliance	113
4.11.2.1. Compliance y normativa.....	113
4.11.2.2. Ética y uso de datos	114
4.11.2.3. Protección de la privacidad.....	114
4.11.2.4. Principios éticos.....	115
4.12. Diseño del producto modular sostenible.....	115
4.12.1. Arquitectura de módulos	115
4.12.1.1. Módulos básicos	116
4.12.1.2. Módulos "verdes": instalaciones renovables, eficiencia energética y domótica .	116
4.12.1.3. Módulos de servicios adicionales: asistencia, mantenimiento, auditoría energética	117
4.12.2. Incentivos y precios.....	118
4.12.2.1. Bonificaciones por prevención	118
4.12.2.2. Tarificación dinámica	118
4.12.3. Ejemplos prácticos	119
4.12.3.1. Caso 2: Arrendatario de piso urbano (Segmento 2: arrendatarios urbanos jóvenes, 18-35 años)	119
4.12.4. Síntesis	120
4.12.5. Impacto y métricas	120
4.12.5.1. Resultados para la aseguradora.....	121
4.12.5.2. Resultados para la sociedad.....	122

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones	122
5.1. Conclusiones generales	122
5.2. Conclusiones específicas	123
5.2.1. Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación.....	123
5.2.2. Contribución a la gestión empresarial.....	124
5.2.3. Contribución a nivel académico	124
5.2.4. Contribución a nivel personal	125
5.3. Limitaciones a la investigación.....	125

Índice de Tablas

Tabla 1: Ramos aprobados.....	26
Tabla 2: Índices Financieros	31
Tabla 3 Capital adecuado.....	33
Tabla 4 Sinistros pagados	47
Tabla 5 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	50
Tabla 6 Coberturas modulares	53
Tabla 7 Relación entre Coberturas y los Pilares del producto	57
Tabla 8 Tier de riesgo de la cartera.....	63
Tabla 9 Pasos del proceso de venta asesorada para el seguro de hogar modular	65
Tabla 10 Pantalla de Control de Indicadores para manejar el producto modular	71
Tabla 11 Cuadro de problemas de venta y cómo solucionarlos para el seguro modular.....	76
Tabla 12 Acciones concretas.....	78
Tabla 13 Ecosistema digital.....	79
Tabla 14 Integración de IA en el Ciclo de Vida del Producto	81
Tabla 15 Propuesta de Valor para los Actores	90
Tabla 16 Resumen: IA en el Ciclo de Vida del Producto	92
Tabla 17 Retos y Consideraciones Críticas	99
Tabla 18 Módulos y coberturas	101
Tabla 19 Exclusiones generales y fundamento técnico	103
Tabla 20 Indicadores Clave de Desempeño (KPIs).....	116
Tabla 21 Módulos básicos	117
Tabla 22 Módulos de servicios adicionales.....	135

Capítulo 1: Introducción

1.1. Planteamiento del problema e importancia del estudio

1.1.1. Definición del proyecto

El entorno asegurador ecuatoriano se encuentra inmerso en un proceso progresivo de transformación, motivado por factores estructurales como la evolución del comportamiento del consumidor, la aceleración de la digitalización y la creciente presión por mejorar la competitividad y sostenibilidad de los modelos tradicionales.

En el contexto ecuatoriano, este proceso de transformación adquiere particular relevancia debido a las características estructurales del mercado, el cual se distingue por una alta sensibilidad al precio, niveles moderados de ingreso per cápita y una cultura de aseguramiento aún incipiente. Estas condiciones han generado una demanda creciente por productos más simples, transparentes y adaptables, lo que obliga a las aseguradoras a replantear su propuesta de valor hacia esquemas más flexibles y accesibles, en línea con las tendencias de personalización y digitalización observadas a nivel internacional.

En Ecuador, el seguro de hogar se comercializa principalmente bajo los ramos de Incendio y Líneas Aliadas y productos Multirriesgo, los cuales mantienen una participación menor en comparación con ramos de mayor penetración como vehículos, vida y asistencia médica. Esta situación refleja el potencial de crecimiento existente en la protección patrimonial de las viviendas, especialmente considerando los bajos niveles de aseguramiento del segmento residencial y la oportunidad de desarrollar propuestas de valor más alineadas con las necesidades y expectativas actuales de los consumidores.

Esto demuestra que el seguro de hogar está menos desarrollado en comparación con otros ramos debido a que las aseguradoras han enfocado sus esfuerzos en productos de mayor volumen o que están ligados a obligaciones provenientes de operaciones de crédito, dejando en segundo plano aquellos relacionados con la protección patrimonial de las personas, como el hogar.

Adicionalmente, la baja penetración del seguro en la economía ecuatoriana constituye un factor crítico que refuerza este diagnóstico. En efecto, el nivel de penetración del seguro se sitúa en

torno al 1,9% del Producto Interno Bruto (PIB) (Seguros., 2025), cifra considerablemente inferior a la observada en otros mercados de la región latinoamericana, lo que refleja un limitado acceso y adopción del seguro en amplios segmentos de la población. Este fenómeno es consistente con la evidencia regional, que señala que una parte significativa de la población carece de protección formal frente a riesgos, debido tanto a barreras económicas como a la falta de cultura aseguradora.

El seguro de hogar modular y personalizado permite adaptar las coberturas al perfil y capacidad de pago del cliente, mientras optimiza los procesos mediante el uso de tecnología. Además, representa una alternativa estratégica para diferenciar la oferta, mejorar la percepción del valor del seguro y ampliar la base de clientes sin afectar el equilibrio técnico del portafolio.

En un mercado donde el seguro aún no es una prioridad, la clave no es vender más pólizas, sino ofrecer soluciones que el cliente realmente quiera comprar.

1.1.2. Naturaleza o tipo de proyecto

El presente estudio se enmarca en una investigación de tipo aplicado, dado que tiene como finalidad principal generar una solución concreta a una problemática identificada en el mercado asegurador ecuatoriano, específicamente relacionada con la baja penetración del seguro de hogar. En este sentido, no solo se busca analizar la realidad del sector, sino también proponer un modelo innovador basado en el uso de tecnologías y en el diseño de un producto de seguro de hogar modular para una aseguradora existente.

Desde la perspectiva de su enfoque metodológico, la investigación adopta un carácter mixto, al combinar el análisis cuantitativo de información del mercado asegurador; como participación de primas, niveles de penetración y brechas de protección, con un análisis cualitativo orientado a comprender las tendencias del consumidor y las oportunidades de innovación en la industria.

En cuanto a su alcance, el estudio se considera de tipo descriptivo y propositivo. Es descriptivo porque caracteriza el comportamiento del mercado asegurador ecuatoriano y la evolución del ramo de hogar; y es propositivo porque plantea el diseño de un modelo de solución que busca mejorar la oferta de valor del seguro mediante un enfoque modular, flexible y digital.

1.1.3. Objetivos

1.1.3.1. Objetivo general

Diseñar un modelo de negocio innovador para el seguro de hogar en el mercado ecuatoriano, basado en coberturas modulares, personalizadas y flexibles, que contribuya a mejorar la propuesta de valor para el cliente, aumentar la penetración del producto y mantener la sostenibilidad técnica y financiera del ramo.

1.1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar la estructura y comportamiento del mercado asegurador ecuatoriano, identificando el nivel de desarrollo y las brechas existentes en el ramo de seguros de hogar.
- Diseñar un modelo de seguro de hogar modular que permita adaptar las coberturas al perfil de riesgo y capacidad de pago de los clientes usando herramientas digitales.
- Proponer una estrategia de implementación del producto para Zurich Seguros S.A. , considerando aspectos comerciales, técnicos y operativos que aseguren su viabilidad.

1.1.4. Justificación e importancia del trabajo de investigación

El sector asegurador ecuatoriano, particularmente en el ramo de seguros de hogar, evidencia una brecha significativa entre los modelos tradicionales de comercialización y las nuevas necesidades, expectativas y comportamientos de los consumidores. Actualmente, este tipo de seguro se caracteriza por una estructura estandarizada, con coberturas rígidas y limitadas alternativas de personalización, lo que reduce su capacidad de adaptación a los distintos perfiles de riesgo y requerimientos de los asegurados. Como consecuencia, la propuesta de valor suele percibirse como poco flexible y escasamente alineada con la realidad de los clientes, manteniendo un enfoque predominantemente técnico que prioriza criterios tradicionales de aseguramiento por encima de la experiencia del usuario. Esta situación genera la percepción de que el costo del seguro no guarda una relación adecuada con el nivel de protección ofrecido, afectando tanto la contratación como la renovación de las pólizas. En este contexto, se identifica una oportunidad para innovar en el diseño y comercialización del seguro de hogar mediante soluciones más personalizadas, flexibles y

centradas en el cliente, que contribuyan a fortalecer la percepción de valor del producto e impulsar su penetración en el mercado ecuatoriano.

En este contexto, se identifica la necesidad de desarrollar un modelo de negocio alternativo que permita a las aseguradoras migrar hacia seguros modulares y personalizados, integrados a la gestión del seguro, que respondan de manera más eficiente a las características específicas de cada asegurado, optimicen la experiencia del cliente y fortalezcan la sostenibilidad y competitividad del negocio asegurador en el seguro de hogar.

La transición hacia un modelo modular personalizado presenta retos significativos, por lo que una implementación gradual y una propuesta de valor clara nos permitirán capturar nuevas oportunidades de mercado y mejorar la penetración del producto si trabajamos sobre los siguientes inconvenientes identificados:

- Complejidad operativa y tecnológica: la personalización exige mayores recursos en suscripción, emisión, cobranzas, servicio al cliente y siniestros. Para mitigar esto, se propone iniciar con un modularidad gradual por paquetes segmentados por perfiles, automatizar procesos mediante reglas simplificadas y priorizar ajustes en los sistemas actuales que permitan una flexibilidad.
- Evaluación del riesgo: ante la falta de información estructurada, se implementarán cuestionarios dinámicos en la contratación y se utilizarán variables como: zona, tipo de construcción, antigüedad de la estructura, análisis socio demográfico del asegurado, entre otras. Las tarifas se ajustarán y calibrarán periódicamente según la experiencia de siniestralidad y monitoreo de la experiencia del cliente.
- Riesgo de selección adversa: para mantener el equilibrio técnico, se establecerán coberturas mínimas obligatorias, límites o periodos de carencia en ciertos módulos, además de incentivos por la contratación de paquetes integrales.
- Cultura aseguradora y resistencia al cambio: se simplificará el lenguaje comercial a un tono de voz cliente y se capacitará a los canales de venta para que actúen como asesores, enfocando la comunicación en beneficios concretos para el consumidor.

- Sensibilidad al precio: se ofrecerán alternativas de bajo costo con posibilidad de ampliación progresiva, garantizando total transparencia sobre el alcance de cada módulo y vinculando el precio al nivel de protección real.

1.2. Perfil de la organización.

1.2.1. Nombre, actividades, mercados servidos y principales cifras

1.2.1.1. Nombre de la empresa

Zurich Seguros Ecuador S.A.

1.2.1.2. Misión, visión, valores

Misión: Acompañar a las personas y empresas del Ecuador en los momentos que más importan, ofreciéndoles soluciones de seguros generales y de vida que les brindan protección, tranquilidad y respaldo frente a los riesgos que enfrentan. (Zurich Seguros Ecuador, 2026).

Visión: Ser una aseguradora de referencia en el mercado ecuatoriano, reconocida por su solidez financiera, el respaldo internacional del Grupo Zurich y su capacidad de construir junto a sus clientes un futuro más brillante mediante soluciones innovadoras y sostenibles de gestión de riesgo. (Zurich Seguros Ecuador, 2026).

Valores:

- Sostenibilidad: integración de criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en la estrategia empresarial. (Zurich Seguros Ecuador, 2026)
- Responsabilidad: compromiso con clientes, colaboradores, comunidades y medio ambiente. (Zurich Seguros Ecuador, 2026)
- Innovación: desarrollo de soluciones, canales y modelos operativos que mejoren la experiencia del cliente y contribuyan a la sostenibilidad. (Zurich Seguros Ecuador, 2026)

- Cercanía al cliente: enfoque en el conocimiento, comprensión y acompañamiento de los asegurados. (Zurich Seguros Ecuador, 2026)
- Compromiso con la comunidad: impulso de proyectos de resiliencia, educación, salud mental y reforestación que generan impacto social positivo. (Zurich Seguros Ecuador, 2026)
- Creación de valor a largo plazo: búsqueda de beneficios sostenibles para todos los grupos de interés. (Zurich Seguros Ecuador, 2026)

1.2.1.3. Actividades, marcas, productos y servicios

1.2.1.3.1. Actividad económica

Zurich Seguros Ecuador S.A. es una compañía perteneciente al sector asegurador, cuya actividad económica principal consiste en la prestación de servicios de seguros generales y seguros de vida, orientados a la protección de personas, empresas y activos frente a diversos riesgos. La organización desarrolla actividades de suscripción, comercialización y administración de pólizas, complementadas con la gestión integral de riesgos y la atención de siniestros, contribuyendo a la estabilidad financiera y protección patrimonial de sus clientes. (Zurich Seguros Ecuador. 2025. *Sostenibilidad en Zurich Ecuador*. <https://www.zurichseguros.com.ec/sostenibilidad>)

1.2.1.3.2. Ramos aprobados

Zurich ofrece un portafolio diversificado de productos orientados a personas, pequeñas y medianas empresas, así como clientes corporativos. La aseguradora mantiene los siguientes ramos de seguros generales y de personas aprobados.

Tabla 1: Ramos aprobados

Nombre seguro
Accidentes personales
Agropecuaria
Aviación
Bancos e instituciones financieras (BBB)
Buen uso de anticipo
Cumplimiento de contrato
Dinero y valores
Ejecución de obra y buena calidad de materiales
Equipo electrónico
Equipo y maquinaria de contratistas
Fidelidad
Garantías aduaneras
Incendio y líneas aliadas
Lucro cesante a consecuencia de incendio y líneas aliadas
Marítimo
Montaje de maquinaria
Multiriesgo
Obras civiles terminadas
Perdida de beneficio por rotura de maquinaria
Responsabilidad civil
Riesgos catastróficos
Riesgos especiales
Robo
Rotura de maquinaria
Seriedad de oferta

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Nombre seguro
Soat
Todo riesgo para contratistas
Todo riesgo petrolero
Transporte
Vehículos
Vida colectiva

Nota: Esta tabla muestra los ramos aprobados por la Super Intendencia de Seguros y Valores a Zurich Seguros Ecuador S.A. al corte de junio 2026.

1.2.1.4. Ubicación de la sede

Zurich Seguros Ecuador S.A. tiene su sede matriz en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, ubicada en la avenida Eloy Alfaro N40-270 y José Queri. Desde esta oficina corporativa se dirigen las operaciones comerciales, técnicas y administrativas de la compañía a nivel nacional, brindando servicios de aseguramiento para personas, empresas y organizaciones en diversos ramos de seguros.

1.2.1.5. Ubicación de las operaciones

Zurich Seguros Ecuador S.A. mantiene presencia comercial y operativa a nivel nacional a través de cinco sucursales físicas ubicadas en Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Manta, complementadas con agencias virtuales y canales digitales que permiten atender clientes en el resto del territorio ecuatoriano.

1.2.1.6. Propiedad y forma jurídica

Zurich Seguros Ecuador S.A. es una entidad constituida como sociedad anónima, cuyo capital se encuentra representado en acciones y en la que cada socio responde únicamente hasta el

monto de su aporte. La compañía forma parte de Zurich Insurance Group, aseguradora global con sede central en Suiza y fundada en 1872. En Ecuador, la operación inició en 1992 bajo la marca QBE Seguros Colonial, integrándose formalmente al Grupo Zurich en el año 2018 mediante la adquisición de las operaciones de QBE Insurance Group en la región, lo que consolidó su posición como una de las aseguradoras líderes del mercado ecuatoriano.

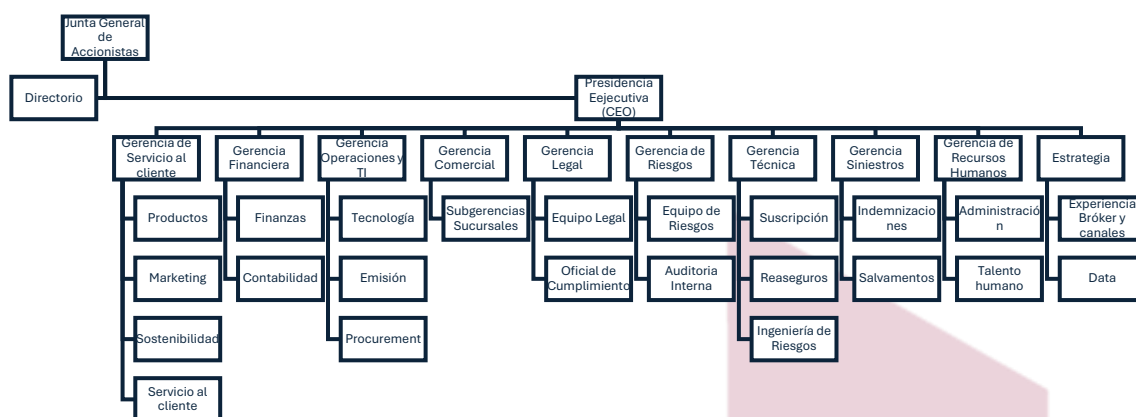
1.2.1.7. Mercados servidos o ubicación de sus actividades de negocio

Zurich Insurance Group es una aseguradora multinacional con sede corporativa en Zúrich, Suiza, y presencia en más de 200 países y territorios a nivel mundial. La organización atiende a más de 82 millones de clientes mediante una amplia oferta de seguros generales, seguros de vida, soluciones para pequeñas y medianas empresas, grandes corporaciones y clientes multinacionales. Sus operaciones se desarrollan a través de una red global de filiales, sucursales y socios estratégicos distribuidos en Europa, América, Asia-Pacífico, Oriente Medio y África, lo que le permite ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades específicas de cada mercado. Asimismo, Zurich complementa sus actividades aseguradoras con servicios de prevención, gestión de riesgos y resiliencia, fortaleciendo su posición como una de las principales compañías aseguradoras del mundo. (Zurich Insurance Group. (2025). About us. Zurich Insurance Group. <https://www.zurich.com/about-us>)

1.2.1.8. Tamaño de la organización

La organización cuenta con aproximadamente 264 colaboradores a nivel nacional, distribuidos en áreas comerciales, técnicas, de suscripción, siniestros y soporte administrativo. Cada área cuenta con funciones específicas según su actividad, fomentando la colaboración entre departamentos para optimizar procesos. La compañía mantiene líneas jerárquicas claras que aseguran agilidad en la toma de decisiones y eficiencia operativa, con una estructura organizacional alineada a las mejores prácticas de Buen Gobierno Corporativo del Grupo Zurich, reflejando un firme compromiso con la sostenibilidad, la transparencia y una gestión responsable.

Figura 1: Organigrama Zurich Seguros Ecuador S.A.



Nota: Adaptado de Organigrama Zurich Seguros Ecuador S.A., (Zurich Seguros Ecuador S.A., 2026)

1.2.1.9. Información sobre empleados y otros trabajadores

Zurich Seguros Ecuador considera a sus colaboradores como un grupo de interés estratégico y un pilar fundamental para el cumplimiento de sus objetivos corporativos y de sostenibilidad. De acuerdo con su Memoria de Sostenibilidad más reciente, la compañía promueve una cultura organizacional basada en la innovación, la inclusión, el bienestar y el desarrollo profesional, impulsando programas de capacitación, participación y voluntariado corporativo que fortalecen el compromiso de los empleados con la organización y la sociedad. Asimismo, fomenta un entorno laboral responsable alineado con criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), incentivando la participación de sus colaboradores en iniciativas de impacto comunitario, sostenibilidad ambiental y generación de valor compartido, contribuyendo al fortalecimiento de la

resiliencia organizacional y al desarrollo sostenible del país. Cuenta con equipo humano organizado por líneas de negocio (entre ellas la línea Automotive, con Directores y Ejecutivos Comerciales distribuidos en las cinco sucursales del país), así como en áreas de suscripción, siniestros, riesgos y soporte administrativo. La compañía impulsa la capacitación continua y la adaptación de las competencias de sus colaboradores a la era digital, promoviendo una cultura alineada con los valores corporativos de cuidado, confianza y visión de futuro del Grupo Zurich. (Zurich Seguros Ecuador. Memoria de sostenibilidad 2026).

1.2.1.10. Procesos claves relacionados con el objetivo propuesto

El proceso clave para alcanzar el objetivo de desarrollar e incursionar en un seguro de hogar modular es el de diseño y tarificación de producto, liderado por las áreas de Suscripción y Actuaría en conjunto con el área comercial y de canales digitales. Este proceso permite descomponer la cobertura tradicional de hogar en módulos independientes y contratables de forma flexible; por ejemplo, incendio y líneas aliadas, robo, responsabilidad civil, equipo electrónico, asistencia hogar, de manera que el cliente pueda seleccionar únicamente las coberturas que se ajustan a su perfil de riesgo y capacidad de pago. Gracias a la experiencia técnica de Zurich Seguros Ecuador en suscripción de riesgos patrimoniales, es posible evaluar con precisión cada módulo, definir primas diferenciadas y ágiles, y automatizar la emisión de la póliza a través de un journey digital de autoservicio desde la cotización, contratación y hasta el pago en línea, reduciendo tiempos de emisión y fricción para el cliente.

De manera complementaria, el proceso de gestión de siniestros digital resulta igualmente estratégico, al habilitar reporte de siniestros vía app o web, con seguimiento en tiempo real y validación remota de daños, se agiliza la experiencia del asegurado y se refuerza la propuesta de valor diferenciada del producto frente a los seguros de hogar tradicionales del mercado ecuatoriano.

1.2.1.11. Principales cifras, ratios y números que definen a la empresa

Tabla 2 : Índices Financieros

Indicadores Al 30 de junio del 2026	Valor
Liquidez	1.02
Liquidez inmediata	0.51
Seguridad	1.1
Rentabilidad para los accionistas	1.14%
Rentabilidad de los activos	0.28%
Rentabilidad de las operaciones	0.23%
Tasa de gastos de administración	15.73%
Tasa de gastos de producción	18.63%
Tasa de gastos de operación	34.36%
Endeudamiento	1.43
Morosidad total cartera de primas	13.65%
Morosidad total primas vencidas	7.95%
Cesión reaseguros	34.26%
Rentabilidad del reaseguro	5.83%
Tasa de siniestralidad neta retenida devengada	43.97%
Razón combinada	94.34%
Tasa de utilidad técnica	5.66%
Resultado técnico/patrimonio promedio	17.49%
Resultado técnico/activo promedio	4.21%

Nota: Esta tabla muestra los indicados financieros de Zurich Seguros Ecuador S.A. al corte de junio 2026.

Tabla 3: Capital adecuado

	Balance Reportado	Registro Terreno Oficio INSP-DA2-2015-00064
Descripción	Valor US\$	Valor US\$
Capital adecuado en función de primas	24.154.232,19	24.154.232,19
Capital adecuado por carga media de siniestralidad	11.306.061,60	11.306.061,60
Requerimiento de capital adecuado (el mayor entre primas y siniestros)	24.154.232,19	24.154.232,19
Capital adecuado para el riesgo de crédito de reaseguro	-	-
Capital adecuado con factor de corrección por concentración	28.985.078,62	28.985.078,62
Total requerimiento de capital adecuado	28.985.078,62	28.985.078,62
Patrimonio técnico		
Patrimonio técnico primario		
Capital pagado	25.500.000,00	25.500.000,00
Capital operativo	-	-
Reserva legal	3.745.760,88	3.704.227,24
Reservas especiales - Aportes de accionistas	5.200.000,00	5.200.000,00
Reservas especiales - Utilidades retenidas para futuras capitalizaciones (por requerimiento del organismo de control)	5.705.011,79	5.705.011,79
Reservas - Dividendos acción	-	-
Resultado acumulados - Utilidades	-	-
Resultado acumulados - Pérdidas	-8.256.105,58	-8.256.105,58
Reservas de desviación de siniestralidad y catastróficas	229.725,84	229.725,84
Resultados del ejercicio - Pérdida o 4-5 (pérdidas periodos intermedios)	-	-
Total patrimonio técnico primario	32.124.392,93	32.082.859,29
Deducciones del patrimonio técnico primario	-	-
Total patrimonio técnico primario después de deducciones	32.124.392,93	32.082.859,29
Patrimonio técnico secundario		
Reservas especiales - Utilidades retenidas para futuras capitalizaciones	-	-
Otras reservas	-	-
45% reserva de capital	1.095.851,91	1.095.851,91
Resultado acumulados - Utilidades	1.303.000,75	1.303.000,75
Resultados del ejercicio - Utilidades o 5-4 (periodos intermedios)	197.420,85	197.420,85
Resultados del ejercicio - Pérdida	-	-
Total patrimonio técnico secundario	2.596.273,51	2.596.273,51
Total patrimonio técnico	34.720.666,44	34.679.132,80
Exceso o defecto de patrimonio técnico		
Capital adecuado requerido	28.985.078,62	28.985.078,62
Patrimonio técnico reportado	34.720.666,44	34.679.132,80
Excedente/deficiencia de patrimonio técnico	5.735.587,81	5.694.054,17
% excedente/deficiencia sobre capital adecuado requerido	19,79%	19,64%

Nota: Esta tabla muestra el capital adecuado de Zurich Seguros Ecuador S.A. al corte de junio 2026.

Tabla 4*Siniestros pagados*

Ramo	N° Reclamos	Suma total
Vida colectiva	726	3,972,237.00
Accidentes personales	115	107,707.00
Incendio y líneas aliadas	160	411,650.00
Lucro cesante incendio	1	10,000.00
Vehículos	23,980	13,994,444.00
Transporte	645	3,059,673.00
Marítimo	2	652,921.00
Robo	29	30,395.00
Dinero y valores	20	6,141.00
Agropecuaria	45	53,869.00
Todo riesgo contratista	2	625.00
Montaje de maquinaria	0	-
Rotura de maquinaria	36	82,459.00
Pérdida de beneficio por rotura de maquinaria	0	-
Equipo y maquinaria de contratistas	23	187,247.00
Equipo electrónico	304	202,616.00
Responsabilidad civil	44	139,730.00
Fidelidad	3	24,750.00
Bancos e instituciones financieras (BBB)	2	20,345.00
Riesgos especiales	140	29,364.00
Cumplimiento de contrato	1	1,000.00
Multiriesgo	0	-

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Ramo	N° Reclamos	Suma total
Riesgos catastróficos	1	40.00
Total	26,279	22,987,213.00

Nota: Esta tabla muestra los siniestros pagados de Zurich Seguros Ecuador S.A. al corte de junio 2026.

1.2.1.12. Modelo de negocio

Zurich Seguros Ecuador S.A. es una compañía aseguradora ecuatoriana con sede principal en la ciudad de Quito, que opera en el país desde 1992 y forma parte del Grupo Zurich Insurance desde 2018. Su modelo de negocio se orienta a la comercialización de seguros generales y de vida para personas y empresas, a través de una red multicanal que combina corredores de seguros, bancaseguros, el canal automotriz (concesionarios y financieras) y canales digitales, complementada con servicios de ingeniería de riesgos y asistencia al cliente a nivel nacional.

1.2.1.13. Grupos de interés internos y externos

Grupos de interés internos:

- Accionistas (Grupo Zurich Insurance)
- Directorio y comités
- Alta gerencia
- Gerencias comerciales y técnicas
- Empleados
- Auditoría interna y Oficina de cumplimiento

Grupos de interés externos

- Clientes (personas naturales y empresas)
- Concesionarios y dealers automotrices
- Corredores de seguros

- Bancos y financieras (banca automotriz)
- Reaseguradores e intermediarios de reaseguros
- Proveedores
- Organismos de control (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros)
- Socios estratégicos

1.2.1.14. Otros datos de interés

- Grupo empresarial: Zurich Insurance Group.
- Sede global: Zúrich, Suiza.
- Presencia mundial: Más de 200 países y territorios.
- Clientes a nivel global: Más de 82 millones.
- Colaboradores a nivel global: Más de 65.000 empleados.
- Propósito corporativo: Crear juntos un futuro mejor, protegiendo el esfuerzo de los ecuatorianos.
- Un aspecto relevante que evidencia la solidez financiera de Zurich Seguros Ecuador S.A. es la calificación de riesgo otorgada por BankWatch Ratings S.A. Con base en los estados financieros al 30 de junio de 2025, la compañía mantuvo la calificación “AAA”, la más alta dentro de la escala local de evaluación crediticia. Esta categoría refleja una situación financiera muy sólida, una destacada capacidad para cumplir oportunamente con las obligaciones contractuales asumidas con sus asegurados y una sobresaliente trayectoria en el pago de siniestros. Asimismo, la calificación reconoce la fortaleza patrimonial, la capacidad de adaptación frente a cambios adversos del entorno económico y la excelente reputación de la organización en el mercado asegurador, factores que respaldan su estabilidad y sostenibilidad en el largo plazo. (BankWatch Ratings S.A. (2025). Informe de calificación de riesgo de Zurich Seguros Ecuador S.A. al 30 de junio de 2025. BankWatch Ratings.)

Capítulo 2: Investigación de mercado

Para desarrollar el análisis de investigación de mercado, nos enfocaremos en realizar un análisis interno de la compañía denominada Aseguradora del Norte y el análisis externo dentro del enfoque tradicional del seguro de hogar y contrastarlo con las dinámicas demográficas y tecnológicas actuales en el Ecuador. El objetivo es encontrar la verdadera necesidad no satisfecha del consumidor moderno.

2.1. Antecedentes

El seguro de hogar tradicional ha operado históricamente bajo un modelo de talla única, donde todos los asegurados deben someterse a una sola forma de cobertura. Este enfoque se basa en pólizas rígidas, empaquetadas con coberturas estándar calculadas a partir de variables estáticas (como los metros cuadrados de la propiedad, la ubicación geográfica general y los materiales de construcción, etc).

Sin embargo, el entorno socioeconómico y habitacional ha experimentado una transformación radical en los últimos años, impulsada por tres factores clave:

- **Nuevas formas de habitabilidad:** El auge del alquiler a largo plazo, el nómada digital y el uso de viviendas para plataformas de economía colaborativa (como Airbnb o booking) han cambiado el concepto clásico de propietario único y permanente.
- **Infraseguro y Sobreseguro:** Las pólizas actuales obligan a los asegurados a pagar por coberturas que no necesitan, por ejemplo, cobertura de inundación para un piso No. 6 o los dejan desprotegidos ante realidades específicas como la falta de protección adecuada para equipos electrónicos de alto valor para el teletrabajo.
- **Fricción en la experiencia de usuario:** Los procesos de contratación e indemnización suelen ser lentos, analógicos y percibidos por el cliente como poco transparentes, donde la prima no refleja su comportamiento real ni su perfil de riesgo dinámico.

En el mercado ecuatoriano las principales aseguradoras de hogar presentan diferencias significativas en cobertura de incendio y robo, protección frente a catástrofes naturales como terremotos e inundaciones. Sin embargo, ninguna ofrece actualmente un modelo verdaderamente modular. Esto confirma la oportunidad estratégica del proyecto: un seguro de hogar modular y personalizado no solo cubre la brecha de penetración del 87% del mercado no asegurado, sino que se diferencia estructuralmente de toda la oferta competidora existente en Ecuador.

2.2. Identificación de la Necesidad No Satisfecha

Para poder identificar la necesidad no satisfecha del cliente actual, es necesario realizar una investigación de mercado mediante encuesta, entrevista y análisis histórico de la información de la compañía.

2.2.1. Encuesta

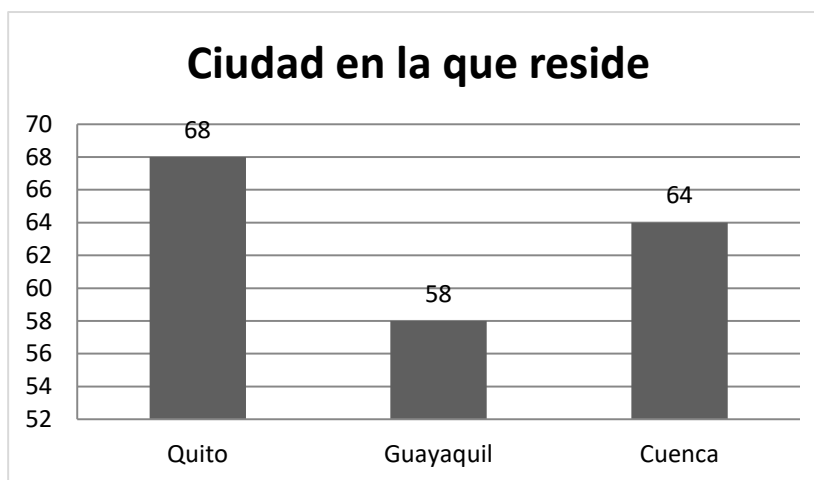
La encuesta diseñada tiene como objetivo identificar las características sociodemográficas, las percepciones, preferencias y disposición de compra de los consumidores respecto a una protección financiera para el hogar. Como instrumento de recolección de información primaria, resulta pertinente para un estudio orientado al diseño de un modelo de seguro de hogar más flexible y centrado en las necesidades del cliente, ya que permite obtener información tanto del perfil de los potenciales usuarios como de los atributos de valor que influyen en su decisión de contratación.

Criterios de segmentación para el perfil de la muestra entre clientes y no clientes:

- Edad entre 30 y 60 años
- Ciudades: Quito, Guayaquil y Cuenca

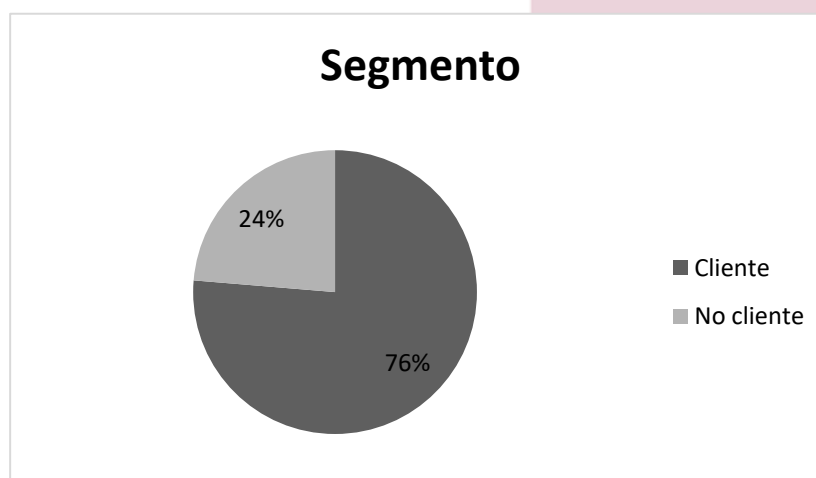
Los clientes de Zurich Seguros Ecuador S.A. que cumplen con los criterios de segmentación antes mencionados son 5,000 de los cuales utilizaremos como muestra a 100 más 15 clientes y 15 no clientes de cada ciudad dándonos un total de 190 entrevistados. (Anexo 1.)

Figura 2: Ciudad en la que reside



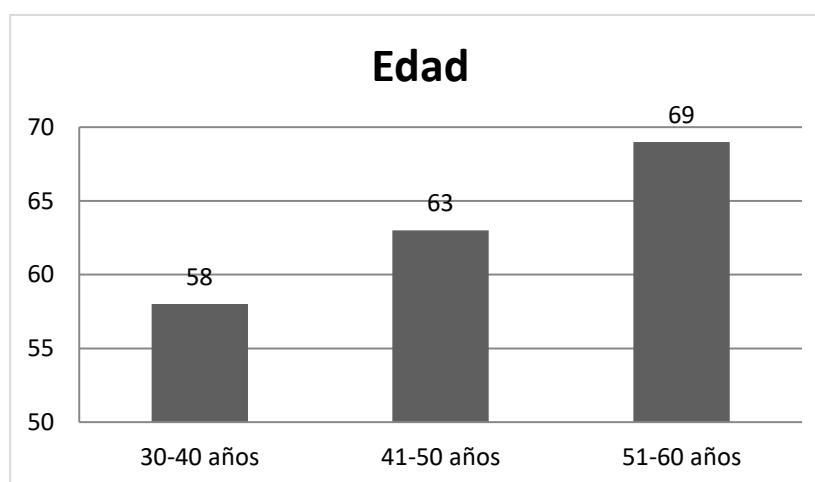
Opción	N	%
Quito	68	35.8%
Guayaquil	58	30.5%
Cuenca	64	33.7%

Figura 3: Segmento al que pertenece



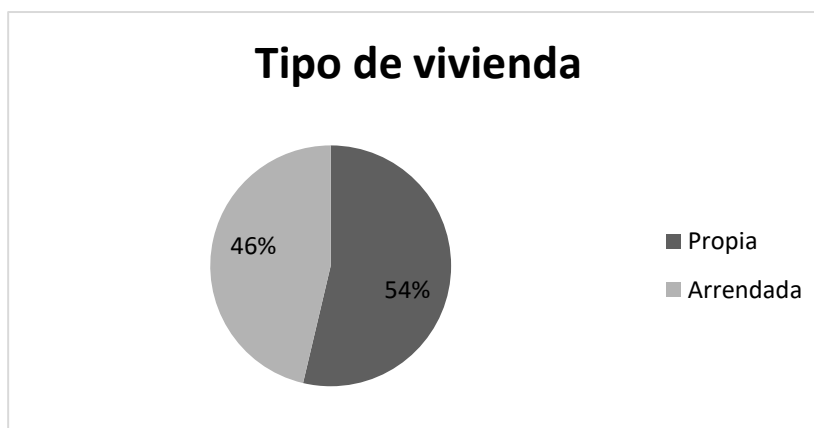
Opción	N	%
Cliente	145	76.3%
No cliente	45	23.7%

Figura 4: Edad



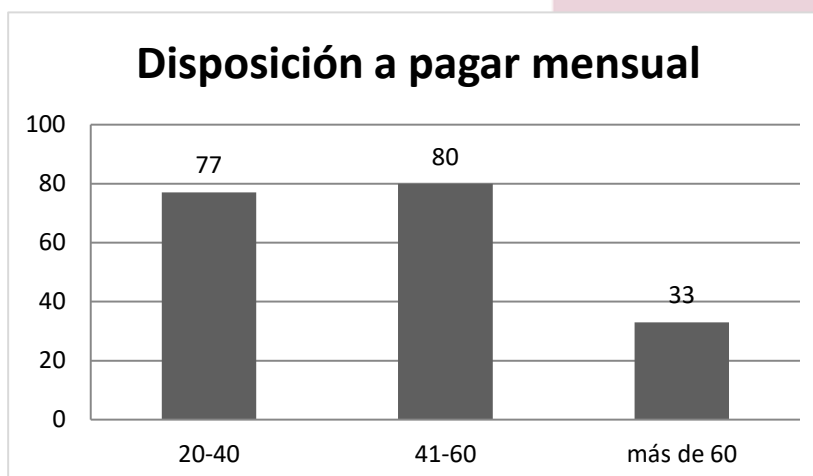
Opción	N	%
30-40 años	58	30.5%
41-50 años	63	33.2%
51-60 años	69	36.3%

Figura 5: Tipo de vivienda



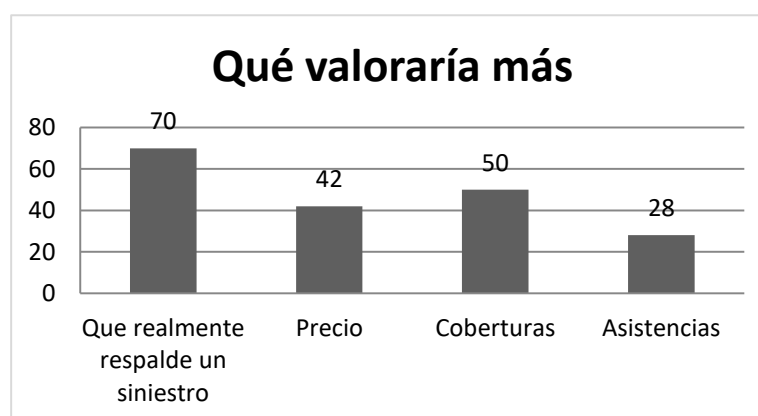
Opción	N	%
Propia	102	53.7%
Arrendada	88	46.3%

Figura 6: Disposición de pago mensual



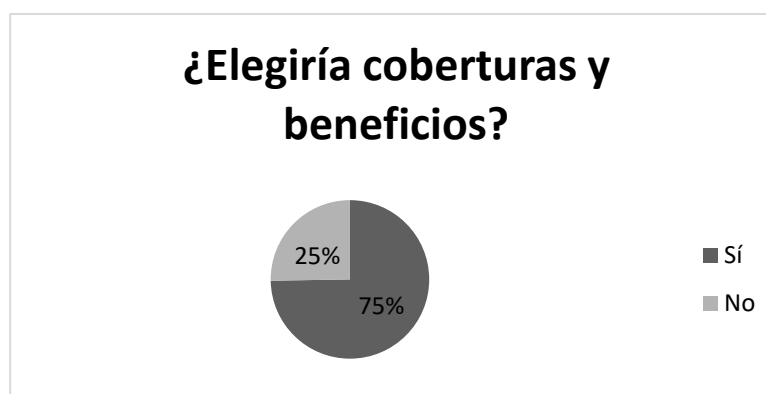
Opción	N	%
20-40	77	40.5%
41-60	80	42.1%
más de 60	33	17.4%

Figura 7: Qué valoraría más en un seguro de hogar



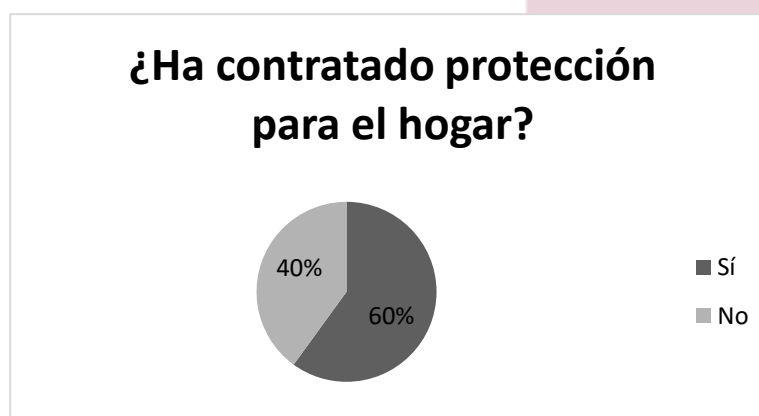
Opción	N	%
Que realmente respalde un siniestro	70	36.8%
Precio	42	22.1%
Coberturas	50	26.3%
Asistencias	28	14.7%

Figura 8: Le gustaría elegir a usted las coberturas y beneficios



Opción	N	%
Sí	142	74.7%
No	48	25.3%

Figura 9: Ha contratado alguna protección financiera para su hogar



Opción	N	%
Sí	114	60.0%
No	76	40.0%

Los resultados obtenidos permitieron identificar que los potenciales clientes buscan soluciones de protección para el hogar que combinen flexibilidad, personalización, respaldo efectivo y precios acordes con su capacidad de pago. Asimismo, se evidenció que factores como la protección patrimonial, la tranquilidad familiar y la confianza en la aseguradora influyen directamente en la decisión de contratación. Estos hallazgos respaldan la necesidad de desarrollar un modelo de seguro de hogar más centrado en el cliente, capaz de adaptar sus coberturas y beneficios a las características específicas de cada segmento de mercado, contribuyendo así a mejorar la percepción de valor y a incrementar la penetración del seguro de hogar en Ecuador.

2.2.2. Focus Group

Se realizará un focus group a un grupo de 15 personas que cumplan con los siguientes criterios de segmentación para el perfil de la muestra:

- Edad entre 30 y 60 años
- Ciudad (Quito, Guayaquil, Cuenca)
- Que actualmente cuenten con un seguro de hogar o lo hayan contratado anteriormente

Preguntas dirigidas:

1. ¿Qué opina del seguro de hogar?
2. ¿Qué modificaría del seguro de hogar?
3. ¿Cuáles son expectativas del seguro de hogar?
4. ¿Qué representa para usted flexibilidad en armar las coberturas y beneficios?
5. ¿Qué coberturas son las que le gustaría contratar?
6. ¿Qué opina sobre contratar su seguro de manera digital?

2.2.3. Datos Históricos de la Compañía (Últimos 3 Años)

- Frecuencia por cobertura
- Severidad por cobertura
- Análisis asistencias más usadas

2.3. Análisis del Mercado Asegurador Ecuatoriano

En el Ecuador, según información de la Súper Compañía de Valores y Seguros (SCVS), actualmente, existen alrededor de 28 a 30 compañías de seguros activas reguladas por la SCVS. De este universo total, aproximadamente 24 a 26 compañías operan en Ramos Generales (ya sea de forma exclusiva o combinada con seguros de vida) y tienen la capacidad técnica y legal de ofrecer seguros de hogar.

Las compañías Multinacionales con más relevancia que ofrecen hogar son:

- Chubb Seguros Ecuador
- Zurich Seguros Ecuador
- Mapfre Atlas
- AIG Metropolitana
- Generali Ecuador

Por otro lado, las empresas nacionales con seguro de hogar son:

- Seguros Equisuiza
- Seguros del Pichincha
- Sweaden Compañía de Seguros
- Aseguradora del Sur
- Otras nacionales activas: Seguros Unidos, Latina Seguros, Seguros Alianza, Vazseguros.

Los canales más usados en el mercado son los Brókers y las IFIs (Instituciones Financieras / Banca seguros). El canal de las IFIS lidera en volumen masivo debido a la vinculación obligatoria de los seguros de hogar con los créditos hipotecarios del sistema bancario local. Por su parte, los Brókers tradicionales dominan la colocación en el segmento residencial de gama media-alta y patrimonial corporativo.

Las Oficinas Virtuales (OV) están creciendo, pero actualmente la mayoría de las compañías nacionales de tamaño mediano o multinacionales rígidas las usan únicamente como cotizadores

informativos, dejando una brecha gigante para que un modelo de negocio innovador/Insurtech capture al cliente digital directo de manera 100% autónoma.

De las compañías de seguros analizadas, ninguna de estas ofrece una personalización modular real, Quienes emiten rápido (Chubb, Zurich o Seguros del Pichincha) lo hacen sacrificando la personalización con planes idénticos para todos. Quienes personalizan un poco más (Sweaden o Mapfre) sacrifican el tiempo de emisión, tardando días en emitir de forma manual.

El reporte de siniestros sigue siendo el punto más crítico de fricción (papeleo, inspecciones presenciales y proformas). Solo Aseguradora del Sur ha integrado la carga de fotos y evidencias desde una app móvil.

Un modelo innovador de seguro de hogar flexible debe apuntar al cuadrante vacío: Emisión instantánea en minutos + Alta personalización modular, apalancándose en tecnologías de inspección virtual o el uso de sensores domésticos inteligentes.

2.3.1. Análisis por País / Región

2.3.1.1. España - Mercado de Referencia para el Modelo Modular

España representa el modelo de madurez más aplicable al contexto ecuatoriano por el idioma, la presencia de las mismas aseguradoras (MAPFRE, AXA, Zurich) y la estructura regulatoria exportable.

El mejor seguro de hogar por coberturas en España es el de Línea Directa, cuya principal baza consiste en sus amplias posibilidades de personalización: se trata de un producto modular en el que el cliente puede elegir las coberturas que necesita, en base a sus necesidades, sus preferencias y las características de su vivienda.

2.3.1.2. América Latina (Colombia, Chile, México, Brasil) - Mercados en Transición

Los clientes latinoamericanos están cambiando su comportamiento y se inclinan por

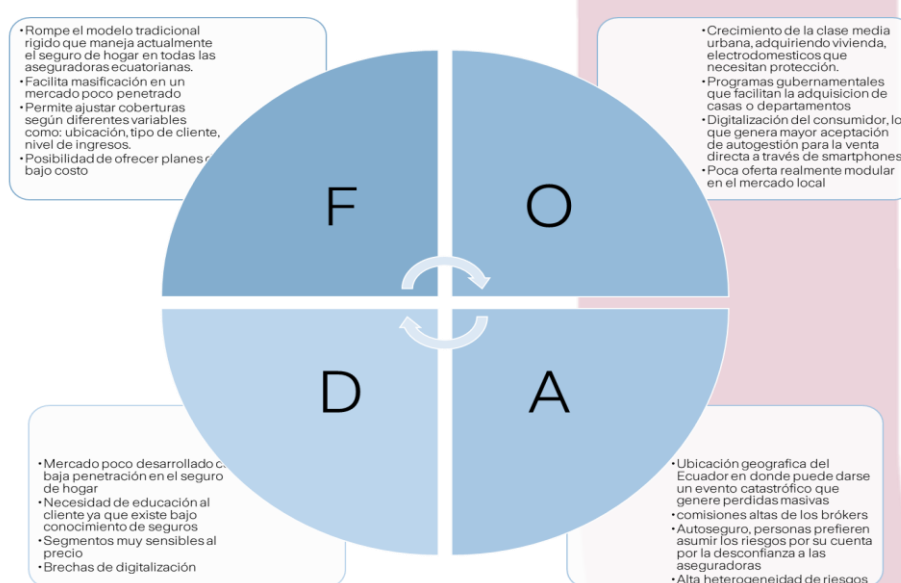
soluciones más simples, rápidas y "útiles". La personalización permite desarrollar coberturas rentables ofreciendo a los clientes los productos que necesitan en el momento oportuno, en combinación con capacidades de pricing superiores.

En Chile, el canal de banca-seguro ha jugado un papel crucial, representando aproximadamente el 25% de las primas del mercado de no vida. Este modelo ha evolucionado, ofreciendo una gama más amplia de productos de seguros, como seguros de hogar relacionados con hipotecas, y está cada vez más presente a través de canales digitales y asociaciones con minoristas.

Brasil y México lideran la evolución hacia seguros basados en datos en tiempo real para pricing, scoring y gestión de riesgos, mientras que Chile y Colombia ganan tracción en soluciones de prevención y monitoreo.

2.4. Evaluación de las Condiciones del Mercado

Para entender las condiciones de mercado en las que se desarrollará nuestro producto de hogar modular y personalizado, realizamos un análisis FODA y un análisis de Porter.



2.4.1. Análisis FODA

En resumen, las condiciones actuales del mercado ecuatoriano frente a un seguro de hogar modular y personalizado indica:

- El mercado está listo, pero no educado
- El mercado busca confianza más experiencia favorable en el siniestro
- La modularidad rompería con el modelo rígido actual considerando la diversidad de riesgos, no solo físicos sino también económicos
- El riesgo principal para las aseguradoras es encontrar el equilibrio de rentabilidad considerando que los riesgos no son iguales para todas las personas o zonas, varían mucho según la ubicación y condiciones
- Mercado muy sensible al precio
- Brechas importantes en la digitalización
- Comisiones muy altas en el principal canal de distribución - bróker
- Alto riesgo catastrófico por la zona geográfica en donde se ubica el Ecuador.

2.4.2. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

El mercado asegurador ecuatoriano de hogar se caracteriza por una penetración crítica de aproximadamente el 1.8% del PIB sectorial, operando bajo esquemas reactivos y dependientes de la colocación forzosa en créditos hipotecarios bancarios. El análisis de las 5 Fuerzas de Porter para este modelo modular arroja el siguiente diagnóstico.

Criterios de medición (Puntaje | Impacto): 1: Bajo | 2: Baja - Media | 3: Medio | 4: Medio - Alta | 5: Alta

Tabla 5

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

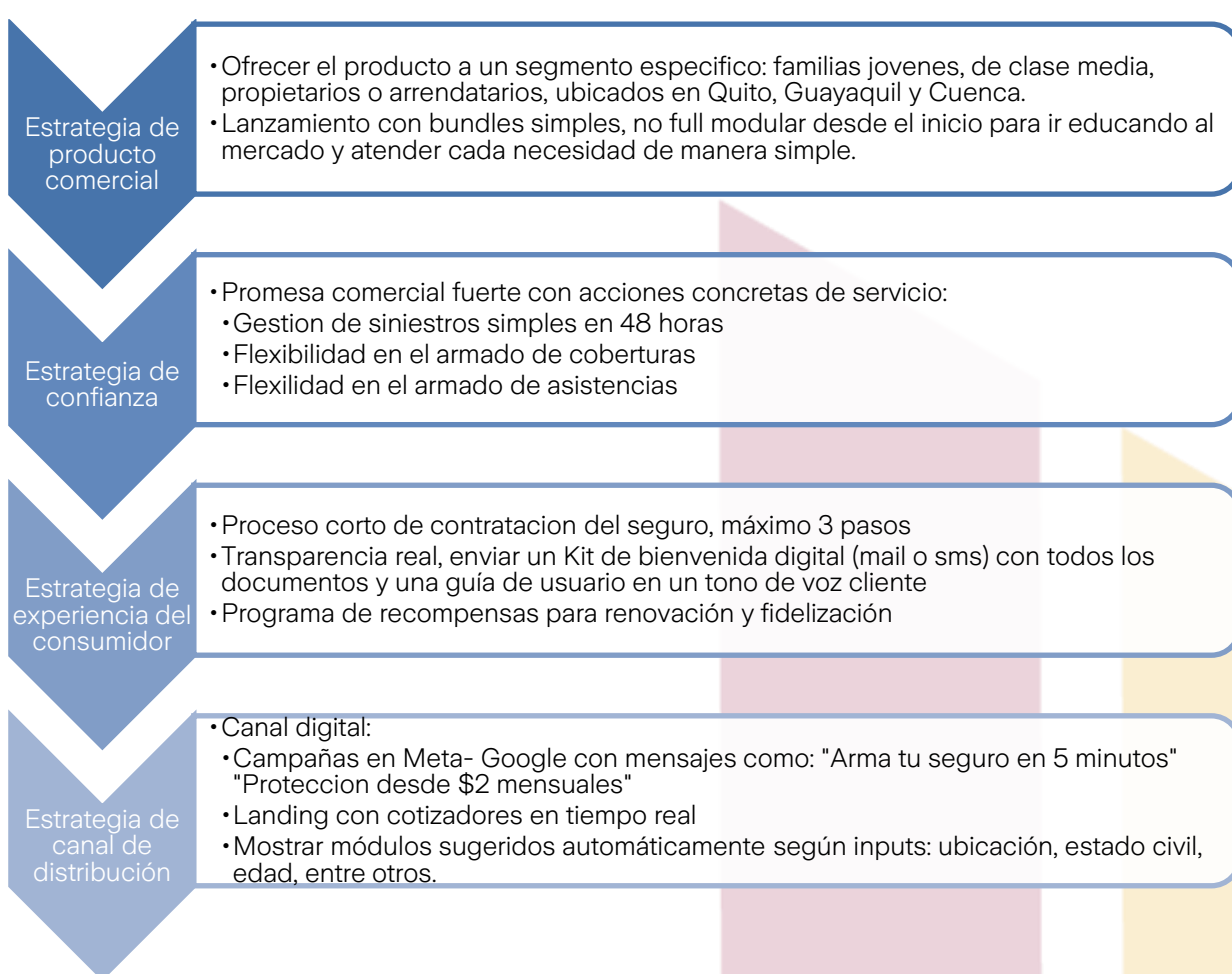
Puntaje	Impacto
1	Bajo

Puntaje	Impacto
2	Baja - Media
3	Medio
4	Medio - Alta
5	Alta

1. **Rivalidad entre Competidores Existentes (Media - Alta):** Las aseguradoras tradicionales compiten agresivamente en precios mediante productos estandarizados y rígidos. La innovación modular generará una ventaja competitiva disruptiva, diferenciando la oferta de valor frente a la guerra de tarifas tradicional.
2. **Amenaza de Nuevos Entrantes (Baja - Media):** El mercado ecuatoriano tiene barreras regulatorias estrictas para la constitución de nuevas aseguradoras. Sin embargo, la amenaza real proviene de alianzas entre aseguradoras locales tradicionales e Insurtechs extranjeras que busquen digitalizar procesos rápidamente.
3. **Poder de Negociación de los Proveedores (Medio):** Los principales proveedores de una aseguradora son los reaseguradores y la red de asistencia/talleres. Para el modelo modular, los reaseguros exigirán un estricto control técnico y límites de retención para no aceptar riesgos atomizados desequilibrados. Por otro lado, los proveedores de sistemas tecnológicos (Legacy) tienen poder si la aseguradora no desarrolla flexibilidad en sus plataformas.
4. **Poder de Negociación de los Clientes (Alto):** Debido a la alta sensibilidad al precio y la facilidad de comparación digital, el cliente ecuatoriano tiene el control. Si el producto modular complejiza el entendimiento de la póliza, el cliente simplemente abandonará la cotización.
5. **Amenaza de Productos Sustitutos (Alta):** El principal sustituto no es otro seguro, es la auto-retención del riesgo o la indiferencia. El consumidor ecuatoriano prefiere destinar sus ingresos a ahorros informales o asumir la pérdida en caso de siniestro menor si percibe que el seguro no justifica el precio.

2.5. Estrategias Comerciales y Diseño del Producto

Para posicionarnos como el primer seguro de hogar modular y verdaderamente personalizado proponemos las siguientes estrategias comerciales:



2.5.1. Diseño del Producto de Seguros

2.5.1.1. Alcance de Coberturas

El alcance de coberturas es un conjunto de riesgos cubiertos, amparos, bienes asegurados, y exclusiones que delimitan hasta dónde llega la protección ofrecida por la póliza. En un modelo

tradicional, este alcance es rígido y estandarizado. En el modelo modular propuesto, se convierte en un menú configurable adaptado al perfil de riesgo específico de cada asegurado.

2.5.1.2. Estructura del Modelo Modular Propuesto (3 Niveles)

- **Nivel 1: Coberturas Básicas Obligatorias:** Son el mínimo técnico exigido para garantizar el equilibrio del portafolio y evitar la selección adversa. Incluyen: Incendio y/o rayo, y Robo calificado. Estas coberturas son no negociables para cualquier contratación, lo que mantiene la solidez técnica del portafolio.
- **Nivel 2: Coberturas Modulares Opcionales:** El asegurado elige los módulos según su necesidad y perfil de riesgo.

Tabla 6

Coberturas modulares

Módulo	Coberturas incluidas	Sustento
Módulo Contenido	Muebles, electrodomésticos, equipo electrónico, ropa y enseres	De las entrevistas realizadas se identificó que en Quito, Guayaquil y Cuenca el 36% son arrendatarios. Por lo tanto, es necesario tener una opción solo de contenidos.
Módulo Robo	Sustracción de bienes dentro del inmueble, daños	De las entrevistas y focus group realizados, se

Módulo	Coberturas incluidas	Sustento
	por forzamiento	identificó que el 90% de los entrevistados y encuestados mostró interés en la cobertura de Robo.
Módulo de Catástrofe	Terremoto, erupción volcánica, tsunami (relevante en Ecuador por su geografía)	Del focus group realizado, se identificó preocupación por los fenómenos naturales a los que estamos expuestos en Ecuador.
Módulo Responsabilidad Civil Ampliada	Daños a terceros fuera del inmueble, RC como empleador doméstico	Del focus group realizado, se identificó la necesidad de incluir una cobertura por daños a terceros sobre todo para los que viven en departamentos.
Módulo Tecnología y Equipos	Equipos portátiles, celulares, laptops dentro y fuera del hogar	Del focus group realizado, se identificó preocupación por que los equipos electrónicos tengan una protección no solo

Módulo	Coberturas incluidas	Sustento
		por variación de voltaje, también por robo.

- **Nivel 3: Amparos Adicionales y Asistencias:** Son beneficios de valor agregado que mejoran la percepción del producto de los cuales el asegurado podrá armar a requerimiento el paquete que mejor le convenga.
 - *Amparos opcionales modulares:* Gastos de remoción de escombros ampliada, Alojamiento temporal por inhabitabilidad, Pérdida de alquileres, Pérdida de llaves del hogar, Robo de documentos personales, Adelanto del 50% de la indemnización para reclamos de hasta \$10,000.
 - *Opciones de asistencias modulares:* Emergencias (cerrajería, plomería, etc.), Mantenimiento/repación de electrodomésticos, Limpieza profunda, Handyman, Salonero para eventos, Servicios para mascotas (veterinaria, guardería, paseo), etc.

2.5.1.3. Variables Definitorias del Perfil de Riesgo

- **Zona geográfica:** riesgo sísmico, volcánico, de inundación (crítico en Ecuador).
- **Tipo de construcción:** hormigón, madera, mixta, antigüedad de la estructura.
- **Tipo de tenencia:** vivienda propia vs. arrendada (define si se asegura estructura o solo contenido).
- **Perfil socioeconómico:** determina el valor asegurado y los módulos elegibles.
- **Análisis sociodemográfico:** edad, composición familiar, uso del inmueble.

Tabla 7*Relación entre Coberturas y los Pilares del producto*

PILAR	IMPLICACIÓN
Técnico	Coberturas mínimas obligatorias para controlar selección adversa y siniestralidad
Financiero	El mix de coberturas elegido determina la prima y el margen de contribución por asegurado
Comercial	Un enfoque claro y transparente mejora la percepción de valor y reduce la sensibilidad al precio
Regulatorio	El producto de seguro debe estar respaldado por la nota técnica aprobada por la Superintendencia de Compañías y Seguros del Ecuador

2.5.1.4. Consideraciones y Aspectos Regulatorios

El modelo puede crearse bajo una póliza multiriesgo modular o mediante pólizas individuales modulares, siempre respaldadas por su nota técnica correspondiente. Esto implica que

cada módulo debe tener definida su tarifa técnica, sus condiciones de contratación, sus exclusiones y sus sublímites de indemnización, garantizando el equilibrio actuarial del portafolio.

- **Ramo Autorizado:** El modelo modular puede operar bajo el ramo ya autorizado de Multiriesgo Hogar, sin requerir una nueva categoría regulatoria.
- **Nota Técnica:** Cada módulo de cobertura deberá estar respaldado por una nota técnica aprobada por la SCVS.
- **Adopción de Solvencia II:** Ecuador se prepara para la adopción del modelo Solvencia II. Este proceso impacta directamente el diseño técnico del modelo modular, pues exigirá mayor precisión actuarial en la estimación de reservas por módulo.

2.5.2. *Journey del Cliente (Momentos de Valor)*



1. **Momento de Descubrimiento (Concientización):** Comunicación enfocada en romper barreras de precio.
2. **Momento de Configuración (El simulador modular):** Selección activa interactiva de coberturas.
3. **Momento de Emisión (Cero papeles):** Firma electrónica y emisión digital en formato resumen de una sola página con códigos QR.
4. **Momento de Uso Diario (Asistencias):** Activación de servicios cotidianos sin siniestros

catastróficos.

5. **Momento del Siniestro (La prueba de fuego):** Declaración del siniestro mediante app y liquidación automatizada.
6. **Momento de Renovación Eficiente:** Reajuste sugerido de módulos basado en analítica.

2.6. Análisis de Rentabilidad Técnica y Gestión del Riesgo

2.6.1. Gestión Integrada del Riesgo Técnico

La flexibilidad del modelo modular no debe vulnerar la solvencia técnica de la compañía. Para neutralizar los riesgos inherentes, se aplican los siguientes controles estrictos de suscripción:

- **Estructura de "Núcleo Base Obligatorio":** Mínimo inderogable de catástrofes para equilibrar el portafolio.
- **Mitigación de la Selección Adversa:** Periodos de Carencia (15 a 30 días), Límites Máximos de Cobertura, e Incentivos de Empaquetamiento.
- **Monitoreo Estadístico Predictivo:** Calibraciones trimestrales de tarifas mediante Business Analytics.

2.6.2. Indicadores y Fórmulas

2.6.2.1. Índice de Siniestralidad (Loss Ratio)

Fórmula 1: Cálculo para el índice de siniestralidad

$$\text{Siniestralidad \%} = (\text{Stros. Pagados} + \text{Stros. Pendientes desarrollados*} - \text{Salvamento} - \text{Recuperos reaseguro}) / \text{Prima Devengada**}$$

(*) *Siniestros pendientes desarrollados: reservas pendientes más IBNR*

(**) *Prima devengada: ingresos reales correspondientes al periodo analizado*

2.6.2.2. Índice de Crecimiento

Fórmula 2: Cálculo para el índice de crecimiento de un producto

$$\text{Crecimiento \%} = (\text{Valor prima emitida año en curso} - \text{Valor prima emitida año anterior}) / \text{Valor prima emitida año anterior}$$

2.6.2.3. Índice de Solvencia

Fórmula 3: Cálculo para el índice de solvencia

$$\text{Índice de Solvencia \%} = \text{Activos Totales} / \text{Pasivos Totales}$$

2.6.3. Justificación Técnica, Legal y Reaseguro

Al amparo del artículo 85 de la Ley General de Seguros en Ecuador, se negociará un contrato de reaseguro automático proporcional bajo una **estructura de cesión 60/40**:

- **La Aseguradora Local (Cedente):** Retiene el 60% de la prima comercial y asume el 60% de los siniestros.
- **La Reaseguradora Internacional (Aceptante):** Recibe el 40% de la prima y respalda el 40% de las reclamaciones.

Esta estructura mantendrá la posición financiera sólida (índice de solvencia al 140%) en la fase piloto (primeros 18 meses) y un Trigger de Alerta Temprana al 125%.

2.7. Análisis de Criterios de Suscripción (Caso Zurich Seguros Ecuador S.A.)

2.7.1. Conceptualización de la Suscripción de Seguros

La suscripción (*underwriting*) implica tres decisiones principales:

1. Selección del riesgo.
2. Fijación de condiciones (coberturas, exclusiones, deducibles, sublímites).
3. Tarificación (prima técnica y comercial).

2.7.2. Factores de Evaluación del Riesgo

- **Ubicación Geográfica:** Determina la frecuencia y severidad del riesgo. Límite de alerta de

cúmulo provisto en \$50 millones por provincia.

- **Tipo y Características del Bien Asegurado:** Clasificación por vivienda, materiales y medidas de seguridad.
- **Historial de Siniestros:** Análisis mediante herramientas CRM de patrones de comportamiento.
- **Frecuencia y Severidad del Riesgo:** Diferenciación entre ramos de baja y alta siniestralidad.
- **Selección Adversa y Segmentación:** Aplicación del sistema de *tiering*.
- **Tarificación (Pricing):** Revisiones tarifarias anuales diferenciadas por *tier*.

2.7.3. Establecimiento de Límites de Cobertura y Deducibles

Tabla 8

Tier de riesgo de la cartera

Tier	Pricing	Cobertura	Deducible	Suscripción
Tier 1	↓ o mantener	Ampliar valor	Bajo	Flexible
Tier 2	Base	Estándar	Medio	Estándar
Tier 3	↑ 10– 25%	Limitar módulos	Alto	Selectivo
Tier 4	↑ fuerte o	Exclusivo	Muy alto	Restringido

Tier	Pricing	Cobertura	Deducible	Suscripción
	no renovar	nes		vo

Nota: Tabla adaptada del sistema de remediación de portafolio propuesto en el documento de análisis de Zurich Seguros Ecuador.

2.7.4. Establecimiento de las Primas y Marco Financiero

La tarificación del producto modular opera bajo la fórmula del benchmark de sostenibilidad:

$$\text{Ratio Combinado} = \text{Siniestralidad} + \text{OUE} + \text{Comisión} \leq 95\%$$

Donde: Siniestralidad máxima: 40%–50%; OUE (gastos operativos): 20%; Comisión: 25%.

2.8. Conclusiones

1. La ubicación geográfica y el tipo de riesgo constituyen los factores de mayor impacto en la suscripción en Ecuador.
2. Los límites de cobertura y deducibles son herramientas dinámicas reguladas por la metodología de *tiering*.
3. El *pricing* actuarial ajustado es la salvaguarda contra el deterioro del *loss ratio*.
4. El reaseguro proporcional (60/40) constituye un pilar estructural para respaldar la solvencia técnica.
5. La suscripción moderna de un producto modular exige un monitoreo continuo mediante analítica de datos e indicadores integrados.

Capítulo 3: Estrategia comercial y gestión de canales de distribución para el seguro de hogar modular

3.1. Introducción a la estrategia comercial del seguro modular

Transformar el mercado asegurador ecuatoriano exige repensar de forma profunda no solo cómo se construyen tecnológicamente los productos, sino cómo se presentan, se venden y cómo los percibe el cliente final. Tradicionalmente, el seguro de hogar en Ecuador y América Latina se ha vendido de una manera muy rígida y enfocada solo en la transacción. En este modelo clásico, el cliente debe comprar un paquete armado que, muchas veces, incluye coberturas que no necesita pagando de más o excluye riesgos importantes que lo dejan desprotegido. Ante una sociedad que no tiene costumbre de prevenir riesgos, que a veces desconfía de las instituciones financieras y que se preocupa mucho por el precio, el éxito de un producto nuevo depende directamente de cómo se venda.

La estrategia comercial para un seguro de hogar modular, como el que proponemos, requiere un cambio de mentalidad profundo: dejar de ser simples vendedores de pólizas para convertirnos en verdaderos "asesores personales de protección". En este sentido, poder armar el seguro por partes (modularidad) ya no es solo una ventaja técnica, sino la principal herramienta para convencer al cliente. Este modelo le da el poder al usuario, poniéndolo en el centro para que él mismo diseñe y decida cómo proteger sus bienes. Al elegir módulos específicos como protección a la estructura de la casa, a sus muebles, a daños a terceros, servicios de asistencia o tecnología inteligente para el hogar el cliente ajusta el precio a su bolsillo y a su estilo de vida actual, eliminando el miedo a pagar pólizas costosas.

Este capítulo tiene como objetivo crear un sistema comercial completo y organizado, que va desde cómo buscar nuevos clientes y cómo guiarlos durante la venta, hasta cómo conectar todos los medios de venta presenciales y digitales. Al alinear las metas de los vendedores internos, los corredores externos (bróker) y las plataformas de internet, buscamos que el cliente no vea el seguro

modular como un gasto obligatorio por tener un crédito en el banco, sino como una solución moderna, transparente y valiosa para cuidar a su familia y su patrimonio en Ecuador.

3.2. Búsqueda de clientes, agrupación y proceso de venta asesorada

Para lanzar un producto tan diferente en un mercado de costumbres tradicionales, la aseguradora debe dejar de vender lo mismo para todos y empezar a buscar clientes de forma activa, usando el análisis de datos para entender a pequeños grupos de personas. Las ventas de hoy en día exigen entender que las necesidades de protección de una persona cambian por completo dependiendo de su edad, de cuánto dinero gana y de si es dueño de su casa o si solo alquila.

3.2.1. Agrupación de clientes y perfiles ideales

El equipo de ventas no tratará a todos los clientes por igual. Apoyándose en sistemas que organizan la información de los clientes (llamados CRM) y en tecnología que predice comportamientos, se identificará a los posibles compradores agrupándolos en perfiles según dónde viven, en qué etapa de su vida están y qué tan amigables son con la tecnología. Agruparlos así permite darles el mensaje adecuado, por el medio correcto teléfono, internet o en persona y en el momento que están más dispuestos a comprar.

El primer grupo clave son los inquilinos y trabajadores remotos, compuesto principalmente por jóvenes profesionales y nuevas familias. Históricamente, las aseguradoras en Ecuador han ignorado a este grupo, prefiriendo enfocarse en quienes ya tienen casa propia. Para venderles a ellos, no se hablará de proteger las paredes o el techo porque la casa no es de ellos, sino de proteger exclusivamente sus cosas: sus muebles, sus computadoras (Módulo de Contenidos y Equipos Tecnológicos) y posibles daños que le puedan causar al dueño de la casa responsabilidad civil. A este grupo se lo buscará principalmente por internet, usando redes sociales, publicidad atractiva y haciendo alianzas con plataformas de alquiler de propiedades.

El segundo grupo importante son los propietarios que están pagando su casa al banco. A estas personas se les llama clientes cautivos porque el banco ya les exige tener un seguro básico contra incendios o terremotos. Aquí la estrategia es la venta complementaria. No se busca reemplazar el seguro que ya tienen con el banco, sino ofrecerles partes adicionales que sí protejan sus cosas: asistencias para el hogar (plomiería, cerrajería), protección contra robos y el novedoso módulo de hogar inteligente. Así, se le enseña al cliente que el seguro del banco solo protege el dinero que le deben a la institución, mientras que el seguro modular protege realmente sus cosas y su tranquilidad.

Finalmente, el tercer grupo son las familias establecidas y dueños de casas con mayores ingresos. Para este grupo, que tiene casas más grandes o ubicadas en zonas exclusivas, la venta será una mezcla: puede ser en persona o a través de un corredor de seguros de su entera confianza. A ellos se les hablará de una protección total para su patrimonio, de cubrir daños que puedan causar sus empleados domésticos, y del Módulo de Hogar Inteligente. Este último módulo es clave para ellos, porque al poner sensores conectados a internet que previenen accidentes, se justifica pagar un seguro acorde al alto valor de su casa, y además se les ofrecen descuentos si previenen accidentes, algo muy atractivo para su perfil económico.

3.2.2. Pasos del proceso de venta asesorada

El proceso tradicional de vender seguros, que suele ser directo y aburrido, debe cambiar para que el posible cliente sienta la flexibilidad y la claridad del seguro modular desde el primer hola. La venta como asesor, a diferencia de la venta rápida, se basa en investigar a fondo qué necesita la persona antes de ofrecerle algo. Este nuevo proceso de venta se divide en cinco pasos muy claros.

El primer paso es la atracción y búsqueda. La meta es despertar el interés de la persona enseñándole sobre los riesgos reales que corren sus cosas, sin asustarlo, sino mostrándole cómo prevenir. Para esto, se usarán campañas de información útil en internet, búsqueda inteligente en

redes y se ofrecerá el seguro de hogar a las personas que ya confían en la compañía porque tienen ahí el seguro de su auto o de su vida.

El segundo paso, entrevista con el asesor, es el corazón del proceso. El vendedor debe escuchar con atención para descubrir cuáles son los puntos débiles del cliente. Se usarán preguntas que no parezcan un interrogatorio, sino una charla sobre cómo vive, si tiene cosas de mucho valor, si tiene mascotas o si trabaja desde casa. Con esta información, el vendedor sabrá exactamente qué módulos recomendarle, sin presionarlo para que compre rápido, sino ganándose su confianza a largo plazo.

El tercer paso es armar el seguro o cotizar. Aquí, el vendedor y el cliente crean la póliza juntos, mostrando total honestidad sobre cuánto cuesta cada cosa. Usando un simulador en una tablet o en la computadora, el cliente puede ir agregando o quitando coberturas. Como si fuera un juego, el cliente ve cómo sube o baja el precio cada mes según lo que elige, dándole el control total de lo que va a pagar.

El cuarto paso es el cierre y entrega. El objetivo es terminar la venta sin el dolor de cabeza y el papeleo que suelen tener los seguros tradicionales, ya que tanta burocracia hace que mucha gente se arrepienta a última hora. Para hacerlo fácil, se usará la firma digital, confirmación de identidad por internet, cobros automáticos a la tarjeta de crédito y la entrega del seguro inmediatamente de forma digital, sin imprimir un solo papel.

El quinto y último paso es el seguimiento y cuidado del cliente. La relación no termina cuando el cliente paga; la idea es que se quede por muchos años y que nos recomiende a sus amigos. Para cuidarlo, se le enviarán encuestas rápidas para saber si está feliz, se le motivará a usar la aplicación del celular para pedir ayudas sencillas (como un cerrajero o plomero) para que sienta que el seguro sí sirve, y cada año el vendedor lo llamará para ver si necesita cambiar algo por ejemplo, si compró una computadora nueva, sugerirle que la asegure.

Tabla 9

Pasos del proceso de venta asesorada para el seguro de hogar modular

Paso de la Venta	Meta Principal	¿Qué usamos y qué hacemos?
Atracción y Búsqueda	Llamar la atención enseñando sobre los riesgos de las cosas de la casa; motivar la prevención.	Publicidad con información útil, búsqueda inteligente en internet, ofrecer a clientes actuales.
Entrevista con el Asesor	Descubrir qué necesita proteger el cliente realmente; escuchar y generar confianza.	Cuestionarios fáciles, charlas sobre cómo vive, en qué trabaja y qué bienes tiene.
Armar el Seguro	Crear la póliza junto al cliente; ser totalmente honestos sobre los precios.	Usar un simulador en pantalla donde el cliente vea el precio ajustarse al momento.
Cierre y Entrega	Quitar los dolores de cabeza y el papeleo; terminar la venta al instante.	Firma por internet, cobros automáticos a la tarjeta, entrega del seguro en digital.
Seguimiento y Cuidado	Mantener al cliente feliz a largo plazo, buscar recomendaciones y actualizar el seguro cada año.	Encuestas rápidas, recordarles que usen la aplicación para asistencias, llamadas de revisión anual.

Nota. Elaborado por los autores (2026).

3.3. Jefatura de ventas: Metas, cómo medir el éxito y cambio de mentalidad del equipo

Para garantizar que la empresa recupere el dinero invertido y logre vender lo que se propuso, el área encargada de las ventas debe liderar un proceso serio para volver al equipo más profesional y abierto a los cambios. Es normal que las personas se resistan cuando se trae algo totalmente nuevo. Por eso, tanto los vendedores de la empresa como los externos deben entender desde el primer día que la tecnología, los programas inteligentes y el hecho de armar el seguro por partes no vienen a quitarles el trabajo. Al contrario, son herramientas modernas que hacen por ellos el trabajo aburrido y de papeleo, dejándoles tiempo libre para enfocarse en conversar con las personas, darles un buen consejo y cerrar más tratos.

3.3.1. Puntos clave y formas de medir las ventas (Indicadores)

No podemos medir si nos va bien solo mirando cuánto dinero entró, un error muy común en los seguros antiguos. Con este nuevo seguro modular, necesitamos usar una pantalla de control “como el tablero de un auto” conectada al sistema de clientes, que nos permita medir, en tiempo real, si estamos siendo rápidos, si las ventas dejan ganancias y si los clientes se quedan con nosotros mucho tiempo. Hemos definido cinco puntos clave para medir cómo nos va en ventas.

El primer punto es el crecimiento en ventas. Esto lo mediremos principalmente viendo cuántas de las personas a las que les dimos precio terminaron comprando de verdad. Si logramos que más del 25% de los interesados compren cada mes, significa que nuestro sistema para dar precios es atractivo y fácil de usar. Al mismo tiempo, mediremos si está entrando más dinero de forma constante, buscando crecer entre un 15% y un 20% cada tres meses, apoyándonos en venderle a quienes ya tienen otro seguro con nosotros.

El segundo punto es la rapidez del trabajo. Aquí mediremos cuánto tiempo nos toma hacer una venta. En el pasado, entre que se revisaba la casa, se calculaba el precio a mano y se entregaba el papel, pasaban semanas; ahora, con la plataforma por internet y revisando las casas por fotos, la

meta es que desde el primer hola hasta la compra pasen menos de tres días. Así, cada vendedor podrá atender a mucha más gente.

El tercer punto es mantener a los clientes y la calidad. Como conseguir un cliente nuevo cuesta mucho dinero, la verdadera ganancia está en que se queden con nosotros el siguiente año. La meta es lograr que más del 80% de los clientes renueven su seguro anualmente. Para ayudar a esto, mediremos cuántos usan nuestros servicios de ayuda plomería, electricidad, etc., porque una persona que recibe ayuda rápida para un daño pequeño es un cliente que casi seguro volverá a comprar, a diferencia del que nunca nos usó.

El último punto es el manejo de redes externas. Como vamos a vender por muchos medios, debemos medir por separado cuánto venden los que no son empleados directos corredores de seguros, bancos y tiendas. El objetivo es que estos aliados externos nos traigan entre el 40% y el 50% de todas nuestras ventas, para no depender solo de nuestros propios vendedores y tener ingresos de diferentes lugares.

Tabla 10

Pantalla de Control de Indicadores para manejar el producto modular

Punto Clave	¿Qué medimos exactamente?	Meta (Primer Año)	¿Cada cuánto lo revisamos?
Crecimiento en Ventas	De cada 100 precios que damos, cuántos terminan comprando.	Más del 25%	Cada mes

Punto Clave	¿Qué medimos exactamente?	Meta (Primer Año)	¿Cada cuánto lo revisamos?
Crecimiento en Ventas	Cuánto más dinero entra por los seguros de hogar.	Subir de 15% a 20%	Cada 3 meses
Rapidez del Trabajo	Tiempo promedio desde el primer contacto hasta que el cliente paga.	Menos de 3 días	Cada mes
Mantener Clientes	Porcentaje de personas que renuevan su seguro al año siguiente.	Más del 80%	Cada año
Redes Externas	Porcentaje de las ventas totales que nos traen los corredores y bancos.	Del 40% al 50%	Cada 6 meses

Nota. Elaborado por los autores (2026).

3.3.2. Entrenamiento, motivación y cuidado de los vendedores

Para llegar siempre a las metas que nos propusimos, el jefe de ventas deberá crear un programa completo para cuidar y mejorar a su personal. Entrenar a los vendedores no puede ser solo darles un folleto con las reglas legales; tiene que ser una experiencia práctica basada en tres reglas de mejora constante.

La primera regla es el entrenamiento técnico y trato con el Cliente. El vendedor tiene que conocer perfectamente cómo funciona cada parte del seguro y entender, por ejemplo, cómo cambia el precio si la casa es de madera o de cemento, o según la ciudad donde esté. Para esto, usaremos videos cortos por celular y reuniones prácticas en la oficina para enseñarles cómo responder cuando el cliente pone excusas. Por ejemplo, les enseñaremos que si el cliente dice el seguro es muy caro, el vendedor puede cambiar las opciones del seguro en la pantalla en ese mismo momento, ajustando la protección a lo que el cliente sí puede pagar, demostrándole que el seguro es flexible.

La segunda regla se basa en premiar el trabajo usando juegos o gamificación. Es obligatorio dejar atrás la aburrida tabla de comisiones de siempre. Inspirándonos en cómo funciona la mente de las personas, crearemos juegos y concursos cada tres meses, con un tablero visible en las computadoras de la empresa para que todos compitan de manera sana. Estos premios no se darán solo al que traiga más dinero, sino también al que logre vender las partes del seguro que más nos interesan como la tecnología para el hogar inteligente, al que logre que sus clientes no se vayan al mes siguiente y al que reciba las mejores calificaciones de felicidad por parte de sus clientes.

La tercera regla trata sobre cuidar a los corredores de seguros externos. A estas agencias o personas que venden seguros por su cuenta no debemos tratarlas solo como intermediarios, sino como verdaderos socios. En el pasado, los corredores le tenían miedo a la venta por internet porque pensaban que les quitarían el trabajo. Para que estén de nuestro lado, les daremos acceso a nuestro sistema de cotización por internet, pero con sus propios nombres y logos. Así, ellos podrán darles precios y entregarles el seguro a sus clientes en minutos, desde su teléfono o su oficina, dándoles una ventaja enorme frente a otras aseguradoras en Ecuador que todavía les piden llenar papeles a mano y esperar días por una inspección.

3.4. Ventas por todos lados: Uniendo los distintos canales de venta

La forma en que compramos cosas ha cambiado; ahora usamos una mezcla de medios. Una persona normal puede ver un anuncio del seguro en redes sociales, pedir un precio en la página web

de madrugada, dejar la compra a medias por una duda, y terminar comprando al día siguiente chateando por WhatsApp o hablando en persona con un vendedor. Por esto, no podemos manejar nuestras vías de venta por separado; debemos conectarlas todas para que trabajen como un solo equipo. Esto garantiza que la información no se pierda, que el precio no cambie de un lado a otro, y que el cliente no sienta tropiezos sin importar por dónde nos contacte. Este gran equipo de ventas se apoya en tres grupos principales.

3.4.1. Vendedores propios y corredores de seguros externos (Brokers)

Nuestros vendedores de oficina y las agencias externas son el corazón de las ventas basadas en la confianza y en el trato humano. Aunque estemos en la era digital, en Ecuador todavía se necesita mucho el contacto en persona cuando se trata de firmar contratos importantes que protegen el patrimonio de una familia. Este grupo de vendedores se enfocará en clientes que necesitan consejos más difíciles, dueños de casas muy caras, casas para vacaciones o dueños de negocios que tienen su casa y su local en el mismo lugar. Aunque este grupo de vendedores es el que más nos cuesta mantener por los sueldos fijos, oficinas y comisiones, son irremplazables porque le dan credibilidad a la empresa, lo cual es fundamental para quitarle a la gente el miedo a comprar seguros.

3.4.2. Venta a través de bancos y aliados (Seguros Incluidos)

Esta es la mejor forma de llegar a miles de personas de golpe. Se trata de usar la tecnología para esconder u ofrecer nuestro seguro justo cuando la persona está comprando otra cosa esto se llama seguro incluido. Al hacer que la compra del seguro sea un paso más, casi automático, logramos que muchísima más gente lo compre.

Por ejemplo, si hacemos fuertes alianzas con bancos, cooperativas, constructoras o grandes tiendas de electrodomésticos, ofrecemos el seguro justo cuando más lo necesitan. Si un cliente está en una tienda comprando una refrigeradora muy cara, justo antes de pagar, se le ofrece agregar nuestro seguro para daños a equipos de tecnología. O si alguien alquila un departamento desde una página de internet, con un solo clic puede agregar el seguro para proteger sus muebles al pago

mensual del alquiler. Por este medio, llegamos a muchísimas personas gastando casi nada en buscarlas, aunque el cliente vea más la marca de la tienda o del banco que la nuestra.

3.4.3. Venta por internet, tecnología y el uso del sistema CRM

El tercer grupo es el motor moderno de la empresa: la venta directa al cliente por internet usando tecnología avanzada. Aquí entran la página web de la aseguradora, las aplicaciones para el celular y los robots que responden dudas de forma inteligente por WhatsApp. Diseñamos todo esto para que sea súper fácil de usar, pensando especialmente en las personas jóvenes, dándoles la libertad total de armar, modificar, pagar y manejar su seguro en cualquier momento y sin burocracia.

El mayor problema de vender por tantos lugares es que los vendedores pueden terminar peleándose con la página web de la empresa por un mismo cliente. Para solucionar este problema, el jefe de ventas concentrará toda la información de los interesados en un solo sistema tecnológico potente (como Salesforce). Las reglas serán claras: si el sistema detecta que una persona empezó a ver precios por internet pero no terminó de pagar, el sistema le mandará un aviso inmediato a un vendedor humano de nuestra oficina. El vendedor llamará para ayudarlo y cerrar la venta. Si se logra la compra, se reconocerá el esfuerzo de ambos lados la página web y el vendedor humano, creando un ambiente de trabajo donde todos colaboran para ayudar al cliente.

3.5. Posibles problemas de venta y cómo solucionarlos

Lanzar algo tan nuevo en un mercado que apenas está aprendiendo de seguros no es fácil y trae consigo posibles problemas o riesgos, tanto por el comportamiento de la gente como por las fallas en el día a día. Las cosas buenas de la tecnología y de poder elegir el seguro por partes pueden volverse en nuestra contra si no las manejamos bien. Encontrar estos problemas a tiempo permite al jefe de ventas crear planes de emergencia para no perder dinero ni dañar el buen nombre de la empresa.

Uno de los problemas de venta más graves es que el cliente se congele por tener demasiadas opciones. Al querer darle el control total, la persona puede sentirse perdida al ver tantas opciones de módulos, coberturas y reglas, haciendo que cierre la página frustrado o con miedo a equivocarse. Este riesgo, que nos puede afectar muchísimo, lo vamos a evitar haciendo que nuestras pantallas de internet sean facilísimas de entender. No le mostraremos una página en blanco; nuestro sistema usará información rápida para ofrecer paquetes ya armados recomendados por ejemplo, el Paquete Inquilino Básico o el Paquete Propietario Completo. Estos paquetes sirven como un punto de partida fácil; a partir de ahí, el cliente puede jugar agregando o quitando cosas sin estresarse.

Otro problema que aparecerá casi de inmediato es la Resistencia a las cosas nuevas por parte de los corredores externos. Es muy probable que estos vendedores prefieran seguir ofreciendo los seguros antiguos y rígidos de otras empresas por costumbre, o porque tienen miedo de que, como nuestro seguro se puede armar a la medida y salir más barato para el cliente, ellos ganen menos comisión. Para solucionar esto, crearemos un plan con premios extras durante el primer año. Además, les mostraremos con números reales que es mucho más fácil y rápido vender nuestro seguro, y que hacer ventas rápidas y en mayor cantidad compensará con creces la comisión que puedan perder por vender seguros más baratos.

Desde el punto de vista del negocio y el dinero, darle al cliente la libertad de elegir nos trae un gran riesgo: que las personas solo compren protección para lo que está a punto de dañarse se llama selección adversa. Por ejemplo, un cliente podría comprar solo el seguro contra robos porque se enteró de que su barrio se volvió peligroso esa semana. Esto desequilibra el dinero de la empresa. Al ser un problema muy grave, pondremos reglas estrictas: será obligatorio comprar un módulo básico barato pero seguro como el de incendios para que la empresa siempre tenga un colchón de dinero. Además, el sistema pondrá días de espera obligatorios de 15 a 30 días después de pagar antes de que el seguro contra cosas frecuentes como robos empiece a funcionar, y ajustaremos los cobros extras dependiendo de si el cliente vive en una zona muy peligrosa o no.

Tabla 11

Cuadro de problemas de venta y cómo solucionarlos para el seguro modular

Problema Comercial Detectado	Nivel de Peligro	Solución Planeada
Cliente Congelado por opciones (La persona se abruma por tantas opciones y no compra).	Alto	Hacer pantallas fáciles de usar. Crear "Paquetes ya armados sugeridos" (Ejemplo: Paquete Inquilino o Paquete Propietario) para que el cliente tenga un modelo de inicio fácil.
Corredores no quieren cambiar (Los vendedores externos temen perder dinero o importancia).	Medio-Alto	Darles premios extra al inicio. Mostrarles que aunque el seguro sea más barato, venderán muchísimo más rápido. Dejar que usen nuestro sistema con su propio nombre.
Compras solo por emergencia (El cliente compra el seguro justo cuando sabe que algo malo le va a pasar).	Alto	Obligar a comprar un "Módulo Básico" para tener un colchón de dinero. Poner reglas en el sistema para que ciertas protecciones tarden de 15 a 30 días en funcionar.
Peleas entre canales de venta (Los vendedores físicos se enojan si la página web les quita ventas).	Medio	Tener reglas claras en el sistema central. Compartir el dinero de la venta si un agente ayuda a cerrar un cliente que empezó por internet.

Nota. Elaborado por los autores (2026).

En conclusión, para que el Seguro de Hogar Modular sea un éxito rotundo en Ecuador, no bastará con haber creado un producto brillante en el papel. El éxito dependerá de que los directivos de la empresa mantengan un equilibrio perfecto: por un lado, deben usar la tecnología moderna y los sistemas inteligentes para vender masivamente y sin errores; y por el otro lado, jamás deben perder el trato amable, humano y de confianza que solo los asesores tradicionales pueden dar. Al juntar todas estas herramientas y personas, aseguramos que cualquier ciudadano, sin importar su presupuesto o edad, encuentre una manera cómoda, clara y honesta de proteger a su familia y las cosas que tanto esfuerzo le costó conseguir.

Capítulo 4: Aplicación de Inteligencia Artificial, Data Science y Ecosistemas Digitales

4.1. Introducción

El sector asegurador enfrenta una transformación impulsada por cambios en el comportamiento del cliente, la digitalización y el uso intensivo de datos. En este contexto, los seguros de hogar evolucionan hacia modelos más personalizados, digitales y basados en inteligencia artificial.

4.2. Rol de la Inteligencia Artificial en Seguros

La inteligencia artificial permite automatizar decisiones, mejorar la experiencia del cliente y optimizar procesos como la suscripción, el pricing y la gestión de siniestros. Asimismo, facilita la personalización de pólizas según perfiles de riesgo individuales.

La IA es el habilitador clave para transformar un seguro de hogar tradicional en un producto modular, dinámico y personalizado, permitiendo:

- Automatizar la suscripción
- Personalizar coberturas según perfil del cliente
- Analizar grandes volúmenes de datos (riesgos del hogar, comportamiento, ubicación)
- Mejorar la gestión de siniestros

4.2.1. Tendencias en Seguros de Hogar

Las tendencias en seguros hogar se centra en la personalización de productos basada en datos, seguros basados en uso (IoT y sensores del hogar), integración en ecosistemas digitales (bancos, retail, plataformas), expansión de seguros embebidos y omnicanalidad y acceso múltiple

4.2.2. Data Science y Big Data

El uso de grandes volúmenes de datos permite mejorar la predicción de riesgos, detectar fraude, optimizar tarifas y segmentar clientes. Esto transforma la relación con el cliente y permite modelos más eficientes y rentables.

4.2.3. Modelos de Negocio Emergentes

Las aseguradoras están evolucionando hacia modelos basados en plataformas digitales, alianzas estratégicas con terceros e integración de servicios. Esto permite ampliar el alcance comercial y mejorar la experiencia del cliente.

4.2.3.1. Seguros basados en el uso

En seguros de hogar, esto se traduce en tarifas ajustadas al uso real de la vivienda, uso de sensores como IoT doméstico y el coste del seguro cambia en tiempo real en función del nivel de riesgo. Un ejemplo aplicable a este seguro es; un seguro que ajusta prima según ocupación del hogar o consumo energético o a los monitoreo de fugas de agua, incendios, etc que tiene instalado el hogar.

4.2.3.2. Integración con ecosistemas digitales

Los seguros se integran en plataformas digitales y servicios, como por ejemplo: apps de hogar inteligente, plataformas inmobiliarias, fintech / bancos. Los ecosistemas digitales permiten integrar seguros dentro de productos o servicios; como por ejemplo, que un ecosistema digital tenga la integración con bancos hipotecarios o con plataformas de alquiler o property management.

4.2.3.3. Expansión de seguros embebidos

El seguro se ofrece en el momento de la compra del bien mediante un seguro hogar automático o mediante la compra de electrodomésticos con cobertura integrada. Es importante ofrecer la cobertura en el momento exacto en que el cliente adquiere el bien; como por ejemplo, con alianzas con inmobiliarias o retail de electrodomésticos.

4.2.3.4. Omnicanalidad y acceso múltiple

El cliente interactúa por múltiples canales, sean estos digital (app/web), presencial o híbrido. El acceso múltiple es la nueva tendencia en el comportamiento del cliente; como ejemplo, la venta de seguros hogar en canales físicos + digitales o la experiencia integrada postventa.

4.2.3.5. Interacción digital y experiencia del cliente

El cliente exige que los procesos sean simples, que la comunicación digital sea permanente y tener una atención personalizada, por lo que interactuar con el cliente de forma fluida y personalizada será la clave del éxito. Ejemplo para aplicar son los chatbots para siniestros de hogar o las Apps de autogestión.

4.2.3.6. Ecosistemas y plataformas

Los modelos de seguros evolucionan a plataformas digitales, modelos B2B2C e integración con terceros. La revolución tecnológica obliga a trabajar en ecosistemas en donde todos los actores participan en el ciclo de vida

4.2.3.7. Alianzas estratégicas

Es importante que las aseguradoras busquen integrarse con empresas de telecomunicaciones, Retail, inmobiliarias e insurtech, ya que dichas alianzas estratégicas buscan transformar el negocio, innovar y acelerar el crecimiento.

4.2.4. Retos en LATAM y Ecuador

Los retos más importantes para LATAM y Ecuador en cuanto aplicar la inteligencia artificial, data science y ecosistemas digitales en los seguros de hogar, son:

- Desarrollo tecnológico e integración de sistemas
- Regulación y protección de datos
- Cultura digital del cliente
- Calidad y gobierno del dato

Las tendencias analizadas muestran que el futuro del seguro de hogar estará definido por la inteligencia artificial, la personalización, la integración en ecosistemas digitales y una fuerte orientación al cliente.

Por ello, se propone un modelo de negocio basado en seguros de hogar modulares y personalizados, orientado a una gestión integral del riesgo, que incorpore el uso de inteligencia artificial y canales digitales. Este enfoque busca integrar de manera eficiente a todos los stakeholders del ecosistema, evaluando la viabilidad de su conexión mediante apps, marketplaces, fintech, proptech, APIs y diversas plataformas digitales.

4.2.4.1. Ventajas para Ecuador

Para el mercado asegurador ecuatoriano las ventajas de la aplicación de IA, data science y ecosistemas digitales son tener una inclusión aseguradora mediante la reducción de brecha de protección. Mientras que para las aseguradoras es desarrollar una mejor segmentación de productos, tener una mayor conversión y por ende una eficiencia operativa. Finalmente, para el cliente las ventajas son tener productos flexibles a un precio ajustado y con una experiencia digital.

4.2.4.2. Riesgos y consideraciones

Regulación: es necesario que los reguladores adopten nuevas normas frente a la digitalización, sobre todo a la protección de datos por el uso de IA, para lo cual mantienen los siguientes riesgos en los diferentes ámbitos:

- Tecnología: integración de sistemas y calidad de datos.
- Cultura del cliente: baja confianza en digital y preferencia por asesor

Para remedir los riesgos se establece como solución ofrecer un modelo híbrido digital y humano a los clientes, así ganamos la confianza del cliente y mantenemos un control sobre la calidad de datos y la integración de sistemas.

4.3. Plan de Implantación: Nuevas Tendencias de Gestión en el Seguro de Hogar Modular

4.3.1. Introducción

El plan de implantación se estructura sobre **cinco pilares de gestión** que integran las tendencias de IA, Data Science y ecosistemas digitales.

4.3.2. Compromiso Organizacional:

- El compromiso institucional es la base que sostiene toda transformación. Sin él, las iniciativas de innovación y digitalización quedan como proyectos aislados sin impacto real.

4.3.2.1. Visión y Cultura de Transformación:

Declaración de compromiso estratégico: La organización asume el compromiso de transformar el seguro de hogar tradicional en un producto modular, digital e inteligente, con el cliente como centro de todas las decisiones.

4.3.2.2. Acciones concretas:

Tabla 12

Acciones concretas

Acción	Responsable	Plazo
Aprobación del plan de transformación digital por Directorio	Alta Dirección	Mes 1
Comunicación interna del propósito y visión del cambio	Gerencia General + RRHH	Mes 1–2
Definición de métricas de éxito (KPIs de transformación)	Gerencia Técnica + Actuaría	Mes 2
Asignación de presupuesto dedicado a innovación (>5% del resultado técnico)	Directorio + Finanzas	Mes 2
Creación del Comité de Transformación Digital	Directorio + Finanzas	Mes 2

4.3.3. Gobierno del Dato como Compromiso Estructural

La **calidad y gobierno del dato** como uno de los retos críticos en Ecuador. El compromiso regulatorio exige:

- Designar un **Chief Data Officer (CDO)** o responsable de datos
- Implementar una política de protección de datos conforme al marco regulatorio ecuatoriano y la futura normativa de uso de IA

- Establecer estándares de calidad del dato para alimentar los modelos de scoring e IA
- Crear un repositorio centralizado de datos del asegurado (CRM + Data Lake)
- Compromiso Regulatorio: Mantener diálogo proactivo con la SCVS para anticipar cambios normativos sobre digitalización e IA. Participar activamente en el Sandbox Regulatorio de la Ley Fintech para pilotar el modelo antes del lanzamiento masivo. Presentar informes trimestrales de avance al regulador como parte del compromiso de transparencia

4.3.4. Horizonte de Innovación Tres Fases

4.3.4.1. Fase 1 Digitalización del Core (0–6 meses):

- Lanzar el cuestionario de suscripción digital dinámico
- Implementar el motor de scoring automatizado
- Habilitar la emisión de póliza 100% online
- Crear la app de autogestión del asegurado

4.3.4.2. Fase 2 Personalización Inteligente (6–18 meses):

- Incorporar IA para recomendación de módulos según perfil del cliente
- Lanzar el modelo de inspección fotográfica virtual con visión computacional
- Integrar canales digitales y presenciales en experiencia omnicanal
- Establecer primeras alianzas con inmobiliarias y plataformas de alquiler

4.3.4.3. Fase 3 Ecosistema Digital (18–36 meses):

- Integrar sensores IoT para seguros basados en uso real
- Lanzar seguros embebidos en hipotecas y compra de electrodomésticos
- Abrir APIs para integración con fintech, proptech y retail
- Implementar pricing dinámico en tiempo real basado en datos del hogar

Transformación Interna del Equipo

Tabla 13*Fase 3: Ecosistema Digital (18-36 meses)*

Área	Competencia a Desarrollar	Formación	Plazo
Suscripción	Interpretación de scores de IA, criterios modulares	Taller técnico + certificación interna	3 meses
Comercial / Brokers	Venta consultiva del producto modular, manejo de la app	Programa de capacitación comercial	2 meses
Tecnología	Desarrollo de APIs, integración de plataformas, modelos de ML	Formación técnica especializada	Continua
Actuaría	Tarificación modular, modelos predictivos, gobierno del dato	Certificación actuarial en InsurTech	6 meses
Atención al Cliente	Gestión omnicanal, uso de chatbots, resolución digital	Formación en experiencia del cliente digital	2 meses

Gestión del Cambio

- Comunicar internamente el beneficio del cambio para cada rol (no la amenaza)

- Diseñar un modelo **híbrido digital-humano** donde el asesor sigue siendo protagonista, pero apoyado por herramientas digitales
- Crear embajadores internos del cambio en cada área
- Establecer incentivos vinculados a métricas de digitalización y satisfacción del cliente

4.3.5. Modelo Híbrido

- CLIENTE DIGITAL: App → Cotización → Emisión → Autogestión → Siniestros online
- CLIENTE HÍBRIDO: Asesor / Broker → apoyado por app → Emisión digital → Soporte humano
- CLIENTE PRESENCIAL: Punto de venta → Tablet del asesor → Emisión digital → Seguimiento app

4.4. Integración de IA en el Ciclo de Vida del Producto

Tabla 14

Integración de IA en el Ciclo de Vida del Producto

Etapa del Producto	Aplicación de IA	Beneficio
Suscripción	Scoring automatizado + recomendación de módulos	Emisión en minutos, sin intervención manual
Pricing	Modelo predictivo de tarificación por perfil	Prima justa, mejor loss ratio
Inspección	Visión computacional sobre fotos del inmueble	Elimina inspección física para riesgos medios
Siniestros	Chatbot + análisis de daños por imagen	Liquidación ágil, reducción de fraude

Etapa del Producto	Aplicación de IA	Beneficio
Renovación	IA analiza uso de coberturas y sugiere ajustes	Retención del cliente, upselling inteligente
Fraude	Detección de anomalías en patrones de siniestros	Reducción de pérdidas por fraude

4.4.1. Un planteamiento de asociación o alianza estratégica con otro operador

Considerando el enfoque en ecosistemas digitales que estamos analizando, una de las alianzas estratégicas más potentes y con mayor viabilidad de implementación en el país es la fusión entre el sector Inmobiliario y asegurador, enfocada en el ecosistema de vivienda.

Por lo tanto, nuestro planteamiento es una alianza estratégica con una importante corredora inmobiliaria del Ecuador.

Propuesta de Asociación: Aseguradora + Plataformas de Corretaje Inmobiliario Digital y PropTech (Ej. Plusvalía, Properati) o Apps de Servicios del Hogar (Ej. Easyfix.ec).

Para capturar al cliente en el momento exacto de la necesidad (seguro embebido), la alianza se enfoca en integrar el seguro de hogar modular dentro del viaje de compra o arriendo de una vivienda, o dentro de la gestión del mantenimiento del hogar.

4.4.1.1. El Planteamiento de la Alianza (¿Con quién y cómo?)

- El Socio Estratégico: Portales inmobiliarios líderes en Ecuador (como Plusvalía o Properati) o constructoras con alta presencia digital.
- El Modelo de Negocio: En lugar de vender el seguro de forma tradicional, este se "embebe" como un beneficio sugerido por Inteligencia Artificial en el momento en que el usuario busca, renta o cotiza un inmueble.

4.4.1.2. Mecánica de la Innovación (Aplicando IA y Data Science)

- Suscripción Automatizada mediante Data Scraping: Al estar integrados con la plataforma inmobiliaria, la IA de la aseguradora lee instantáneamente los datos del anuncio (ubicación en Riobamba/Quito/Guayaquil, metros cuadrados, año de construcción, si está en conjunto cerrado o no). El cliente no llena formularios; la prima se calcula en un clic.
- El "Seguro de Hogar Modular y Dinámico": Rompe el esquema tradicional de pólizas rígidas anuales. Se ofrece:
 - Para Inquilinos: Cobertura enfocada puramente en contenidos (tecnología, muebles) y responsabilidad civil frente al propietario, con cobro mensual recurrente (estilo suscripción de streaming).
 - Para Propietarios: Cobertura estructural complementada con asistencias (sensores de humo/fugas) que el socio inmobiliario puede ofrecer como un Kit Premium de mudanza.

4.4.1.3. Propuesta de Valor para los Actores

Tabla 15

Propuesta de Valor para los Actores

Actor	Beneficio de la Alianza
Zúrich Seguros	Acceso a un flujo constante de clientes calificados en el momento de mayor propensión a la compra.
El Operador Digital (Socio)	Monetización adicional por comisiones de canal, diferenciación frente a competidores tradicionales y valor agregado para sus usuarios (arrendos garantizados y protegidos).

Actor	Beneficio de la Alianza
El Cliente Ecuatoriano	Experiencia 100% digital, procesos simples de contratación y una tarifa justa adaptada al perfil real de la vivienda encontrada.

4.4.1.4. Viabilidad y Retos para aplicar en el Ecuador

- Superación de la Barrera Cultural: Al unir el seguro a la emoción o necesidad inmediata de estrenar un hogar, se vence la apatía tradicional hacia el sector asegurador en el país.
- Gobierno del Dato: El reto principal de la alianza será el intercambio seguro de información entre la plataforma inmobiliaria y la aseguradora, respetando la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales de Ecuador. Se requiere estructurar un consentimiento explícito (Check-box digital) claro y transparente en la plataforma del socio.

4.4.2. Modelo de interacción digital con los clientes

Las generaciones cada vez tienen necesidades diferentes y van evolucionando de manera muy rápida exigiendo productos más accesibles, simples y personalizados, por lo que las empresas se enfrentan a desafíos importantes que deben ser adaptados a través de la transformación de sus procesos, objetivos, estrategia, tecnologías, entre otros para dar un servicio inmediato y 24/7.

Datos importantes que nos presenta Capgemini (2026) en cuanto a la transformación de los clientes, sobre todo en el mercado asegurado, son los siguientes:

- El 60% de los clientes están dispuestos a compartir sus datos personales para obtener una cobertura personalizada en seguros de hogar, de vehículos, de vida, entre otros, a través una interacción omnicanal fluida y un asesoramiento personalizado.
- El 67 % de los consumidores menores de 40 años buscan acceso digital junto con el apoyo de un asesor, por lo que es importante que las compañías de seguros ofrezcan herramientas de cotización instantáneas, análisis en tiempo real, datos unificados y un modelo de interacción digital para obtener un diferenciador importante con los clientes.

Para adaptar todas estas necesidades y nuevas tendencias en el seguro de hogar, se ha propuesto el siguiente modelo de interacción digital con los clientes, centrándose en 5 pilares.

1. Dar un servicio de omnicanalidad a los clientes para los diferentes procesos de los seguros (suscripción, siniestros, renovación, entre otros), en donde se encuentren integrados evitando reprocesos y solicitud de información repetida. Adicionalmente brindar al cliente accesos múltiples de acuerdo a sus necesidades (canales digitales, canales presenciales, o híbridos).
2. Aplicar la inteligencia artificial para optimizar procesos internos de la compañía de seguros, sobre todo en aquellos procesos donde se tiene una interacción con cliente (suscripción, siniestros, renovación, servicio al cliente)
3. Desarrollo de un ecosistema digital en donde se cuente con la interacción e integración de diferentes plataformas relacionadas con seguros del hogar como, por ejemplo: plataformas de servicios básicos (empresa eléctrica, empresa de agua potables, etc), con plataformas de municipios, con plataformas de bancos, retails, inmobiliarias, entre otras.
4. Uso adecuado de Big Data, lo cual ayuda a través de modelos estadísticos a segmentar clientes y optimizar tarifas de acuerdo con sus necesidades y características (edad, sexo, ocupación, geografía, entre otros)
5. Implementar seguros personalizados y modulares que se adapten a las necesidades y perfil de cada cliente.

El modelo de interacción digital en cuanto a las nuevas tendencias del seguro de hogar debe centrarse en los siguiente eslabones claves del mercado asegurador:

- Eficiencia Operativa enfocada en la transformación y digitalización de procesos.
 - a. Se ofrezca productos modulares, siendo que el cliente escoja diferentes módulos de su interés (contenidos, daños estructurales, IoT, línea blanca, entre otros) y que las tarifas sean personalizadas realizando un análisis del uso de IoT doméstico (sensores de agua, ocupación del hogar, consumo de electricidad, gas y agua, entre otros). Este servicio se lo debe ofrecer de manera digital o guiada con un asesor, en caso de existir alguna duda de los diferentes módulos, mediante

simuladores para que el cliente pueda obtener una rápida cotización en tiempo real y con las configuraciones que seleccione.

b. Una vez que la cotización cumpla con las necesidades y perfil del cliente, se debe brindar una contratación del producto de manera ágil y amigable; para lo cual se debe brindar diferentes canales al cliente (canales de la aseguradora, canales de bancos o Retail o canales a través de inmobiliarias), dichos canales deberá contar con una modalidad digital, presencial o híbrida. Adicionalmente, es importante que los canales tengan una integración completa con la herramienta de la empresa de seguros, la cual deberá captar todos los datos del cliente y emitir la póliza en tiempo real con un resumen claro de las coberturas contratadas, con el precio final, con exclusiones y beneficios (asistencias) que le otorga el seguro de hogar.

c. En caso de que el cliente presente un siniestro, la empresa de seguros deberá contar con una gestión digital, que muestre un proceso simple y rápido interactuando con Big Data e Inteligencia Artificial, de este modo gran parte de la información del cliente podrá venir precargada para que él solo complete información relacionada al siniestro (fecha de ocurrencia, descripción de los daños, entre otros) y para la empresa de seguros será un apoyo para segmentar, y autorizar la resolución de siniestros simples de manera automática con reglas y modelos predefinidos.

Para la notificación del siniestro se deberá brindar diferentes opciones al cliente, entre formulario online, llamada/videollamada con un agente, chatbot, asistencias, entre otros. Adicionalmente, el cliente podrá tener un seguimiento digital del estado de su reclamo en tiempo real.

- Eficiencia Tecnológica y Big Data

Varias empresas a nivel mundial están modernizando su sistema central para que puedan integrarse con sistemas internos como externos y así poder obtener la mayor cantidad de datos e información y lograr una flexibilidad y personalización en sus procesos y productos. Siendo así, que la empresa de seguros con la nueva tendencia de seguros de hogar modulares debe acelerar su

transformación digital y transformar sus modelos de interacción digitales con los clientes centrándose en los siguientes puntos:

- a. Aliarse y tener presencia en páginas webs y apps de bancos que brindan créditos hipotecarios, en herramientas digitales de municipios, en plataformas de empresas inmobiliarias, y en sistemas de empresas grandes que venden productos de consumo de hogar, como línea blanca, electrodomésticos, entre otros.
- b. Armar un plan de comunicación y marketing para ofrecer el producto de seguro de hogar modular, segmentando sus campañas en zonas geográficas, tipos de vivienda, comportamiento de consumos de servicios básicos (electricidad, gas, agua, entre otros), edades (nivel de digitalización) y cantidad de ocupantes de la vivienda.
- c. Realizar un análisis a través de Big Data para identificar diferentes segmentos, sobre todo aquellos donde aún no existe una cultura de seguro de hogar implementada, para ofrecerles productos que se acomoden a sus necesidades y a su perfil. Y para aquellos segmentos donde existe un alto porcentaje de contratación de seguros de hogar mantener una relación permanente y preventiva a través comunicación digital permanente (notificaciones push, email, SMS) sobre: descuentos o beneficios que mantiene con la empresa de seguros, posibles alertas de cambios de clima, capacitaciones y consejos sobre prevención y mantenimiento del hogar, entre otros.
- d. Aprovechar el ecosistema digital con las diferentes integraciones e interacciones con sistemas internos como externos para aumentar la satisfacción del cliente, ofrecerle nuevos productos y otorgarle beneficios por su fidelización con la empresa (baja siniestralidad, uso de dispositivos de prevención, participación en programas de mejora del hogar), para lo cual es clave tener una buena red de alianzas con bancos, retails e inmobiliarias.

Tanto la eficiencia operativa como la eficiencia tecnológica son pilares críticos para la transformación digital y las nuevas tendencias que el mundo actual ofrece. La reducción de costos,

acortar tiempos y optimizar procesos es esencial para enfrentar presiones y mantener la competitividad. Por ello, las aseguradoras están replanteando su cadena de valor para hacer más con menos, desde la cotización hasta el pago de siniestros. (Aguilar, 2025)

4.5. Aplicación de una solución de Inteligencia Artificial a nuestro proyecto.

La Inteligencia Artificial (IA) ha dejado de ser una tecnología emergente para convertirse en el eje estructural de la transformación del sector asegurador a nivel global. En el contexto específico del proyecto Nuevas Tendencias en Seguros de Hogar en LATAM y Ecuador, su aplicación no constituye una innovación accesorio, sino el habilitador fundamental sin el cual el modelo propuesto modular, personalizado, digital e integrado en ecosistemas no sería técnicamente viable ni comercialmente sostenible.

La presente respuesta analiza, desde una perspectiva académica, cómo la IA se articula a lo largo del ciclo de vida del producto de seguros de hogar, sus aplicaciones específicas en el modelo propuesto, las implicaciones estratégicas para el mercado ecuatoriano y los retos que su implementación conlleva.

4.5.1. Marco Conceptual: ¿Por qué la IA es el Habilitador Central del Proyecto?

El proyecto parte de una premisa fundamental: el seguro de hogar tradicional —rígido, homogéneo y transaccional— es incompatible con las expectativas del consumidor contemporáneo. Según datos de Capgemini (2026) citados en el documento base, el 60% de los clientes están dispuestos a compartir sus datos personales a cambio de coberturas personalizadas, y el 67% de los consumidores menores de 40 años demandan acceso digital combinado con asesoramiento personalizado. Este contexto exige capacidades de análisis masivo de datos, automatización de decisiones y personalización en tiempo real que, por su naturaleza, solo pueden ser atendidas mediante soluciones de Inteligencia Artificial.

La IA actúa en este proyecto como el sistema nervioso central que conecta y dota de inteligencia a cada componente del modelo: la suscripción automatizada, la tarificación dinámica, la gestión de siniestros, la detección de fraude, la retención de clientes y la integración con ecosistemas digitales.

4.5.2. Aplicaciones Específicas de IA en el Proyecto

4.5.2.1. Suscripción Automatizada e Inteligente

Uno de los cuellos de botella históricamente críticos en los seguros de hogar es el proceso de suscripción, caracterizado por formularios extensos, inspecciones físicas y tiempos de emisión prolongados. El proyecto propone reemplazar este esquema mediante un motor de scoring automatizado que, integrado con plataformas inmobiliarias como Plusvalía o Properati, aplique data scraping para extraer automáticamente los atributos del inmueble (ubicación, metraje, año de construcción, tipo de conjunto) sin intervención del cliente.

Este enfoque elimina la fricción en la experiencia del usuario y permite que la prima se calcule en un clic, transformando el proceso de suscripción de días a minutos. Desde la perspectiva académica, este mecanismo ejemplifica lo que la literatura insurtech denomina straight-through processing (STP), en el que la IA gestiona el flujo completo desde la cotización hasta la emisión sin intervención humana para riesgos estándar.

4.5.2.2. Motor de Pricing Dinámico y Predictivo

El proyecto propone abandonar la tarificación actuarial tradicional —basada en tablas históricas y variables sociodemográficas estáticas— en favor de un modelo predictivo de tarificación por perfil individual. Este modelo incorpora variables en tiempo real provenientes de:

- Sensores IoT domésticos: consumo energético, detección de fugas de agua, sensores de humo e incendio.
- Comportamiento de ocupación del hogar: frecuencia de uso, patrones de presencia/ausencia.
- Datos del ecosistema digital: historial en plataformas inmobiliarias, servicios básicos y comportamiento financiero.

El resultado es un seguro cuyo costo varía dinámicamente según el nivel de riesgo real, no según el riesgo estimado. Este enfoque, denominado en el documento Usage-Based Insurance (UBI) aplicado al hogar, constituye una ruptura paradigmática con respecto al modelo convencional y su viabilidad depende enteramente de la capacidad analítica de la IA para procesar flujos de datos continuos y multivariados.

4.5.2.3. Inspección Virtual mediante Visión Computacional

Uno de los costos operativos más relevantes en la suscripción de seguros de hogar es la inspección física del inmueble. El proyecto propone complementar y optimizar este proceso mediante el uso de visión computacional, una rama de la inteligencia artificial que permite analizar imágenes fotográficas del inmueble para identificar características de riesgo, tales como el estado estructural, las instalaciones eléctricas y los materiales de construcción.

No obstante, la efectividad de esta herramienta depende de la calidad de la información proporcionada por el asegurado y de su capacidad para utilizar medios digitales. En el contexto ecuatoriano, donde existen diferencias en el acceso a tecnología y en los niveles de alfabetización digital, el uso de imágenes capturadas por los clientes puede generar riesgos asociados a información incompleta, errores de evaluación o posibles intentos de fraude. Por esta razón, la propuesta no contempla la eliminación total de las inspecciones presenciales, sino la adopción de un modelo híbrido en el que la visión computacional se utilice como mecanismo de evaluación inicial para riesgos de baja y mediana complejidad, reservando las inspecciones físicas para casos de mayor exposición, inconsistencias en la información o imágenes que no cumplan los estándares de calidad requeridos.

Este enfoque permitiría reducir costos operativos, optimizar los tiempos de emisión y mejorar la experiencia del cliente, manteniendo controles técnicos que contribuyan a preservar la calidad del proceso de suscripción. Su aplicación resulta particularmente relevante en el contexto ecuatoriano, donde la dispersión geográfica de los inmuebles incrementa los costos logísticos asociados a las inspecciones presenciales.

4.5.2.4. Gestión Inteligente de Siniestros

La gestión de siniestros representa el momento de verdad en la relación entre asegurado y aseguradora. El proyecto propone un modelo de atención que combina:

- Chatbots con procesamiento de lenguaje natural (PLN) para la notificación inicial del siniestro, disponibles 24/7 y capaces de guiar al asegurado en la declaración del daño.

- Análisis de imágenes por IA para la valoración preliminar de daños a partir de fotografías enviadas por el cliente.
- Datos precargados del perfil del asegurado que eliminan la necesidad de que el cliente repita información ya conocida por el sistema.
- Liquidación automática de siniestros simples mediante reglas y modelos predefinidos, reservando la intervención humana para casos complejos o de alto impacto económico.

Este modelo reduce drásticamente los tiempos de resolución, mejora la satisfacción del cliente y optimiza la carga operativa del equipo de siniestros.

4.5.2.5. Detección de Fraude mediante Análisis de Anomalías

El fraude en seguros de hogar representa una amenaza estructural para la rentabilidad del producto. El proyecto incorpora una solución de IA para la detección de anomalías en patrones de siniestros, que analiza variables como la frecuencia de reclamaciones, la coherencia entre los daños declarados y el perfil de riesgo, la temporalidad de los siniestros y las inconsistencias en la documentación aportada.

Los modelos de machine learning supervisado y no supervisado son los más adecuados para esta función, ya que permiten identificar patrones fraudulentos que no siguen una lógica predefinida y que, por tanto, escapan a los controles manuales tradicionales. La reducción del fraude impacta directamente en el loss ratio del producto, mejorando su viabilidad técnica y económica.

4.5.2.6. IA para la Retención y el Upselling Inteligente

En la fase de renovación, el proyecto propone que la IA analice el historial de uso de coberturas de cada asegurado para sugerir ajustes personalizados a su póliza: eliminar módulos subutilizados, incorporar coberturas que respondan a nuevas necesidades detectadas y ofrecer beneficios por comportamientos de bajo riesgo. Este enfoque transforma la renovación de un proceso administrativo rutinario en una oportunidad de fidelización y generación de valor.

Adicionalmente, el modelo de comunicación digital propuesto —notificaciones push, alertas climáticas, consejos de mantenimiento del hogar— utiliza la IA para segmentar y personalizar cada

mensaje según el perfil del asegurado, maximizando la relevancia de la comunicación y reforzando el vínculo con la aseguradora.

4.5.3. Resumen: IA en el Ciclo de Vida del Producto

El siguiente cuadro sintetiza la aplicación de IA en cada etapa del ciclo de vida del seguro de hogar modular propuesto:

Tabla 16

Resumen: IA en el Ciclo de Vida del Producto

Etapas del Producto	Aplicación de IA	Beneficio
Suscripción	Scoring automatizado + recomendación de módulos	Emisión en minutos, sin intervención manual
Pricing	Modelo predictivo de tarificación por perfil	Prima justa, mejor loss ratio
Inspección	Visión computacional sobre fotos del inmueble	Elimina inspección física para riesgos medios
Siniestros	Chatbot + análisis de daños por imagen	Liquidación ágil, reducción de fraude
Renovación	IA analiza uso de coberturas y sugiere ajustes	Retención del cliente, upselling inteligente
Fraude	Detección de anomalías en patrones de siniestros	Reducción de pérdidas por fraude

4.5.4. La IA en el Ecosistema de Alianzas Estratégicas

El planteamiento de alianza con portales inmobiliarios (Plusvalía, Properati) y plataformas de servicios del hogar (Easyfix.ec) no sería operativamente viable sin una arquitectura de IA que gestione la integración de datos entre actores distintos. La solución propuesta contempla:

- APIs abiertas que permiten el intercambio de datos en tiempo real entre la aseguradora, las plataformas inmobiliarias, los bancos hipotecarios y los operadores de servicios básicos.
- Motor de recomendación basado en IA que identifica el momento de mayor propensión a la compra del cliente para ofrecer el seguro embebido en ese instante preciso.
- Consentimiento digital gestionado por IA que garantiza el cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales del Ecuador mediante flujos de autorización transparentes e integrados en la experiencia de usuario.

Este enfoque materializa el concepto de seguro embebido (embedded insurance), que la literatura académica reconoce como uno de los modelos de distribución con mayor potencial de penetración en mercados con baja cultura aseguradora, precisamente porque elimina la barrera psicológica de la compra activa del seguro.

4.5.5. Implicaciones Estratégicas para el Mercado Ecuatoriano

La aplicación de IA en el marco de este proyecto tiene implicaciones que trascienden la eficiencia operativa y se proyectan sobre la estructura competitiva del mercado asegurador ecuatoriano:

4.5.5.1. Inclusión Aseguradora

Al eliminar la complejidad del proceso de contratación y reducir los costos operativos, la IA permite ofrecer productos accesibles a segmentos de la población que históricamente han permanecido fuera del mercado asegurador, reduciendo la brecha de protección.

4.5.5.2. Ventaja Competitiva Sostenible

Las capacidades de IA especialmente los modelos predictivos entrenados con datos propios constituyen activos intangibles difíciles de replicar por competidores con menor masa de datos, generando una ventaja competitiva de carácter estructural.

4.5.5.3. Transformación del Rol del Intermediario

El modelo híbrido propuesto —digital, presencial e híbrido— reconoce que la IA no reemplaza al asesor o broker, sino que lo potencia con herramientas de análisis y cotización instantánea, reposicionando su rol hacia la consultoría de valor añadido.

4.5.6. Retos y Consideraciones Críticas

La implementación de IA en este proyecto enfrenta desafíos que el propio documento identifica con precisión:

Tabla 17

Retos y Consideraciones Críticas

Reto	Descripción
Gobierno del Dato	La calidad de los modelos de IA depende directamente de la calidad de los datos. En Ecuador, la fragmentación de sistemas y la ausencia de un repositorio centralizado exigen la creación de un Data Lake y la designación de un Chief Data Officer (CDO).
Marco Regulatorio	La supervisión de la SCVS y la normativa de protección de datos limitan el uso de ciertas fuentes de información y exigen transparencia en los algoritmos de decisión automatizada, especialmente en suscripción y siniestros.
Cultura Digital	En un mercado con niveles intermedios de digitalización como Ecuador, la adopción de soluciones basadas en IA requiere un modelo de transición gradual mediante el esquema híbrido digital-humano que el proyecto plantea.

La Inteligencia Artificial no es en este proyecto una tecnología adicional que se superpone a un modelo de negocio convencional: es la condición de posibilidad del modelo mismo. Sin IA, el

seguro de hogar modular, personalizado, dinámico e integrado en ecosistemas digitales que se propone en el documento es inviable técnica y económicamente.

Su aplicación abarca la totalidad del ciclo de vida del producto —desde la suscripción automatizada hasta la renovación inteligente— y se extiende al modelo de alianzas estratégicas, al diseño de la experiencia del cliente y a la arquitectura tecnológica de integración con terceros. En este sentido, el proyecto constituye un caso de estudio relevante sobre cómo la convergencia entre IA, Data Science y ecosistemas digitales puede transformar un producto maduro y de baja penetración en una palanca de crecimiento e inclusión aseguradora en mercados emergentes como el ecuatoriano.

4.6. Introducción y Contexto del Sector Asegurador

El sector asegurador ecuatoriano ha mostrado un crecimiento moderado en los últimos años, alcanzando primas por más de USD 1.7 mil millones en 2025, con una expansión interanual aproximada del 4,6%. Sin embargo, persisten brechas significativas de protección, estimadas en más de USD 6.000 millones, lo que evidencia una baja penetración del seguro en la población.

A nivel de ramos, el mercado está concentrado en productos tradicionales como vida colectiva, vehículos e incendio, mientras que el seguro de hogar aún posee bajo desarrollo relativo, particularmente en soluciones personalizadas.

En paralelo, el ecosistema insurtech en América Latina ha crecido de forma sostenida, alcanzando cerca de 498 startups activas en 2023, con Ecuador mostrando un crecimiento del 35%. Este contexto abre oportunidades para introducir modelos digitales innovadores que mejoren la penetración del seguro.

Las insurtech representan la integración de tecnologías como inteligencia artificial, big data y automatización en la cadena de valor aseguradora, transformando procesos como la suscripción, distribución y gestión de siniestros. La digitalización del sector ha permitido reducir los tiempos de procesamiento de siniestros entre un 40% y un 60% e incrementar el uso de canales digitales hasta un 78% de los clientes.

Por otro lado, el concepto de productos modulares en seguros implica que el cliente puede construir su póliza seleccionando coberturas según sus necesidades. En el caso del seguro de hogar,

esto incluye daños estructurales (incendio, terremoto), contenidos, responsabilidad civil y coberturas adicionales (robos, asistencia y tecnologías inteligentes).

4.6.1. Análisis del Entorno Regulatorio en Ecuador

El entorno regulatorio para implementar una insurtech de seguro de hogar modular en Ecuador cambió radicalmente en abril de 2025 con la Resolución JPRF-S-2025-0152, que por primera vez establece un marco específico para las entidades tecnológicas de seguros. Esto significa que cualquier insurtech debe cumplir requisitos de autorización, capital, infraestructura y gobierno corporativo bajo supervisión de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS).

4.6.1.1. Principales Cambios Regulatorios

La resolución define a las insurtech como empresas que desarrollan actividades tecnológicas para el mercado asegurador y regula actividades como las plataformas digitales para promoción y venta de seguros, la infraestructura tecnológica para aseguradoras, la evaluación de clientes y perfiles de riesgo, la prevención de fraudes y verificación de identidad, el uso de big data, inteligencia de negocios y blockchain, así como la gestión de siniestros y la contratación electrónica. Solo las entidades calificadas y autorizadas pueden operar legalmente.

Entre los requisitos clave figuran un objeto social definido en actividades de servicios tecnológicos de seguros (ESTS), un capital mínimo y una adecuada infraestructura, un código de gobierno corporativo y la designación de roles obligatorios: responsable de producto y gestor de riesgos.

4.6.1.2. Implicaciones para un Seguro de Hogar Modular

La regulación permite diseñar productos modulares personalizables por el cliente mediante plataformas digitales y análisis de datos, y busca transparencia y seguridad en la comercialización digital para proteger al consumidor. Asimismo, obliga a implementar sistemas de gestión de riesgos alineados con estándares internacionales y reduce la incertidumbre legal, facilitando la integración con aseguradoras tradicionales.

4.6.1.3. Oportunidades y Retos

Entre las oportunidades destacan la modernización del mercado asegurador, una mayor confianza de los usuarios en productos digitales y la posibilidad de introducir seguros modulares

innovadores. Como retos, la empresa debe cumplir requisitos de capital e infraestructura, adaptar sus modelos de negocio a la supervisión de la SCVS e invertir en ciberseguridad y prevención de fraudes.

El proceso de habilitación comprende definir el objeto social en los estatutos como actividades tecnológicas de seguros (ESTS); cumplir el capital mínimo exigido por la Junta de Política y Regulación Financiera; diseñar una infraestructura tecnológica segura para la comercialización digital, la gestión de riesgos y la prevención de fraudes; presentar la solicitud de autorización a la SCVS con documentación completa; adoptar un código de gobierno corporativo con responsables de producto y de riesgos; obtener la autorización oficial de la SCVS; y mantener una supervisión continua mediante reportes periódicos, auditorías y controles de riesgos.

4.6.2. Mapa de Riesgos Regulatorios

Al implementar una insurtech de seguro de hogar modular en Ecuador conviene considerar los siguientes riesgos regulatorios, organizados por áreas clave:

Protección de datos y privacidad

El manejo de información sensible de clientes (datos personales, financieros y patrimoniales) se rige por la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021). Su mitigación exige políticas de consentimiento informado, cifrado de datos y auditorías periódicas.

Ciberseguridad

Las vulnerabilidades en plataformas digitales pueden derivar en fraudes o robo de información. Los lineamientos de la SCVS sobre seguridad tecnológica se atienden con certificaciones internacionales (ISO 27001), pruebas de penetración y monitoreo continuo.

Solvencia y capital mínimo

El incumplimiento de los requisitos de capital exigidos por la Resolución JPRF-S-2025-0152 se mitiga con un plan financiero sólido, reservas técnicas y alianzas con aseguradoras tradicionales.

Gobierno corporativo

La falta de transparencia en la gestión y toma de decisiones, regulada por el Código de Gobierno Corporativo de la SCVS, se aborda con un comité de riesgos, auditorías internas y roles definidos (responsable de producto y gestor de riesgos).

Prevención de fraudes y lavado de activos

El uso indebido de la plataforma para actividades ilícitas se encuentra regulado por la Ley de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, y se mitiga con sistemas de verificación de identidad, monitoreo de transacciones sospechosas y reportes a la UAFE.

Transparencia en la comercialización

La publicidad engañosa o la falta de claridad en los términos, regulada por la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, se previene con contratos claros, información accesible y mecanismos de reclamos digitales.

4.7. Análisis de Viabilidad y Oportunidad

El modelo insurtech aplicado a seguros de hogar modular presenta un alto potencial transformador, especialmente en mercados con baja penetración como Ecuador. Sin embargo, su éxito dependerá de la capacidad de equilibrar innovación con simplicidad, así como de gestionar adecuadamente los riesgos tecnológicos, regulatorios y culturales. La clave estratégica radica en diseñar productos simples pero flexibles, implementar tecnología robusta, educar al cliente y construir alianzas estratégicas.

4.7.1. Oportunidades y Riesgos

Entre las oportunidades se encuentran la baja penetración del seguro en Ecuador, el crecimiento del ecosistema insurtech, una regulación favorable y la demanda creciente por productos personalizados; cabe recordar que más del 60% de la población en América Latina no cuenta con seguros formales, lo que representa una brecha significativa. Como riesgos destacan la cultura limitada de aseguramiento, una posible sobre-regulación y la competencia de las aseguradoras tradicionales. Los factores críticos de éxito son una experiencia digital simple, las alianzas estratégicas (bancos, retail, real estate) y la educación financiera del cliente.

4.7.2. Matriz Valor vs. Complejidad

El análisis de la matriz de valor frente a complejidad muestra que el seguro tradicional presenta baja complejidad operativa pero también un valor diferencial limitado para el cliente, mientras que el seguro de hogar modular logra un equilibrio entre valor y complejidad, posicionándose como una opción óptima para mercados como Ecuador. Por otro lado, el modelo insurtech completamente digital, apoyado en inteligencia artificial, ofrece el máximo valor percibido, aunque implica un alto nivel de complejidad tanto tecnológica como regulatoria.

4.7.3. Ventajas del Modelo Insurtech en un Seguro de Hogar Modular

La personalización avanzada del producto permite diseñar pólizas adaptadas al perfil del cliente, incrementando la percepción de valor y la satisfacción; a diferencia de los seguros tradicionales, el cliente selecciona únicamente las coberturas que necesita, lo que optimiza el costo-beneficio, mejora la conversión comercial y reduce el riesgo de sobreseguro o infraseguro.

La mejora en la experiencia del cliente se sustenta en canales digitales que permiten la compra 100% online, la gestión de la póliza en tiempo real y el reporte inmediato de siniestros, respondiendo a la demanda de experiencias simples y rápidas, con mayor fidelización y menor fricción. La eficiencia operativa, derivada de la automatización de la suscripción y los siniestros, reduce costos administrativos y errores humanos y favorece la escalabilidad del negocio.

El uso de analítica de datos, inteligencia artificial y modelos predictivos mejora la gestión del riesgo al evaluar mejor el riesgo individual, ajustar primas dinámicamente y detectar fraude. Además, la flexibilidad del producto y su bajo costo de entrada facilitan la inclusión financiera de segmentos no atendidos, y la integración con ecosistemas digitales habilita alianzas con bancos (bancaseguros), fintech, proptech y retail, dando lugar a modelos de distribución embebida.

4.7.4. Desventajas y Riesgos del Modelo

En Ecuador la cultura de aseguramiento aún es limitada: muchos clientes no perciben el valor del seguro y prefieren productos tradicionales, lo que puede traducirse en una baja adopción inicial del producto modular. El modelo depende fuertemente de plataformas digitales, con los consiguientes riesgos de ciberseguridad, fallas tecnológicas y costos de mantenimiento y actualización.

La complejidad en el diseño del producto puede generar confusión en el cliente ante demasiadas opciones y dificultad en la construcción de tarifas. El cumplimiento regulatorio exige alta inversión, sistemas robustos de gestión de riesgos y protección de datos, lo que incrementa los costos iniciales. Finalmente, la competencia con las aseguradoras tradicionales —con marca consolidada, redes de intermediarios y experiencia en gestión de riesgos— y la necesidad de una alta inversión inicial pueden derivar en resistencia interna al cambio, canibalización de productos existentes y periodos prolongados sin rentabilidad.

4.8. Diseño del Producto: Seguro de Hogar Modular

4.8.1. Introducción y Justificación del Diseño

El diseño de un producto de seguros constituye uno de los pilares estratégicos de cualquier iniciativa insurtech, pues determina la propuesta de valor, el perfil del riesgo asumido, la viabilidad actuarial y la experiencia del cliente. En el contexto del mercado asegurador ecuatoriano, caracterizado por una penetración inferior al 2% del PIB y una brecha de protección estimada en más de USD 6.000 millones (Rodríguez et al., 2024), el diseño de soluciones innovadoras y accesibles representa una oportunidad estratégica de alto impacto.

Este capítulo propone el diseño integral de HogarFlex, un seguro de hogar modular concebido bajo la lógica insurtech: un producto flexible, parametrizable por el propio asegurado, distribuido digitalmente y gestionado mediante inteligencia artificial. La arquitectura modular responde a la necesidad de ofrecer una cobertura personalizada que evite tanto el sobreseguro, que desincentiva la contratación, como el infraseguro, que genera frustración ante un siniestro, adaptándose al perfil, presupuesto y necesidades reales de cada cliente.

El diseño se fundamenta en cuatro pilares conceptuales: (1) modularidad y personalización; (2) digitalización end-to-end; (3) integración con tecnologías del hogar inteligente (IoT); y (4) cumplimiento regulatorio bajo la Resolución JPRF-S-2025-0152.

4.8.2. Arquitectura Modular del Producto

La característica diferencial de HogarFlex radica en su arquitectura modular: el cliente construye su póliza seleccionando únicamente las coberturas que necesita, partiendo de un módulo básico obligatorio que garantiza la suscripción técnica mínima viable y añadiendo módulos

opcionales según su perfil de riesgo y presupuesto. Este enfoque, denominado en la literatura insurtech como “build-your-own policy” (McKinsey & Company, 2022), maximiza la percepción de valor y reduce la tasa de abandonos en el proceso de cotización.

4.8.2.1. Principios de diseño modular

El diseño se rige por cuatro principios. La modularidad progresiva implica que el cliente parte de una base y suma valor, en lugar de descontar desde una póliza “todo riesgo”. La transparencia de precio hace visible la prima individual de cada módulo, reforzando la confianza. La escalabilidad de coberturas permite activar o desactivar módulos en cada renovación según las necesidades cambiantes. Por último, la coherencia actuarial evita el arbitraje de riesgo: el motor de suscripción valida la consistencia del perfil declarado.

4.8.2.2. Módulos y coberturas

Tabla 18

Módulos y coberturas

Módulo	Coberturas incluidas	Estado	Límite referencial
Módulo básico – Estructura	Incendio y rayo, explosión, caída de rayos, impacto de aeronaves	Incluido	Hasta USD 80.000
	Fenómenos naturales (terremoto, inundación), erupción volcánica	Opcional	Suma asegurada declarada
Módulo Contenidos	Muebles y enseres, equipos electrónicos, ropa y artículos personales	Elegible	Hasta USD 20.000

Módulo	Coberturas incluidas	Estado	Límite referencial
Módulo Responsabilidad Civil	Daños a terceros originados en el hogar, gastos de defensa legal básica	Elegible	Hasta USD 15.000
Módulo Asistencias	Plomería 24/7, cerrajería, electricidad urgente, asistencia médica domiciliaria	Elegible	Hasta 3 eventos/año
Módulo Smart Home	Integración con sensores IoT, monitoreo de fuga de agua y humo, descuento dinámico de prima por buen comportamiento	Elegible	Premio: -15% prima
Módulo Alquiler / Temporal	Gastos de hospedaje durante reconstrucción, pérdida de alquiler	Elegible	Hasta USD 3.000

Nota. Elaboración propia (2026).

El Módulo Smart Home representa la principal innovación diferencial del producto. Al integrar sensores IoT (detectores de humo, sensores de fuga de agua y cámaras inteligentes), el sistema monitorea el hogar en tiempo real, previene siniestros mediante alertas tempranas y genera descuentos dinámicos por buen comportamiento (usage-based insurance). Según McKinsey & Company (2022), los modelos basados en comportamiento incrementan la retención de clientes entre un 15% y un 20%, al tiempo que reducen la siniestralidad entre un 10% y un 25%.

4.8.2.3. Exclusiones generales y fundamento técnico

Las exclusiones cumplen una función técnica esencial: delimitar el alcance del riesgo asegurado, preservar la solvencia del producto y garantizar la equidad entre los asegurados. En HogarFlex se comunican de manera transparente durante la cotización digital, evitando sorpresas al momento del siniestro.

Tabla 19*Exclusiones generales y fundamento técnico*

N.º	Exclusión	Fundamento técnico
1	Guerra, terrorismo y actos de sabotaje	Riesgo catastrófico no asegurable comercialmente
2	Desgaste natural y deterioro progresivo	Responsabilidad del asegurado como propietario/arrendatario
3	Daños por construcción o remodelación no declarada	Infraseguro deliberado o cambio del riesgo no comunicado
4	Pérdida de dinero en efectivo y joyas > USD 500	Requiere cobertura específica no incluida en el módulo estándar
5	Inundaciones por falta de mantenimiento	Negligencia imputable al asegurado
6	Daños a vehículos dentro del garaje	Cobertura propia del seguro de vehículo
7	Bienes de terceros en custodia	Requiere declaración expresa y módulo especial

*Nota. Elaboración propia (2026).***4.8.3. Modelo de Tarificación**

La tarificación combina metodologías actuariales tradicionales con modelos predictivos de inteligencia artificial. HogarFlex utiliza un modelo por capas que integra cuatro variables fundamentales: tipo y características de la vivienda, ubicación geográfica (zona sísmica, riesgo de inundación), perfil de comportamiento del asegurado (smart home data) y sumas aseguradas declaradas por módulo.

Sus componentes son la tasa base por módulo, determinada por la siniestralidad histórica del ramo incendio y líneas aliadas en Ecuador; el ajuste por geolocalización, que consulta en tiempo real bases de datos de riesgo sísmico, inundaciones y criminalidad por zona; el factor de comportamiento IoT, que aplica descuentos progresivos de hasta un 15% en la prima anual cuando se activa el Módulo Smart Home; y las microprimas mensuales, con una prima mínima de USD 8,00 que facilita el acceso a segmentos de menor ingreso y amplía la penetración del seguro.

4.8.4. Segmento Objetivo y Propuesta de Valor

HogarFlex está diseñado para atender tres segmentos prioritarios. El Segmento 1, propietarios urbanos digitalizados (25-45 años), reúne a personas con vivienda propia en ciudades intermedias y grandes, familiarizadas con servicios digitales y con mayor afinidad por el Módulo Smart Home. El Segmento 2, arrendatarios urbanos jóvenes (18-35 años), históricamente desatendido, requiere coberturas de contenidos y responsabilidad civil sin necesidad de asegurar la estructura, mediante una póliza “solo contenidos” a prima accesible desde USD 8,00 mensuales. El Segmento 3, propietarios en ciudades intermedias y zonas de riesgo sísmico (Manabí, Esmeraldas y zonas costeras), valora especialmente la cobertura de fenómenos naturales, garantizada por el ajuste tarifario geolocalizado.

4.8.5. Canales de Distribución y Modelo de Embedded Insurance

La estrategia de distribución abandona la intermediación por agentes y corredores como canal único e incorpora tres canales digitales complementarios. El canal directo digital (D2C) app móvil y plataforma web propia es el canal principal, con mayor margen y mejor trazabilidad. El embedded insurance integra la póliza como servicio complementario en plataformas de proptech, fintech y retail de electrodomésticos, apareciendo como una opción natural en el flujo de compra. El broker digital (API-first) conecta vía API con corredores y agregadores que ofrecen el producto a sus carteras mediante interfaces white-label.

El modelo de embedded insurance resulta particularmente estratégico en el contexto ecuatoriano, donde la baja cultura de aseguramiento dificulta la venta directa, pero la integración del seguro como complemento de otro servicio (compra de vivienda, renovación de alquiler o adquisición de electrodomésticos) reduce la resistencia del cliente y aumenta las tasas de conversión.

4.8.6. Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)

Tabla 20
Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)

Indicador (KPI)	Meta	Frecuencia	Fuente de medición
Tasa de conversión digital (cotización → emisión)	>18%	Mensual	Motor de analítica web / CRM
NPS (Net Promoter Score)	>55 puntos	Trimestral	Encuesta post-siniestro y renovación
Tiempo promedio de emisión	<3 minutos	Diario	Log de plataforma digital
Tiempo de resolución siniestro express	<24 horas	Mensual	Sistema de gestión de siniestros IA
Tasa de retención / renovación	>72%	Anual	CRM – cohorte de asegurados
Siniestralidad acumulada (loss ratio)	<58%	Mensual acumulado	Sistema actuarial
Adopción del Módulo Smart Home	>20% cartera	Semestral	Integración IoT – dashboard
Índice de fraude detectado	<2%	Mensual	Motor antifraude IA

Nota. Elaboración propia (2026). Las metas corresponden al primer año de operación y serán revisadas trimestralmente según la experiencia de cartera.

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

4.8.7. Modelo Operativo Insurtech

El modelo operativo de una aseguradora que busque la nueva tendencia en seguros de hogar con coberturas modulares, personalizadas y flexibles a través de insurtech debe aplicar la automatización en toda la cadena de valor —procesos, tecnología y personas— con inteligencia artificial, telemática y ecosistemas digitales.

El objetivo principal es eliminar la intermediación reduciendo los costos de comisiones, ofrecer seguros a demanda y automatizar el proceso de siniestros para que sea rápido y simplificado. Para ello se han pensado parámetros de insurtech en los siguientes procesos operativos.

4.8.7.1. Comercialización a través de Canales Digitales

Se emplean plataformas web y aplicaciones móviles para cotizaciones instantáneas, donde el cliente puede seleccionar y ajustar variables como coberturas, vigencia de la póliza y asistencias, entre otras. Además, se utiliza una estrategia de segmentación avanzada mediante big data para ofrecer precios dinámicos y ajustados al perfil real del usuario.

4.8.7.2. Emisión y Suscripción Inteligente

La emisión de pólizas es 100% digital, generada mediante una herramienta inteligente en la que el cliente selecciona sus necesidades e ingresa variables que un agente de IA analiza para otorgar la póliza en pocos minutos. Se integra con dispositivos IoT del hogar, como sensores de humo o cámaras inteligentes, para evaluar el riesgo y ajustar primas en tiempo y precio real, además de capacitar a los clientes sobre la importancia de dichos dispositivos.

4.8.7.3. Gestión de Siniestros 100% Autónoma

El siniestro se gestiona de manera autónoma (Rivadeneira, 2026). La notificación se realiza con captura de datos a través de un sistema IoT que informa a la compañía sobre un evento del hogar (fuga de agua, robo, alerta de fuego, entre otros). Un operador de inteligencia artificial recibe la notificación y analiza los datos del formulario, extrayendo información clave y clasificando automáticamente los documentos de apoyo, como las fotos de los daños enviadas desde el móvil del asegurado.

El operador de IA realiza una evaluación autónoma del siniestro, segmentándolo en express o expert según los daños reportados, y compara varias fuentes de datos para estimar la valoración.

A continuación aplica un checklist de fraude que evalúa patrones históricos del cliente, tipo de reclamo y coherencia entre la fecha de ocurrencia y la vigencia de la póliza, entre otros; si detecta anomalías, deriva el caso a un especialista humano y, en caso contrario, verifica las condiciones de la póliza para confirmar la cobertura. Cuando el siniestro está validado, el operador genera un mensaje personalizado para el asegurado y activa un protocolo inteligente que transfiere el pago directamente a la cuenta del asegurado o del proveedor de forma instantánea, transparente e inmutable, cerrando el expediente y actualizando los sistemas pertinentes.

4.8.7.4. Servicio al Cliente y Comunicación Clara

Se emplean notificaciones periódicas mediante correo, mensajes y WhatsApp sobre vencimientos, renovación automática y nuevos productos, junto con capacitaciones constantes sobre cuidado del hogar, seguridad, cambios meteorológicos y actuación ante terremotos, incendios e inundaciones. También se recuerdan al cliente las asistencias incluidas en su póliza para su uso adecuado y oportuno.

4.8.8. Benchmarking Internacional: Zurich, MAPFRE y Chubb

El diseño e implementación de una insurtech con seguros de hogar modulares en el mercado ecuatoriano requiere evaluar las mejores prácticas de los líderes globales de la industria. Zurich, MAPFRE y Chubb han desarrollado estrategias de digitalización, modularidad y seguros embebidos que sirven como referencia para superar las barreras culturales y operativas identificadas en los capítulos previos, operando bajo un entorno regulado.

4.8.8.1. Zurich: Modularidad Centrada en el Cliente

Zurich Insurance Group ha transformado el seguro de hogar tradicional en una experiencia personalizable, combinando coberturas base con asistencias tecnológicas de valor agregado. Su enfoque comercial divide la póliza en componentes claros —edificación (estructura), contenido (bienes) o ambos— y permite añadir coberturas específicas de forma independiente (todo riesgo accidental, cobertura para mascotas o protección de dispositivos portátiles). Tecnológicamente, mitiga la siniestralidad promoviendo la prevención mediante alianzas que integran sistemas de detección inteligente (sensores de fugas de agua y de monóxido de carbono), educando al cliente para pasar de una cultura reactiva a una preventiva. Replicar este modelo en Ecuador implica

estructurar una oferta base económica y transparente y apalancar agentes de IA para guiar al usuario en la autogestión de sus coberturas.

4.8.8.2. MAPFRE: Protección Digital y Adaptación Local

MAPFRE ha liderado la transición digital en la región iberoamericana y cuenta con presencia directa en Ecuador. Más allá de las coberturas tradicionales, incorporó la Protección Digital en sus pólizas de hogar (Hogar Familiar y Hogar Platino), con asistencia jurídica en protección de datos, control parental, borrado de huella digital y ciberseguridad. Su estrategia omnicanal impulsa la cotización 100% online y la automatización de siniestros, pero mantiene una fuerte red de intermediarios para resolver la fricción cultural del consumidor tradicional. La infraestructura operativa descrita en el Capítulo 5 se alinea con los estándares de ciberseguridad e identificación exigidos por la SCVS y la Ley de Protección de Datos Personales, áreas donde MAPFRE ya ejecuta auditorías y controles de cifrado robustos.

4.8.8.3. Chubb: Distribución Embebida y Ecosistemas de APIs Abiertas

Chubb es el referente en la integración de seguros dentro de plataformas digitales externas (super-apps, fintech, retail y e-commerce) a través de su plataforma tecnológica global Chubb Studio. Mediante APIs sencillas y seguras inserta microseguros y productos modulares directamente en el flujo de compra del usuario final —con casos notables como su alianza regional con Nubank— logrando fricción cero. Procesa más de 15 millones de reclamos mensuales de forma automatizada, con desembolsos instantáneos e inmutables y un NPS superior a los 90 puntos. Para que la insurtech modular adquiera masa crítica y mitigue el riesgo de baja rentabilidad inicial en Ecuador, conviene adoptar esta estrategia de distribución embebida mediante alianzas con bancos locales, empresas de real estate o retailers digitales, permitiendo que la IA suscriba el riesgo en segundos aprovechando la data del socio comercial.

4.8.9. Sobre la Oportunidad de Mercado

El mercado asegurador ecuatoriano presenta baja penetración inferior al 2% del PIB y una brecha de protección superior a los USD 6.000 millones, pese a haber alcanzado primas por más de USD 1.700 millones en 2025. La combinación de un mercado incipiente, la concentración de la oferta en ramos tradicionales y el crecimiento del ecosistema insurtech regional configura el entorno

idóneo para un producto digital, accesible y personalizable. El seguro de hogar, históricamente rezagado, emerge como un ramo con alto potencial de desarrollo y como vehículo para ampliar la inclusión financiera.

4.8.10. Sobre el Marco Regulatorio

La Resolución JPRF-S-2025-0152 constituye un punto de inflexión, pues por primera vez establece un marco específico para las entidades de servicios tecnológicos de seguros bajo la supervisión de la SCVS. Este avance reduce la incertidumbre jurídica y legitima la operación de modelos insurtech, pero impone exigencias significativas de capital, infraestructura, gobierno corporativo y gestión de riesgos. La conclusión regulatoria es, por tanto, de doble filo: el mismo marco que habilita la innovación eleva la barrera de entrada, y el cumplimiento en materia de protección de datos, ciberseguridad, prevención de lavado de activos y transparencia comercial resulta indispensable para operar y para construir la confianza del consumidor.

4.8.11. Sobre el Diseño del Producto y el Modelo Operativo

La propuesta de HogarFlex materializa la estrategia en un producto concreto: una arquitectura modular de tipo “build-your-own policy” que parte de un módulo básico obligatorio y permite añadir coberturas de contenidos, responsabilidad civil, asistencias, alquiler temporal y, de manera diferencial, un módulo Smart Home basado en sensores IoT. Este diseño mitiga simultáneamente el sobreseguro y el infraseguro, incorpora tarificación por capas con microprimas desde USD 8 mensuales y se apoya en un modelo operativo automatizado que digitaliza la cotización, la suscripción y la gestión autónoma de siniestros mediante inteligencia artificial. La definición de indicadores clave de desempeño aporta una lógica de medición y mejora continua imprescindible en las etapas iniciales.

4.8.12. Sobre el Benchmarking Internacional

El análisis de Zurich, MAPFRE y Chubb confirma que los pilares del proyecto están alineados con las mejores prácticas globales: la modularidad transparente y la prevención activa de Zurich, la protección digital y la estrategia omnicanal de MAPFRE con presencia local que valida la relevancia del modelo y, de manera especialmente estratégica para Ecuador, la distribución

embebida mediante APIs de Chubb, palanca más eficaz para superar la baja cultura de aseguramiento y alcanzar la masa crítica que asegure la rentabilidad.

4.8.13. Factores Críticos de Éxito y Limitaciones

El éxito del modelo depende de cuatro factores transversales: una experiencia digital simple, la construcción de alianzas estratégicas para la distribución embebida, la educación financiera del usuario y una gestión rigurosa del cumplimiento y la ciberseguridad. Como contrapartida, deben reconocerse limitaciones reales: la baja adopción inicial esperable, la fuerte dependencia tecnológica, la elevada inversión inicial, la competencia de aseguradoras tradicionales y la probabilidad de periodos prolongados sin rentabilidad. Cabe señalar, además, que las cifras de mercado, las metas de los indicadores y los parámetros tarifarios presentados constituyen estimaciones que deberán validarse con estudios actuariales y datos de cartera propios una vez iniciada la operación.

En conjunto, el trabajo demuestra que la implementación de una insurtech de seguro de hogar modular en Ecuador es técnica, comercial y regulatoriamente viable, y que su oportunidad se ve reforzada por la reciente apertura normativa y por el momento de expansión del ecosistema insurtech regional. La recomendación estratégica es adoptar un despliegue gradual: iniciar con un producto sencillo y transparente, apalancado en la distribución embebida a través de socios locales, invertir de forma prioritaria en cumplimiento y ciberseguridad, y escalar la propuesta — especialmente el módulo Smart Home— a medida que se consolide la confianza del mercado y se acumule información de siniestralidad. De ejecutarse con disciplina, HogarFlex no solo representa una oportunidad de negocio, sino también un aporte concreto al cierre de la brecha de protección y a la inclusión financiera de la población ecuatoriana.

4.9. Dimensión ambiental (A de ASG)

4.1.1.1 Concepto del Hogar modular:

El seguro de hogar modular se define como aquel que permite al cliente seleccionar y configurar diferentes bloques de cobertura (módulos) según sus necesidades específicas, más allá de los paquetes estándar. Estos módulos pueden incluir coberturas tradicionales (incendio, robo, responsabilidad civil) y, de forma innovadora, coberturas y servicios

vinculados a la sostenibilidad ambiental: protección de paneles solares, asistencia para mejoras de eficiencia energética, servicios de evaluación de riesgos climáticos, etc.

La modularidad facilita la personalización y, desde la perspectiva ambiental, permite:

- Dirigir incentivos a clientes que adoptan medidas sostenibles
- Incorporar servicios que reduzcan el riesgo físico (ej. auditorías, recomendaciones de adaptación).
- Adaptar coberturas según el nivel de exposición climática de la vivienda, siempre dentro de marcos regulatorios y sin decisiones automatizadas finales sobre la incurabilidad individual.

4.9.1. Módulo de eficiencia energética

- Cobertura para daños en instalaciones de eficiencia (aislamientos especiales, ventanas de alta eficiencia, sistemas de calefacción eficientes).
- Servicios: diagnóstico energético del hogar, recomendaciones de mejora.
- Incentivos: pequeñas reducciones en prima para viviendas que alcanzan ciertos estándares (sin evaluar a nivel persona, sino características del bien asegurado).

4.9.2. Módulo de energías renovables residenciales

- Cobertura específica para paneles solares, baterías domésticas, bombas de calor, etc.
- Asistencias: verificación de instalación segura, mantenimiento preventivo.
- Servicios adicionales: información sobre buenas prácticas para maximizar rendimiento y seguridad.

4.9.3. Módulo de resiliencia climática

- Cobertura para elementos que reducen el impacto de inundaciones, tormentas o incendios (barreras físicas, refuerzo de tejados, adaptación de jardines, etc.).
- Servicios de evaluación de riesgo climático basado en la ubicación del inmueble (datos públicos, mapas de riesgo, sin entrar en scoring personal).
- Programas de prevención: campañas de sensibilización, guías para preparación ante eventos extremos.

4.9.4. Módulo de reconstrucción sostenible

- Cláusulas que promueven la reconstrucción con criterios sostenibles tras un siniestro (materiales con menor huella, soluciones de eficiencia, etc.).
- Cobertura con límites adicionales para reconstruir siguiendo estándares verdes (cuando el marco regulatorio lo permite).

4.9.5. Módulo de economía circular

- Servicios para reparación y reutilización de bienes antes de sustituirlos por nuevos.
- Colaboración con proveedores que priorizan reparación sobre reemplazo.

Estos módulos te permiten conectar directamente la “A” de ASG con el diseño de producto. En el trabajo puedes analizar ventajas y retos de cada uno.

4.10. Dimensión social (S de ASG)

Desde el enfoque social, la modularidad transforma el seguro de hogar de un producto rígido y selectivo a una herramienta inclusiva y accesible. Permite democratizar la protección de la vivienda al romper la barrera del "todo o nada". Las familias pueden construir su propia red de seguridad según su capacidad económica y su realidad familiar, garantizando que los colectivos tradicionalmente desatendidos (o con presupuestos ajustados) pueda acceder a coberturas esenciales.

La modularidad social se enfoca en tres pilares:

Inclusión financiera: Reducción de la brecha de aseguramiento mediante precios de entrada accesibles.

Cuidado integral de la vida: El seguro deja de ser un "pagador de siniestros" y pasa a ser un gestor del bienestar diario, la salud y la asistencia dentro de la vivienda.

Transparencia radical: Empoderamiento del cliente a través del conocimiento técnico simplificado.

4.10.1. Módulo de Accesibilidad e Inclusión Financiera

Cobertura Esencial de Entrada: Bloques básicos de cobertura (ej. solo estructura frente a catástrofes o incendios) diseñados con primas mínimas para hogares de rentas medias-bajas o familias jóvenes que adquieren su primera vivienda.

Flexibilidad de Pago: Opciones de fraccionamiento de primas personalizadas, periodos de gracia o micro seguros modulares que no penalicen el acceso por historial crediticio tradicional.

Enfoque en Vulnerabilidad: Módulos específicos que facilitan la inclusión de personas de la tercera edad o con discapacidad, adaptando los deducibles o eliminando exclusiones por edad del asegurado en asistencias clave.

4.10.2. Módulo de Seguridad, Salud y Bienestar en el Hogar

Asistencia y Teleasistencia Familiar: Servicios orientados al cuidado de los habitantes del hogar. Incluye telemedicina para los miembros de la familia, asistencia médica de emergencia a domicilio y botones de alerta o teleasistencia para adultos mayores que viven solos.

Hogar Conectado (Smart Home) Preventivo: Integración y apoyo para la instalación de sensores de bajo costo (humo, gas, fugas de agua) que alertan en tiempo real. Esto no solo previene pérdidas materiales, sino que protege la integridad física de la familia.

Mantenimiento Preventivo del Hogar: Servicios de cerrajería, plomería o electricidad básica enfocados en mantener la vivienda en condiciones seguras y dignas, evitando que pequeños deterioros se convierten en riesgos estructurales o de habitabilidad.

4.10.3. Módulo de Educación, Transparencia y Acompañamiento

Configurador Guiado y Didáctico: Herramientas interactivas (plataformas web o apps móviles) que guían al cliente para que identifique cuáles son sus riesgos reales antes de comprar, evitando el sobre aseguramiento o la falta de protección.

Póliza en Lenguaje Claro: Redacción de los condicionados de los módulos en un formato simplificado, transparente y de fácil lectura, eliminando el tecnicismo legal/actuarial que suele distanciar al cliente de la industria.

Acompañamiento en el Siniestro: Protocolos de atención prioritarios y empáticos durante momentos críticos (pérdidas por eventos naturales o robos), ofreciendo no solo la gestión del trámite sino contención o asesoría directa para mitigar el estrés familiar.

4.11. Dimensión de gobernanza (G de ASG)

4.11.1. Transparencia del producto

La gobernanza del producto debe garantizar que el cliente comprenda con claridad qué está contratando y cómo cada cobertura contribuye a la protección de su vivienda y al fomento de prácticas sostenibles.

Al tratarse de un seguro de hogar modular, el cliente puede configurar su póliza seleccionando únicamente las coberturas que necesita, por ejemplo:

- **Módulo Básico:** incendio, explosión y eventos de la naturaleza.
- **Módulo de Robo y Hurto:** protección de bienes dentro del hogar.
- **Módulo de Responsabilidad Civil Familiar:** daños ocasionados a terceros.
- **Módulo de Equipos Tecnológicos:** protección de computadores, tablets y dispositivos inteligentes.
- **Módulo de Energía Sostenible:** cobertura para paneles solares, baterías e infraestructura de autoconsumo.
- **Módulo de Asistencia Verde:** servicios de reparación sostenible, ahorro energético y gestión responsable de residuos.
- **Módulo Smart Home:** protección para sistemas domóticos y sensores inteligentes.

Para cada módulo se deberá comunicar de forma transparente:

- Coberturas incluidas.
- Exclusiones y limitaciones.
- Suma asegurada.
- Deducibles aplicables.
- Prima asociada a cada módulo.
- Beneficios adicionales relacionados con sostenibilidad.

Asimismo, la aseguradora informará claramente los criterios de suscripción relacionados con sostenibilidad, tales como:

- Viviendas con certificación energética.
- Instalación de paneles solares.
- Sistemas de ahorro de agua.
- Sensores de detección de fugas de agua o incendios.
- Sistemas de monitoreo inteligente que reduzcan la frecuencia de siniestros.

Estas características podrán generar beneficios tarifarios o condiciones preferenciales debido a la reducción del riesgo asegurado.

4.11.2. Gestión de riesgos y Compliance

El Seguro de Hogar modular sostenible debe integrarse dentro del marco de gestión de riesgos ASG de la aseguradora, considerando los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza a lo largo del ciclo de vida del producto.

La aseguradora deberá:

- Evaluar el impacto ambiental de las coberturas ofrecidas.
- Fomentar la prevención y resiliencia frente a riesgos climáticos.
- Monitorear la exposición de la cartera a eventos meteorológicos extremos.
- Promover reparaciones y reconstrucciones sostenibles después de un siniestro.
- Incorporar criterios ASG en el diseño y actualización de los módulos.

De acuerdo con los principios de sostenibilidad para aseguradoras, la gestión de riesgos debe vincular la estrategia de sostenibilidad con el apetito de riesgo de la organización, permitiendo identificar tanto riesgos como oportunidades derivadas del cambio climático y de las nuevas tecnologías aplicadas al hogar.

4.11.2.1. Compliance y normativa

El producto deberá cumplir con:

- Normativa local de protección al consumidor financiero.
- Obligaciones de transparencia y divulgación de información al cliente.

- Regulaciones sobre protección de datos personales.
- Políticas internas de gobierno corporativo y conducta ética.
- Marcos de referencia internacionales de sostenibilidad y ASG.

La revisión periódica del producto permitirá asegurar que sus coberturas, procesos y criterios de suscripción permanezcan alineados con la evolución regulatoria y las expectativas de los grupos de interés.

4.11.2.2. Ética y uso de datos

Uno de los elementos diferenciadores del seguro de hogar modular sostenible es la incorporación de tecnología para la prevención de riesgos mediante dispositivos inteligentes instalados en la vivienda.

Los datos provenientes de:

- Sensores de fuga de agua.
- Detectores de humo.
- Sistemas de monitoreo eléctrico.
- Equipos de domótica.
- Dispositivos de eficiencia energética.

serán utilizados exclusivamente para:

- Prevención de siniestros.
- Alertas tempranas.
- Gestión de riesgos.
- Mejoras en la experiencia del cliente.
- Personalización de beneficios y recomendaciones de prevención.

La aseguradora no utilizará la información para fines distintos a los autorizados por el asegurado.

4.11.2.3. Protección de la privacidad

Para garantizar una gobernanza responsable de la información, la compañía implementará:

- Consentimiento explícito e informado para la utilización de datos.
- Políticas transparentes sobre tratamiento y almacenamiento de información.

- Sistemas de ciberseguridad para proteger los datos del hogar.
- Accesos restringidos y trazables a la información.
- Procesos de anonimización cuando resulte posible.
- Supervisión de proveedores tecnológicos que participen en el manejo de los datos.

4.11.2.4. Principios éticos

El uso de inteligencia artificial, analítica avanzada o dispositivos IoT dentro del producto deberá regirse por principios de:

- Transparencia.
- Equidad.
- No discriminación.
- Seguridad.
- Responsabilidad corporativa.
- Supervisión humana en decisiones relevantes.

De esta manera, el Seguro de Hogar Modular Sostenible no solo protege el patrimonio de las familias, sino que también fortalece la confianza del cliente mediante una gestión ética, transparente y responsable de los riesgos y la información, alineada con los principios de gobernanza ASG.

4.12. Diseño del producto modular sostenible

Diseño del producto modular sostenible

4.12.1. Arquitectura de módulos

El documento (Capítulo 4, sección "Arquitectura modular del producto") define que el cliente construye su póliza Hogar Flex partiendo de un módulo base y añadiendo módulos opcionales según su perfil de riesgo y presupuesto, bajo el principio de "modularidad progresivo": se suma valor, nunca se descuenta desde una póliza todo riesgo. A continuación, se organiza esa arquitectura según los tres bloques solicitados.

4.12.1.1. Módulos básicos

Según la tabla de módulos y coberturas del documento, el único módulo con estado "Incluido" (obligatorio) es el Módulo Básico – Estructura, que cubre incendio, rayo, explosión, caída de rayos e impacto de aeronaves, con un límite referencial de hasta USD 80.000. Los módulos de Contenidos y Responsabilidad Civil aparecen como "Elegibles" (opcionales), aunque el documento los presenta como coberturas núcleo recomendadas para cualquier configuración estándar del producto:

Tabla 21

Módulos básicos

Módulo	Coberturas incluidas	Estado y límite
Estructura (incendio y rayo)	Incendio, rayo, explosión, impacto de aeronaves	Incluido - obligatorio; hasta USD 80.000
Contenidos	Muebles, equipos electrónicos, ropa y artículos personales	Elegible; hasta USD 20.000
Responsabilidad Civil (RC)	Daños a terceros originados en el hogar; defensa legal básica	Elegible; hasta USD 15.000

Nota metodológica: el documento no cataloga explícitamente un módulo "daños por agua" independiente; la protección frente a fugas de agua se canaliza mediante el Módulo Smart Home (monitoreo IoT) y el Módulo Asistencias (plomería 24/7), citados en 1.2 y 1.3.

4.12.1.2. Módulos "verdes": instalaciones renovables, eficiencia energética y domótica

El documento no desarrolla un módulo etiquetado como "verde" o de sostenibilidad ambiental en sentido estricto. Su equivalente más cercano es el Módulo Smart Home, presentado

como la principal innovación diferencial del producto: integra sensores IoT (detectores de humo, sensores de fuga de agua, cámaras inteligentes) que permiten monitorear el hogar en tiempo real, prevenir siniestros mediante alertas tempranas y activar descuentos dinámicos de hasta el 15% en la prima por buen comportamiento (usage-based insurance).

- Domótica y monitoreo: sensores de fuga de agua y humo, cámaras inteligentes, integración IoT continua.
- Prevención activa: alertas tempranas que reducen la severidad y frecuencia de siniestros antes de que escalen.
- Vínculo con eficiencia energética/renovables: el documento no incluye coberturas específicas para paneles solares, baterías o certificaciones de eficiencia energética; de existir, encajarían como extensión natural del Módulo Smart Home bajo la misma lógica de descuento por comportamiento preventivo.

Nota metodológica: la referencia a "instalaciones renovables" y "eficiencia energética" no figura en el documento; se señala aquí como brecha de diseño y posible línea de expansión del Módulo Smart Home, no como contenido ya desarrollado en el texto fuente.

4.12.1.3. Módulos de servicios adicionales: asistencia, mantenimiento, auditoría energética

El documento sí desarrolla con detalle un módulo de asistencias, orientado a resolver incidentes cotidianos del hogar de forma inmediata:

Tabla 22

Módulos de servicios adicionales

Módulo	Coberturas incluidas	Estado y límite
Asistencias	Plomería 24/7, cerrajería, electricidad urgente, asistencia médica domiciliaria	Elegible; hasta 3 eventos/año

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.

Módulo	Coberturas incluidas	Estado y límite
Alquiler / temporal	Gastos de hospedaje durante reconstrucción, pérdida de alquiler	Elegible; hasta USD 3.000

El documento no menciona un servicio de "auditoría energética" ni de "mantenimiento preventivo programado" como línea de producto; el componente más próximo es la capacitación continua al cliente (Capítulo 5, Modelo Operativo) sobre cuidado del hogar, seguridad y actuación ante eventos climáticos, que cumple una función educativa similar pero no constituye un módulo asegurador ni un servicio auditado.

4.12.2. Incentivos y precios

4.12.2.1. Bonificaciones por prevención

El modelo tarifario de Hogar Flex (Capítulo 4, "Modelo de tarificación") integra un factor de comportamiento IoT: cuando el asegurado activa el Módulo Smart Home, el sistema monitorea eventos de riesgo y aplica descuentos progresivos de hasta un 15% en la prima anual. El documento no menciona bonificaciones por certificaciones ambientales (por ejemplo, LEED o EDGE); el mecanismo de bonificación descrito está ligado exclusivamente al comportamiento monitoreado por sensores, no a certificaciones externas.

4.12.2.2. Tarificación dinámica

El modelo combina cuatro variables: tipo y características de la vivienda, ubicación geográfica (zona sísmica, riesgo de inundación), perfil de comportamiento del asegurado vía datos del hogar inteligente, y sumas aseguradas declaradas por módulo. Sobre esa base:

- Tasa base por módulo: calculada con estadística de siniestralidad histórica del ramo incendio y líneas aliadas en Ecuador.
- Ajuste por geolocalización: consulta en tiempo real de bases de datos de riesgo sísmico, inundación y criminalidad por zona.

- Factor de comportamiento IoT: descuento progresivo de hasta 15% cuando el asegurado activa el Módulo Smart Home.
- Micro primas mensuales: pago mensual desde USD 8,00, orientado a ampliar la penetración en segmentos de menor ingreso.

El documento aclara que este esquema de tarificación dinámica opera "cuando sea posible y regulatoriamente permitido", en línea con la Resolución JPRF-S-2025-0152, que exige transparencia y coherencia actuarial en la comercialización digital de seguros.

4.12.3. Ejemplos prácticos

El documento define tres segmentos objetivo (sección "Segmentación de mercado") que se corresponden de forma natural con los tres casos tipo solicitados:

Caso 1: Familia en vivienda unifamiliar propia (Segmento 1: propietarios urbanos digitalizados, 25-45 años)

Perfil descrito en el documento: personas con vivienda propia en ciudades intermedias y grandes, familiarizadas con canales digitales y dispuestas a pagar por coberturas relevantes; es el segmento con mayor afinidad al Módulo Smart Home.

- Configuración típica: Módulo Básico Estructura (obligatorio) + Contenidos + Responsabilidad Civil + Módulo Smart Home (sensores de fuga e incendio) + Asistencias.
- Beneficio esperado: descuento progresivo de hasta 15% por activar el Módulo Smart Home, más cobertura amplia acorde a una vivienda con mayor superficie y patrimonio asegurado (hasta USD 80.000 en estructura).

4.12.3.1. Caso 2: Arrendatario de piso urbano (Segmento 2: arrendatarios urbanos jóvenes, 18-35 años)

El documento señala que este segmento, históricamente desatendido por el seguro de hogar tradicional, no necesita asegurar la estructura del inmueble (no es de su propiedad), por lo que la arquitectura modular permite una póliza "solo contenidos".

- Configuración típica: Módulo Contenidos + Responsabilidad Civil, sin Módulo Estructura, con posibilidad de sumar Asistencias (cerrajería, electricidad urgente).

- Precio de entrada: micro prima desde USD 8,00/mes, citada explícitamente en el documento como umbral de acceso para este perfil.

Caso 3: Propietario de segunda residencia en zona costera (Segmento 3: ciudades intermedias y zonas de riesgo sísmico)

El documento describe este segmento como hogares ubicados en Manabí, Esmeraldas y zonas costeras con historial sísmico, donde la cobertura de fenómenos naturales adquiere alta relevancia; una segunda residencia vacacional en la costa encaja en este perfil.

- Configuración típica: Módulo Básico Estructura + módulo opcional de fenómenos naturales (terremoto, inundación, erupción volcánica) + Módulo Alquiler/Temporal (útil si la vivienda se arrienda por temporadas) + Asistencias.
- Ajuste de precio: el motor de suscripción aplica un ajuste tarifario geo localizado que, según el documento, "garantiza una prima equitativa" frente al mayor riesgo sísmico e hidrometeoro lógico de la zona.

4.12.4. Síntesis

La arquitectura modular de Hogar Flex está sólidamente documentada en sus componentes de estructura, contenidos, responsabilidad civil, asistencias, Smart Home y alquiler temporal, así como en su modelo de tarificación dinámica y sus tres segmentos objetivo. El documento no desarrolla, sin embargo, una línea de "módulos verdes" centrada en instalaciones renovables, eficiencia o auditorías energéticas certificadas: estos elementos se han señalado explícitamente como brechas de diseño en las notas metodológicas anteriores, distinguiendo con claridad lo que proviene del texto fuente de lo que constituiría una extensión propuesta del Módulo Smart Home.

4.12.5. Impacto y métricas

Indicadores de sostenibilidad del producto

- **Reducción estimada de siniestros ligados a eventos climáticos gracias a la prevención.**
 - Meta: Reducir entre un 15 % y 25 % los siniestros ocasionados por lluvias intensas, inundaciones, deslizamientos e incendios mediante inspecciones preventivas, recomendaciones de mantenimiento y descuentos para viviendas que implementen medidas de mitigación.

- Indicador: Número de siniestros climáticos por cada 1.000 pólizas antes y después de la implementación del programa de prevención.

- **Porcentaje de viviendas aseguradas con certificación energética elevada.**

- Meta: Alcanzar que el 30 % de las viviendas aseguradas cuenten con certificaciones de eficiencia energética o incorporen tecnologías sostenibles como paneles solares, iluminación LED, aislamiento térmico o sistemas de ahorro de agua.

- Indicador: Porcentaje de pólizas correspondientes a viviendas con certificación energética o con mejoras comprobadas en eficiencia.

- **Porcentaje de siniestros gestionados con criterios "repair vs replace" y uso de proveedores sostenibles.**

- Meta: Gestionar al menos el 70 % de los siniestros reparables priorizando la reparación sobre el reemplazo de bienes y utilizando proveedores certificados por prácticas ambientales responsables.

- Indicador: Porcentaje de reclamaciones resueltas mediante reparación y porcentaje de proveedores que cumplen criterios de sostenibilidad.

4.12.5.1. Resultados para la aseguradora

- **Mejora en la gestión del riesgo.**

- Disminución de la frecuencia y severidad de los siniestros gracias a la prevención y segmentación de riesgos.
- Mejor capacidad para diseñar primas personalizadas según el perfil de riesgo de cada vivienda.
- Mayor estabilidad financiera por la reducción de pérdidas derivadas de eventos climáticos.

- **Diferenciación competitiva y reputacional.**

- Posicionamiento como una aseguradora comprometida con la sostenibilidad y la resiliencia climática.

- Atracción de clientes que valoran productos innovadores y responsables con el medio ambiente.
- Fortalecimiento de la reputación corporativa mediante la integración de criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza).

4.12.5.2. Resultados para la sociedad

Contribución a viviendas más seguras, eficientes y resilientes.

- Incentivo para que los propietarios implementen mejoras estructurales y medidas de prevención frente a riesgos naturales.
- Reducción de pérdidas económicas y materiales ocasionadas por fenómenos climáticos.
- Promoción de una cultura de prevención y gestión del riesgo en los hogares ecuatorianos.

• Apoyo a la transición hacia un parque de viviendas más sostenible.

- Fomento del uso de tecnologías de eficiencia energética y materiales de construcción sostenibles.
- Impulso a la economía local mediante la contratación de proveedores y talleres con prácticas responsables.
- Contribución a los objetivos nacionales de adaptación al cambio climático y reducción del impacto ambiental del sector residencial.

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones generales

La presente investigación permitió analizar la viabilidad de diseñar e implementar un modelo de seguro de hogar modular, personalizado y digital para el mercado ecuatoriano, a partir del estudio del entorno asegurador, la investigación de mercado, la propuesta de producto y el análisis de tendencias tecnológicas aplicables al ramo. El desarrollo integral de los capítulos precedentes

permite sostener que el mercado ecuatoriano de seguros de hogar presenta una brecha de protección significativa, asociada a una baja penetración del ramo, una oferta tradicionalmente rígida y estandarizada, y una demanda creciente por productos más flexibles, transparentes y adaptados al perfil de riesgo de cada asegurado.

En este contexto, el modelo modular propuesto constituye una alternativa estratégica y técnicamente sustentada para que Zurich Seguros Ecuador S.A. amplíe su participación en el ramo de hogar, apoyándose en inteligencia artificial, análisis de datos e integración con ecosistemas digitales para personalizar coberturas, optimizar procesos de suscripción y fortalecer la experiencia del cliente. El estudio confirma, en consecuencia, que existe una oportunidad de negocio real y oportuna, siempre que su implementación equilibre innovación tecnológica, simplicidad para el cliente, disciplina técnica y sostenibilidad financiera del portafolio.

5.2. Conclusiones específicas

A continuación se detallan las conclusiones específicas derivadas de la propuesta, en función de su utilidad y aplicabilidad en el entorno comercial, académico y personal.

5.2.1. Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación

El objetivo general, orientado a diseñar un modelo de negocio innovador para el seguro de hogar en el mercado ecuatoriano basado en coberturas modulares, personalizadas y flexibles, se cumplió satisfactoriamente. El trabajo desarrolló una propuesta de producto modular que integra segmentación de riesgos, tarificación diferenciada y herramientas digitales, alineada con la mejora de la propuesta de valor, el aumento de la penetración del ramo y la sostenibilidad técnica y financiera perseguidas.

Respecto a los objetivos específicos, el primero, analizar la estructura y comportamiento del mercado asegurador ecuatoriano e identificar las brechas del ramo de hogar, se cumplió mediante la investigación de mercado y el diagnóstico del entorno interno y externo, que evidenciaron una baja

penetración del seguro, una alta sensibilidad al precio y una oferta poco flexible. El segundo objetivo, diseñar un modelo de seguro de hogar modular que adapte las coberturas al perfil de riesgo y capacidad de pago del cliente mediante herramientas digitales, se cumplió a través del diseño del producto modular y del análisis del rol de la inteligencia artificial y el data science en su operación. El tercer objetivo, proponer una estrategia de implementación para Zurich Seguros S.A. que considere aspectos comerciales, técnicos y operativos, se cumplió mediante la definición del modelo operativo, los canales de distribución, las alianzas con ecosistemas digitales y las medidas de mitigación de riesgos comerciales identificadas, como la resistencia de los corredores y la selección adversa.

5.2.2. Contribución a la gestión empresarial

Para Zurich Seguros Ecuador S.A., la propuesta aporta un modelo de producto que puede fortalecer su posicionamiento en el ramo de hogar mediante una oferta diferenciada frente a los esquemas tradicionales del mercado. El enfoque modular, sustentado en inteligencia artificial, análisis de datos y alianzas con ecosistemas digitales, entrega a la gestión comercial y técnica de la compañía criterios concretos para segmentar clientes, ajustar la tarificación al riesgo real y diseñar estrategias de distribución más eficientes, incluyendo la integración con plataformas inmobiliarias, financieras y de retail. Asimismo, las soluciones planteadas frente a riesgos comerciales identificados, como la resistencia de los canales externos o la selección adversa, constituyen insumos aplicables a la gestión operativa y de suscripción del ramo.

5.2.3. Contribución a nivel académico

Desde la perspectiva académica, el trabajo integra conceptos de gestión de seguros, análisis de mercado, innovación digital e inteligencia artificial aplicados a un caso concreto del sector asegurador ecuatoriano, lo que permite consolidar el aprendizaje adquirido durante el programa de MBA y su aplicación práctica a una problemática real de la industria. La investigación aporta, además, un marco de referencia que puede orientar futuros trabajos académicos relacionados con la

innovación en seguros, los modelos insurtech y la transformación digital del sector financiero en Ecuador y la región.

5.2.4. Contribución a nivel personal

El desarrollo de este trabajo representó un espacio de crecimiento profesional al permitir profundizar en el análisis estratégico del negocio asegurador, la aplicación de herramientas digitales y de datos a la gestión comercial, y la construcción de una propuesta de valor orientada al cliente. La experiencia fortaleció competencias de análisis, pensamiento estratégico y toma de decisiones, aplicables directamente al desempeño profesional en la gestión comercial del ramo automotriz y, de manera más amplia, a la gestión de otros ramos dentro de la industria aseguradora.

5.3. Limitaciones a la investigación

- Disponibilidad de información: la escasez de estadísticas desagregadas y actualizadas sobre el ramo de hogar en Ecuador limitó la profundidad de algunos análisis cuantitativos, obligando a complementar cifras oficiales con fuentes internacionales y sectoriales.
- Alcance regulatorio: el marco normativo aplicable a los modelos insurtech y a los seguros embebidos en Ecuador se encuentra en desarrollo, lo que introduce incertidumbre sobre aspectos operativos y de implementación que podrían variar en el corto plazo.
- Validación de mercado: al tratarse de una propuesta de modelo de negocio, el estudio no incluyó pruebas piloto ni validación directa con clientes o corredores, por lo que la aceptación real del producto modular deberá contrastarse en etapas posteriores de implementación.
- Proyecciones financieras: las estimaciones de primas, siniestralidad y rentabilidad se basaron en supuestos derivados de referentes internacionales y datos sectoriales disponibles, dada la ausencia de series históricas propias del producto modular propuesto.

- Alcance geográfico y temporal: el análisis se centró en el contexto ecuatoriano actual, por lo que sus conclusiones no son directamente extrapolables a otros mercados ni consideran cambios futuros en el comportamiento del consumidor o en la regulación del sector.

Bibliografía

- Aguilar, D. (2025). Seguros en Latinoamérica: Un sector en plena reinvención y con grandes retos por delante. Deloitte.
<https://www.deloitte.com/latam/es/services/consulting/perspectives/seguros-en-latinoamerica-un-sector-en-plena-reinvencion-y-con-grandes-retos-por-delante.html>
- América Latina Insurtech Radar. (2023). *El crecimiento del ecosistema insurtech en América Latina: Desafíos y oportunidades de innovación*. Digital Insurance LatAm.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2016). *Ley Orgánica de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento de Delitos* (Registro Oficial Suplemento 802).
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales* (Registro Oficial Suplemento 459).
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2022). *Ley Fintech*. Registro Oficial del Ecuador.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2023). *Innovación en seguros: Oportunidades para insurtech en América Latina*. BID.
- Bertin, H. (2026, febrero). Latam Insurtech Journey: El sector insurtech latinoamericano cierra 2025 con más de 530 insurtech y 200 millones de dólares de financiación. Digital Insurance LATAM / MAPFRE. <https://www.mapfre.com/comunicacion/innovacion-comunicacion/insurtech-latinoamerica-2025-financiacion/>
- Capgemini. (2026). Principales tendencias en el sector de los seguros en 2026. Capgemini Research Institute. <https://www.capgemini.com/co-es/insights/biblioteca-de-investigacion/principales-tendencias-en-el-sector-de-los-seguros-en-2026/>
- Cendra, C. (2025, noviembre). Radiografía del ecosistema insurtech en Latinoamérica en 2024. MAPFRE Innovación. <https://www.mapfre.com/actualidad/innovacion/ecosistema-insurtech-latinoamerica-2/>

Chubb Group. (2024). *Seguros embebidos a través de alianzas digitales: La evolución de Chubb Studio en América Latina*. Chubb Insurance Reports.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2024). Estudio económico de América Latina y el Caribe 2024. Naciones Unidas.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/estudio-economico>

Community of Insurance. (2024). *Sector insurtech en América Latina*.
<https://communityofinsurance.com>

Cornejo, S., Romero, A., Córdor, D., Ordóñez, M., Hidalgo, A., & Sánchez, M. (2026). Análisis de indicadores de desempeño en una empresa de seguros [Documento de trabajo, Desafío Semana 2, Grupo 3]. Zurich Seguros Ecuador S.A.

Cummins, J. D., & Venard, B. (Eds.). (2007). *Handbook of International Insurance: Between Global Dynamics and Local Contingencies*. Springer.

Digital Insurance LATAM. (2024). *Latam insurtech journey report*. <https://notiseguros.net>

Digital Insurance LATAM. (2024, julio). *Latam Insurtech Journey: Un ecosistema resiliente* [Informe sectorial]. <https://www.todoriesgo.com.ar/wp-content/uploads/2024/07/Latam-Insurtech-Journey.pdf>

Fotise. (2025, noviembre). *Tendencias en seguros de salud para 2025: Inteligencia artificial, IoT y la era de la salud conectada*. <https://fotise.com/tendencias-en-seguros-de-salud-para-2025-inteligencia-artificial-iot-y-la-era-de-la-salud-conectada/>

Gaudry, K.-H., Godoy-Vaca, L., Espinoza, S., Fernández, G., & Lobato-Cordero, A. (2019). *Normativas de energía en edificaciones ante el cambio climático*. *ACI Avances en Ciencias e Ingenierías*, 11(2), 154–171. <https://doi.org/10.18272/aci.v11i2.1285>

Harrington, S. E., & Niehaus, G. R. (2004). *Risk Management and Insurance* (2.^a ed.). McGraw-Hill/Irwin.

Insurtech Colombia. (2025, junio). *Visión Insurtech 2025: Desafíos y oportunidades para América Latina*. <https://insurtechcolombia.com/insurtech-latam-2025-transformacion-digital/>

Insurtech Community Hub. (2024, febrero). *Sector insurtech de América Latina: Resiliencia e innovación para co-construir la protección del futuro*.

<https://insurtechcommunityhub.com/blog/2024/02/15/sector-insurtech-de-america-latina-resiliencia-e-innovacion-para-co-construir-la-proteccion-del-futuro/>

Junta de Política y Regulación Financiera. (2025). *Resolución No. JPRF-S-2025-0152: Marco regulatorio y de supervisión para las Entidades de Servicios Tecnológicos de Seguros (ESTS) en el Ecuador*. Registro Oficial del Ecuador.

MAPFRE Seguros. (2024). *Informe anual de sostenibilidad y digitalización del seguro de hogar en la región iberoamericana*. MAPFRE Media.

MAPFRE. (2025). *Innovation and insurtech strategy*. MAPFRE.

McKinsey & Company. (2021). *How top tech trends will transform insurance*. McKinsey & Company Financial Services.

McKinsey & Company. (2022). *How insurtechs can accelerate the next wave of growth*. McKinsey & Company Insurance Practice.

McKinsey & Company. (2025, mayo). Informe global de seguros 2025: En busca del crecimiento en América Latina. <https://www.mckinsey.com/locations/south-america/latam/hispanoamerica-en-potencia/informe-global-de-seguros-2025-en-busca-del-crecimiento-en-america-latina/es-CL>

Mills, E., & Valderrama Villabona, M. (2022). *El seguro y la gestión del cambio climático*. Revista Fasecolda, (188), 66–71.

Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2012). *Estrategia Nacional de Cambio Climático 2012–2025*. Gobierno del Ecuador.

MPM Software. (2024, marzo). Tendencias del mercado de seguros en América Latina para 2024. <https://www.mpmsoftware.com/latam/blog/tendencias-del-mercado-de-seguros-en-america-latina-para-2024/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2025). *Reporte de desarrollo sostenible del sector insurtech en América Latina*. PNUD. <https://undp.org>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP). (2015). *Insurance 2030: Harnessing Insurance for Sustainable Development*.

<https://www.unep.org/resources/report/insurance-2030-harnessing-insurance-sustainable-development>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente – Iniciativa Financiera (UNEP FI). (2012). *Principios para la Sostenibilidad en Seguros (Principles for Sustainable Insurance)*. Ginebra, Suiza.

RankingsLatam. (2025). *Ecuador insurance market analysis*. <https://rankingslatam.com>

Ríos, A., Guamán, J., & Vargas, C. (2018). *Análisis de la implementación de una estrategia de reducción del consumo energético en el sector residencial del Ecuador: Evaluación del impacto en la matriz energética*. *Revista Técnica Energía*, 15(1), 98–109.
<https://doi.org/10.37116/revistaenergia.v15.n1.2018.328>

Rivadeneira, S. (2026). *Inversión insurtech en América Latina se dispara*. Previanza Ecuador. <https://previanza.com/inversion-insurtech-en-america-latina-se-dispara/>

Rodríguez, J., et al. (2024). Análisis del mercado de seguros en Ecuador. *X-Pedientes Económicos*. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador. (2026). Estadísticas del mercado asegurador – ramos Incendio, Riesgos Catastróficos y Robo (2023–2025).
<https://www.supercias.gob.ec>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2025). *Normativa para la calificación y autorización de entidades de servicios tecnológicos de seguros*. SCVS.

Swiss Re Institute. (2023). Sigma: World Insurance Report. Swiss Reinsurance Company Ltd.

Tabares Córtes, F. (2023). *Seguro y cambio climático*. *Revista Ibero-Latinoamericana de Seguros*, 32(58). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.ris58.sycc>

The Geneva Association. (2024). Digital platform ecosystems in insurance.

The Good Home. (2025). *Modular home insurance overview*. <https://thegoodhome.org>

VASS Company. (2025). Tendencias y desafíos en el sector seguros 2025.
<https://vasscompany.com/latam/es/insights/blogs-articles/tendencias-seguros/>

Villanueva, R. (2024). Interacción digital.

Villanueva, R. (2024). Nuevas tendencias en la gestión integral de seguros.

Wolly. (2025). Inteligencia artificial y Big Data: El futuro del seguro de hogar personalizado en 2025. <https://www.wollyhome.com/blog/inteligencia-artificial-y-big-data-el-futuro-del-seguro-de-hogar-personalizado-en-2025>

Wolly. (2025). La revolución de la inteligencia artificial en los seguros de hogar: Eficiencia, personalización y prevención para 2025. <https://www.wollyhome.com/blog/la-revolucion-de-la-inteligencia-artificial-en-los-seguros-de-hogar-eficiencia-personalizacion-y-prevencion-para-2025>

Worldmetrics. (2026). *Digital transformation in the insurance industry statistics*. <https://worldmetrics.org>

Zurich Insurance Group. (2025). *AI and digital strategy*. Zurich.

Zurich Seguros. (2025, junio). El poder de la inteligencia artificial en los seguros multinacionales. <https://www.zurich.es/blog/el-poder-de-la-inteligencia-artificial-seguros-multinacionales>

ANEXOS

Anexo 1: Formulario encuestas

Pregunta 1. ¿Es usted cliente actual de Zurich Seguros Ecuador S.A.?

- ☐ Sí, soy cliente
- ☐ No, no soy cliente

Pregunta 2. Ciudad en la que reside

- ☐ Quito
- ☐ Guayaquil
- ☐ Cuenca

Pregunta 3. ¿Cuál es su edad?

- ☐ 30-40 años
- ☐ 41-50 años
- ☐ 51-60 años

Pregunta 4. Estado civil

- ☐ Soltero
- ☐ Casado
- ☐ Otra

Pregunta 5. Tipo de vivienda

- ☐ Propia
- ☐ Arrendada

Pregunta 6. Nivel de ingresos mensuales

- ☐ 500-1000
- ☐ 1001-2000
- ☐ de 2001 en adelante

Pregunta 7. Estructura familiar

- ☐ Con hijos
- ☐ Sin hijos

Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una protección financiera para su hogar?

- ☐ 20-40
- ☐ 41-60
- ☐ más de 60

Pregunta 9. ¿Cuáles son las razones por las cuales contrataría una protección financiera para su hogar?

- Respaldo financiero
- Protección del patrimonio
- Tranquilidad para usted y/o su familia
- Experiencia previa
- Confianza en la aseguradora

Permitir más de una respuesta.

Pregunta 10. ¿Le gustaría elegir las protecciones de riesgo y beneficios que diseñarán la solución financiera ideal para su hogar?

- Sí
- No

Pregunta 11. ¿Qué valoraría más de una protección financiera para su hogar?

- Que realmente respalde un siniestro
- Precio
- Coberturas
- Asistencias

Pregunta 12. ¿Ha contratado alguna protección financiera que respalde su hogar frente a pérdidas o daños?



☐ Sí

☐ No

Nota sobre derechos de autor: Este trabajo y lo que a continuación se expone solo tiene una validez académica, quedando copia de éste en la biblioteca digital de UIDE y EIG. La distribución y uso de este trabajo por parte de alguno de sus autores con otros fines deberá ser informada a ambas Instituciones, a los directores del Máster y resto de autores, siendo responsable aquel que se atribuya dicha distribución.