

Maestría en
**Gestión Integral de
Seguros Seguros**

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

AUTORES:

Luis Miguel Cali Andrade
Liliana Gabriela Lema Morales
Meggy Betsabe Peña Campoverde
Valery Michelle Valverde Osorio
Mateo Xavier Villacis Proaño

Diseño de un producto de seguro de desempleo para cooperativas en el Ecuador

Quito, diciembre 2024

Certificación de autoría

Nosotros, Luis Miguel Cali Andrade, Liliana Gabriela Lema Morales, Meggy Betsabe Peña Campoverde, Valery Michelle Valverde Osorio y Mateo Xavier Villacis Proaño, 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
Luis Miguel Cali Andrade

Firma del graduando
Liliana Gabriela Lema Morales.

Firma del graduando
Meggy Betsabe Peña Campoverde

Firma del graduando
Valery Michelle Valverde Osorio

Firma del graduando
Mateo Xavier Villacis Proaño

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Nosotros, Luis Miguel Cali Andrade, Liliana Gabriela Lema Morales, Meggy Betsabe Peña Campoverde, Valery Michelle Valverde Osorio y Mateo Xavier Villacis Proaño, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado ***Diseño de un producto de desempleo para cooperativas en el Ecuador*** 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, diciembre de 2024

Firma del graduando
Luis Miguel Cali Andrade

Firma del graduando
Liliana Gabriela Lema Morales.

-Firma del graduando
Meggy Betsabe Peña Campoverde

Firma del graduando
Valery Michelle Valverde Osorio

Firma del graduando
Mateo Xavier Villacis Proaño

Aprobación de dirección y coordinación del programa

Nosotros, **Iván Manuel Vals Tejedor y Esteban José Arias Maune**, declaramos que los graduandos: Luis Miguel Cali Andrade, Liliana Gabriela Lema Morales, Meggy Betsabe Peña Campoverde, Valery Michelle Valverde Osorio y Mateo Xavier Villacis Proaño 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

Coordinador/a de la



DEDICATORIA

A nuestras familias...

AGRADECIMIENTOS

Nos gustaría expresar nuestra más profunda gratitud por EIG Business School por darnos una gran oportunidad para estudiar un tema que no sea solo parte de nuestra profesión, sino también algo que nos apasiona.

Nos gustaría expresar un agradecimiento especial a nuestro tutor, el Sr. Iván Manuel Vals Tejedor, quién a pesar de la barrera de la distancia, guío con sabiduría y paciencia cada uno de nuestros esfuerzos, compartiendo su riqueza de conocimientos y experiencia que para nosotros fue invaluable.

Asimismo, queremos agradecer a nuestras respectivas familias por todo su respaldo y ayuda absoluta. Su apoyo es esencial para haber culminado esta etapa.

Sólo Dios y quienes nos aman saben qué desafíos hemos superado juntos para llegar hasta aquí.

Tabla de contenido

Resumen	14
Abstract.....	15
Capítulo 1	16
1. Introducción	16
1.1. Planteamiento del problema e importancia del estudio	16
1.2. Objetivos	17
1.3. Hipótesis o teoría que plantea el trabajo	17
1.4. Justificación e importancia del trabajo de investigación	17
1.5. Perfil de la organización	19
1.6. Análisis del entorno	1
Capítulo 2.....	1
2.1. Marco conceptual	1
2.1.1. Seguros	1
2.1.2. Seguridad social	1
2.1.3. Asegurado	1
2.1.4. Riesgo.....	2
2.1.5. Desempleo.....	2
2.1.6. Canal de distribución	2

2.1.7. Insurtech	3
2.1.8. Tarificación	3
2.1.9. Interés asegurable	3
2.1.10. Comisiones	3
2.1.11. Cooperativas	4
2.1.12. Mutualidad	4
2.1.13. Trabajo en relación de dependencia.....	4
2.1.14. Certificado Individual de Seguro.....	5
2.1.15. Corresponsales solidarios.....	5
2.1.16. Microseguro.....	6
2.2. Marco legal	6
2.2.1. Ley general de seguros	6
2.2.2. Código de comercio	7
2.2.3. Ley de protección de datos	7
2.2.4. Promoción, oferta, comercialización y venta	7
2.2.5. Contrato con los canales alternos de distribución.....	8
2.2.6. Ramos	9
Capítulo 3.....	9

3.1. Metodología	9
3.1.1. Diseño metodológico	9
3.1.2. Fuentes de datos e información	10
Capítulo 4.....	12
4.1. Desarrollo de la propuesta.....	12
4.1.1. Dirección comercial.....	12
4.2. Desarrollo del producto de seguro de desempleo	7
4.2.1. Análisis del mercado	7
4.2.2. Análisis de la competencia	9
4.3. Perfil del consumidor	12
4.4. Análisis de indicadores de desempeño de la empresa de seguros	16
4.5. Diseño del producto de seguros.....	25
4.5.1. Rentabilidad técnica	26
4.5.2. Políticas de suscripción	31
4.6. Incorporación de soluciones digitales al proyecto.....	43
4.6.1. Integración de servidores web para comercialización del producto en páginas de socios estratégicos.....	43
4.6.2. Integración de la interfaz de la aseguradora en la página web de una cooperativa	44

4.6.3. Propuesta de diseño dentro del portal de la Cooperativa Daquilema (principal socio de Sweaden Seguros S.A. (por número de pólizas vendidas)).....	47
4.6.4. Ciberseguridad	50
4.6.5. Retos y Estrategias para la Fidelización de Clientes	51
4.7. Sostenibilidad	51
4.7.1. Sostenibilidad del Negocio.....	52
4.7.2. Sostenibilidad del Cliente	53
4.7.3. Sostenibilidad con el medio ambiente.....	54
4.7.4. Políticas de sostenibilidad empresarial	55
Capítulo 5	58
5. Conclusiones y aplicaciones	58
5.1. Conclusiones generales	58
5.2. Conclusiones específicas.....	59
5.3. Limitaciones a la Investigación / Proyecto.....	61
5.4. Recomendaciones	62
Bibliografía.....	63

Lista de tablas

Tabla 1	1
Tabla 2	3
Tabla 3	4
Tabla 4	5
Tabla 5	7
Tabla 6	1
Tabla 7	5
Tabla 8	6
Tabla 9	22
Tabla 10	50

Lista de figuras

Figura 1	1
Figura 2	1
Figura 3	1
Figura 4	18
Figura 5	19
Figura 6	20
Figura 7	21
Figura 8	22
Figura 9	23
Figura 10	30
Figura 11	1
Figura 12	2
Figura 13	11
Figura 14	13
Figura 15	14
Figura 16	15
Figura 17	23

Figura 18	24
Figura 19	26
Figura 20.....	27
Figura 21	28
Figura 22.....	29
Figura 23.....	29
Figura 24.....	30
Figura 25	31
Figura 26.....	48
Figura 27	49

Resumen

El siguiente trabajo de titulación “Desarrollo de un nuevo producto: Seguro de desempleo” para SWEADEN SEGUROS S.A., se analizó la problemática actual de nuestro país, la alta tasa de desempleo y subempleo, la crisis de seguridad y ahora sumada a la crisis energética.

En la actualidad la tasa de desempleo del Ecuador ha ido en aumento desde los últimos 5 años, situación que indudablemente afecta a todo el país ya que reduce la capacidad de consumo de la población y la dinámica del comercio. El proyecto presenta como objetivo general aportar a la seguridad financiera de los asegurados por medio del diseño de un seguro de desempleo comercializado principalmente a través de cooperativas de ahorro y crédito y brokers, que para Sweaden Seguros se presenta como una oportunidad de captar un nuevo segmento del mercado llegando a un mayor número de clientes por medio de sus socios comerciales. Innegablemente el riesgo latente de este tipo de cobertura también es alto, sin embargo, con el soporte de nuestra red de reaseguradores y una correcta suscripción se puede comercializar el producto con éxito.

A lo largo de esta propuesta de negocio se podrán conocer varios aspectos importantes a considerar respecto al nuevo producto que la aseguradora ofrecerá al mercado.

Palabras claves: Seguro, Desempleo, Cooperativas, Póliza, Indemnización

Abstract

The following thesis work "Development of a New Product: Unemployment Insurance" for SWEADEN SEGUROS S.A. analyzed the current issues in our country, the high unemployment and underemployment rates, the security crisis, and now compounded by the energy crisis. Currently, the unemployment rate in Ecuador has been increasing over the past 5 years, a situation that undoubtedly affects the entire country as it reduces the population's consumption capacity and impacts trade dynamics. The project aims to contribute to the financial security of policyholders through the design of an unemployment insurance product, primarily marketed through savings and credit cooperatives and brokers. For Sweaden Seguros, this represents an opportunity to capture a new market segment, reaching a larger number of clients through its business partners. Undeniably, the latent risk of this type of coverage is also high; however, with the support of our reinsurance network and proper underwriting, the product can be successfully marketed.

Throughout this business proposal, several important aspects regarding the new product that the insurance company will offer to the market will be discussed.

Keywords: Insurance, unemployment, cooperatives, policy, compensation.

Capítulo 1

1. Introducción

1.1. Planteamiento del problema e importancia del estudio

1.1.1. Definición del proyecto.

En la actualidad, el Ecuador está atravesando una grave crisis económica, política y social. La inseguridad, problema latente y cuyo mayor impacto se siente en ciertas ciudades se recrudece por la falta de empleos adecuados. En este sentido, muchos empleados sienten la amenaza latente que su empleador decida prescindir de sus servicios; por la falta de ventas o el cierre total de las operaciones.

Como respuesta a esta problemática, se pretende ofertar un producto que sea un alivio financiero para los clientes de las Cooperativas. Y a su vez, generar un ingreso no operacional para la propia Cooperativa mejorando su liquidez, y para el intermediario de seguros y la Aseguradora mantener un producto rentable a largo plazo.

1.1.2. Naturaleza o tipo de proyecto.

Este proyecto es de naturaleza aplicada debido a que busca resolver problemas prácticos aplicando el conocimiento obtenido en la maestría a situaciones reales.

1.2. *Objetivos*

1.2.1. *Objetivo general.*

Contribuir a la seguridad financiera del mercado laboral mediante el diseño de un producto de seguro de desempleo comercializado a través de cooperativas que mitigue los riesgos asociados a la pérdida de empleo.

1.2.2. *Objetivos específicos.*

Definir el nicho de mercado objetivo y el canal de distribución para la comercialización de un nuevo producto de seguro de desempleo basado en la problemática actual del país.

Establecer las políticas de suscripción y tarificación del producto de desempleo mediante el análisis de indicadores para generar rentabilidad a la compañía de seguros.

Desarrollar un producto innovador y sostenible para la comercialización del seguro de desempleo en Sweaden Seguros, mediante la integración entre Api's de las cooperativas que permita generar rentabilidad y un impacto positivo en la sociedad.

1.3. *Hipótesis o teoría que plantea el trabajo*

Un seguro de desempleo que sea accesible e innovador puede contribuir a reducir los niveles de pobreza y desigualdad durante los períodos de inactividad de un asegurado.

1.4. *Justificación e importancia del trabajo de investigación*

Ecuador es un país el cual en la última década ha presentado una creciente tasa en sus indicadores de desempleo, lo que genera una situación económica social de inestabilidad para su

población, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la tasa de desempleo en ecuador ha alcanzado niveles de hasta el 4.6% en los últimos 3 años siendo el aumento más significativo que ha presentado.

Es por esto, que la situación actual genera la necesidad de protección social y financiera para los empleados ecuatorianos, enfocando principalmente la prioridad del consumidor sobre la protección ante el desempleo. En este sentido, un producto de seguro privado de desempleo instrumenta una importante herramienta para mitigar los posibles riesgos que genera la inestabilidad social, pues los seguros ayudan a impulsar el crecimiento económico para las empresas y personas de manera más ordenada, tal como indica la (Organización Internacional del trabajo OIT, 2019) “los seguros son un componente esencial de la protección social, ya que proporcionan una red de seguridad financiera para las personas y las familias”.

Para finalizar es importante entender desde otro punto de vista, el seguro también es un mecanismo enfocado en la reducción de la pobreza al ser una fuente de ingresos en caso de ocurrencia de un riesgo o evento trasladado a la compañía, en tal sentido, el Banco Mundial menciona que “los seguros pueden ser un instrumento efectivo para reducir la pobreza y mejorar la estabilidad financiera de las personas y las familias”. (Grupo Banco Mundial, 2018)

En conclusión, el creciente desempleo en Ecuador hace exigente el diseño de medidas efectivas que permitan reducir sus efectos en la economía de la sociedad. El seguro de desempleo se presenta como una herramienta importante para el cumplimiento de este objetivo tomando en cuenta que las instituciones financieras pueden ser un gran soporte para la implementación de un sistema de seguro que pueda ser efectivo, sostenible y accesible para todos los trabajadores ecuatorianos.

1.5. Perfil de la organización

1.5.1. Nombre, actividades, mercados servidos y principales cifras.

1.5.1.1. Nombre de la empresa.

SWEADEN SEGUROS S.A.

1.5.1.2. Misión, visión, valores.

1.5.1.2.1. Misión: Asumir riesgos con profesionalismo para que la sociedad y nuestros colaboradores se sientan seguros. (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

1.5.1.2.2. Visión: Ser líderes en Sudamérica en el mercado asegurador, con la mejor rentabilidad, imagen y servicio. Queremos hacer de Sweaden la Compañía donde todos quieran pertenecer. (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

1.5.1.2.3. Valores Corporativos:

Ética: Contamos con esquema de valores y principios personales y organizacionales, que garanticen el buen proceder de nuestras acciones individuales y corporativas. (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

Seriedad: Actitud de rectitud, imparcialidad, justicia y mística en nuestra oferta de servicio y calidad de servicio al cliente. (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

Respeto: Responsabilidad de los recursos de nuestros clientes, de la compañía, del medio ambiente y del tiempo de los colaboradores favoreciendo una buena convivencia. (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

Solidaridad: “Criterio de trabajo en equipo, integración de funciones y resultados tangibles.” (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

Innovación: “Implementación de ideas creativas que constituyen una estrategia de desarrollo fomento de rendimiento y crecimiento constante.” (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

1.5.2. Actividades, marcas, productos y servicios.

1.5.2.1. Actividad Económica.

Suministros de servicios de seguros distintos de los seguros de vida: seguros de accidentes y contra incendios, seguros médicos, seguros de viajes, seguros de cosas, seguros de transporte por carretera, marítimo y aéreo, seguros contra pérdidas pecuniarias y de responsabilidad civil.

1.5.2.2. Ramos Aprobados.

Accidentes personales, Asistencia médica, aviación, buen uso de anticipo, cumplimiento de contrato, dinero y valores, ejecución de obra y buena calidad de materiales, equipo electrónico, equipo y maquinaria, fidelidad, garantías aduaneras, incendio y líneas aliadas, lucro cesante a consecuencia de incendio y líneas aliadas marítimo, montaje de maquinaria, multirriesgo, pérdida de beneficio por rotura de maquinaria, responsabilidad civil, robo, rotura de maquinaria, seriedad de oferta, todo riesgo para contratistas, transporte vehículos, vida colectiva y vida individual.

1.5.2.3. Ubicación de la sede

PROVINCIA: Pichincha

Cantón: Quito

Parroquia: Jipijapa:

Sánchez de Ávila N3735 y av. Naciones Unidas.

1.5.2.4. Ubicación de las operaciones

Cuenca, Latacunga, Riobamba, Esmeraldas, Guayaquil, Ibarra, Loja, Quevedo, Portoviejo, Manta, Ambato, Santo Domingo.

1.5.2.5. Mercados servidos o ubicación de sus actividades de negocio

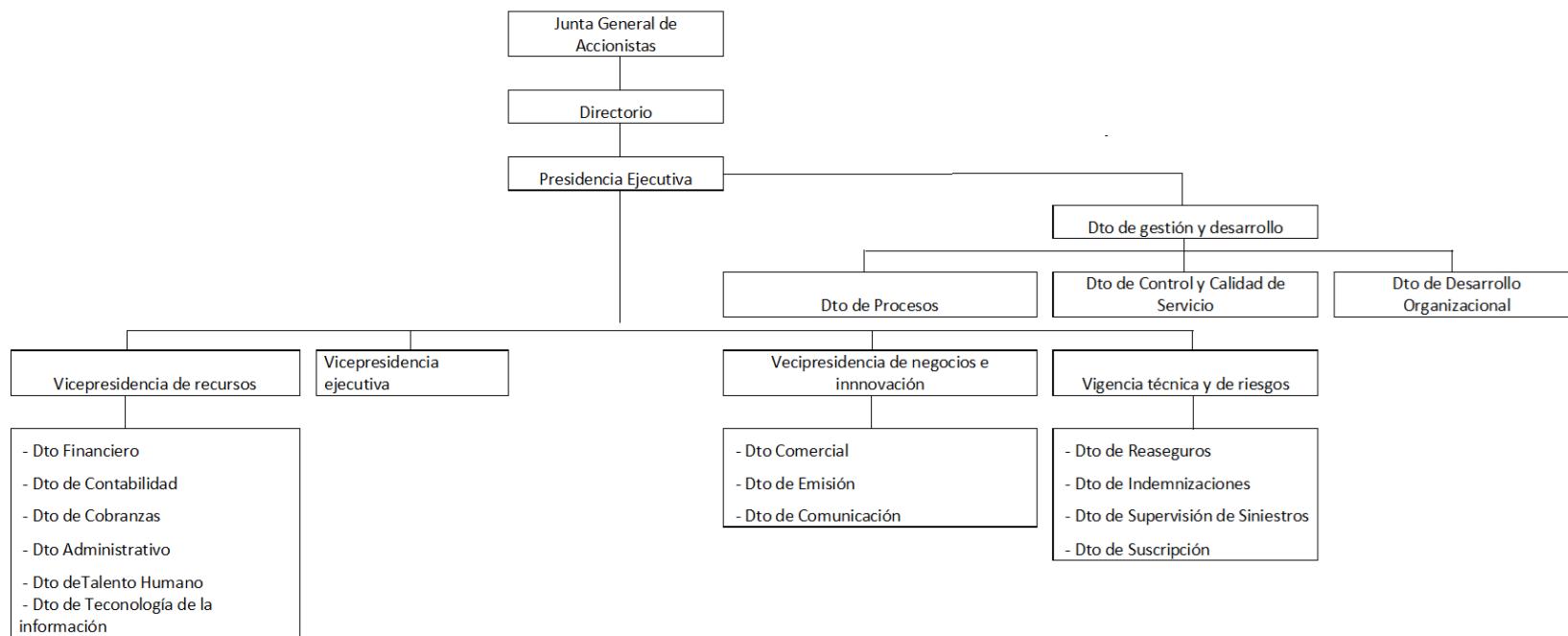
Cuenca, Latacunga, Riobamba, Esmeraldas, Guayaquil, Ibarra, Loja, Quevedo, Portoviejo, Manta, Ambato, Santo Domingo.

1.5.2.6. Tamaño de la organización

La estructura organizativa de la compañía de seguros es funcional, ya que cada área tiene inherentemente funciones específicas, pero como cualquier empresa, sin embargo, consta de funciones integradas en un flujo de proceso continuo. La estructura organizacional cumple con prácticas de buen gobierno corporativo que garantiza valor agregado para los grupos de interés, eficiencia de recursos, transparencia de la información y una adecuada gestión social y ambiental.

Figura 1

Organigrama Sweaden Seguros S.A.



Nota: Adaptado de Organigrama Sweaden Seguros S.A. , (Sweaden Seguros SA, 2024)

1.5.2.7. Procesos claves relacionados con el objetivo propuesto.

La empresa cuenta con un departamento de suscripción de 5 personas que tienen vasta experiencia en ramos generales y de vida, asimismo, cuenta con alianzas estratégicas de varios reaseguradores a nivel local, que permiten guiar el proceso de suscripción.

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

Tabla 1

Índices Financieros 2023

Indicadores Al 31 de diciembre del 2023	Valor
1. Liquidez	1,23
2. Liquidez inmediata	0,81
3. Seguridad	1,28
4. Rentabilidad para los accionistas ROE	30.75%
5. Rentabilidad de activos ROA	7.50%
6. Rentabilidad sobre las operaciones	6.40%
7. Tasa de gastos de administración	12.95%
8. Tasa de gastos de producción	17.07%
9. Tasa de gastos de operación	30.02%
10. Endeudamiento	0,78
11. Morosidad total cartera de primas	15.69%

12. Cobertura primas vencidas	2.05%
13. Cesión reaseguro	9.76%
14. Rentabilidad reaseguro	26.76%
15. Tasa de siniestralidad neta retenida devengada	55.60%
16. Razón combinada	86.36%
17. Tasa de utilidad técnica	13.64%
18. RTE / PP	56.50%
19. RTE / AP	13.79%
20. Reservas técnicas / primas netas retenidas (anual)	52.69%
21. Reserva de riesgos en curso / prima neta retenida (anual)	32.91%
22. Reservas técnicas / siniestros retenidos (cálculo anual)	98.04%
23. Reserva de siniestros pendientes / siniestros retenidos (anual)	34.25%
24. Activo / (prima neta emitida) (anual)	95.31%

Nota: Esta tabla muestra los indicados financieros de Sweaden Seguros SA. al corte del 2023.

Tabla 2

Índices Financieros 2024

Indicador al 30 de septiembre del 2024	Valor
1. Liquidez	1,28
2. Liquidez inmediata	0,8
1. Seguridad	1,32
4. Rentabilidad para los accionistas roe	52.09%
5. Rentabilidad de activos roa	12.88%
6. Rentabilidad sobre las operaciones	10.74%
7. Tasa de gastos de administracion	10.37%
8. Tasa de gastos de producción	17.79%
9. Tasa de gastos de operación	28.16%
10. Endeudamiento	0,86
11. Morosidad total cartera de primas	8.05%
12. Cobertura primas vencidas	8.60%
13. Cesión reaseguro	7.05%
14. Rentabilidad reaseguro	26.62%
15. Tasa de siniestralidad neta retenida devengada	47.78%
16. Razón combinada	83.56%
17. Tasa de utilidad técnica	16.44%
18. RTE / PP	64.13%

19. RTE / AP

15.86%

Nota: Esta tabla muestra los indicados financieros de Sweaden Seguros SA. al corte de septiembre del 2024.

Tabla 3

Capital Adecuado

Descripción	Valor
Capital adecuado en función de primas	\$14.028.756,15
Capital adecuado por carga de siniestralidad	\$9.458.817,67
Requerimiento de capital adecuado	\$9.458.817,67
Capital adecuado factor de corrección por concentración	0,20
Total requerimiento de capital adecuado	\$6.834.778,64

Nota: Esta tabla muestra el capital adecuado de Sweaden Seguros S.A. al corte de diciembre 2023.

Tabla 4

Patrimonio técnico

Patrimonio técnico primario	Valor
Capital pagado	10.031.449,00
Capital operativo	-
Reserva legal	2.724.473,83
Aportes de accionistas	-
Utilidades retenidas para futuras capitalizaciones	-
Reservas desviación de siniestralidad y catastrófica	46.475,73
Total patrimonio técnico primario	12.802.398,56
Total patrimonio técnico primario después de deducciones	12.802.398,56
Patrimonio técnico secundario	

Utilidades retenidas para futuras capitalizaciones

45% reserva de capital

930.339,33

Resultados del ejercicio - utilidades

4.626.802,83

Total patrimonio técnico secundario

5.557.142,16

Total patrimonio técnico

18.359.540,72

Exceso o déficit del patrimonio técnico

Capital adecuado requerido

16.834.778,64

Patrimonio técnico reportado

18.359.540,72

Excedente / deficiencia de patrimonio técnico

1.524.762,08

% excedente / deficiencia sobre capital adecuado requerido

9.06%

Nota: Esta tabla muestra el patrimonio técnico de Sweaden Seguros S.A. al corte de diciembre 2023.

Tabla 5

Información de asegurados y montos de primas

Ramo	No. De Asegurados	Suma Asegurada	Primas	Suma Cedida
Incendio	419	494.246.139,87	527.545,96	393.911,30
Transporte	247	30.326.534,97	124.955,25	61.123,25
Accidentes personales	247	108.407.500,00	83.390,41	-
Vida en grupo	126	1.135.363.793,40	661.676,86	-
Equipo electrónico	166	29.678.877,12	248.695,95	162.893,59
Casco buque	5	61.720,30	4.122,33	2.885,62
Vehículos	6706	142.002.980,33	4.128.657,78	-
Fidelidad	116	5.304.156,48	55.930,82	-
Lucro cesante	2	3.270.118,92	3.339,11	2.872,37
incendio y aliadas				
Robo y asalto	196	12.246.974,73	85.837,65	44.490,50
Responsabilidad civil	935	18.329.988,98	248.580,31	126.209,47
Todo riesgo construcción	3	1.924.505,65	4.401,39	3.098,50
Seriedad de oferta	2	26.242,91	331,54	-
Cumplimiento de contrato	307	6.884.169,26	204.320,16	-
Garantías aduaneras	1	2.337.086,83	70.961,17	-
Rotura de maquinaria	75	32.160.229,96	88.900,51	50.066,70
Vida individual	619	8.640.241,30	64.866,34	-
Equipo y maquinaria de contratista	70	13.070.074,30	79.623,22	41.811,27

Buen uso de anticipo	264	13.354.866,97	164.574,29	-
Casco de avión	3	14.223,68	951,65	-
Buena calidad de materiales	1	8.000,00	362,96	-
Asistencia médica	237	17.135.000,00	92.274,64	-
Asistencia médica	23	595.000,00	4.200,33	-
Dinero y valores	8	712.000,00	11.340,00	5.670,00
Total	10778	2.075.966.985,34	6.959.840,60	895.032,57

Nota: Esta tabla muestra el número de asegurados y montos asegurados por ramo aprobado de Sweaden Seguros S.A. al corte de diciembre 2023.

1.5.2.9. *Modelo de negocio*

SWEADEN COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A. es una empresa ecuatoriana dedicada a la industria aseguradora desde septiembre del año 2007; con oficinas en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Latacunga, Riobamba, Ibarra, Manta, Esmeraldas, Portoviejo, Santo Domingo, Quevedo, Machala y Loja; liderada por empresarios nacionales quienes poseen una gran visión dedicada a la producción de servicios innovadores y con importantes valores agregados no . (SWEADEN Compañía de seguros S.A., 2024)

1.5.2.10. *Grupos de interés internos y externos*

Grupos de interés internos

- Presidente Ejecutivo: Es el encargado de definir y aprobar la estrategia general del

producto y la viabilidad financiera.

- **Departamento de Gestión de Innovación y desarrollo:** Equipo encargado en el diseño de nuevos productos, recopilar datos claves para la toma de decisiones en los productos que ofrece la compañía. También es el departamento encargado de atender las necesidades de los clientes a través del área de servicio al cliente, proporcionando información sobre las principales quejas e inquietudes de los asegurados.
- **Departamento Comercial:** Departamento encargado en recopilar información acerca de las necesidades de los clientes y bróker y las nuevas tendencias de mercado, así como también de promocionar los productos que la compañía desarrolla para el incremento de ventas.
- **Departamento Técnico:** Responsable de analizar los riesgos y establecer las primas adecuadas a los productos en función del análisis de la cartera de la compañía. Su análisis es esencial para la sostenibilidad de los productos, mejoras y mantener los mismos.

Grupos de interés externos

- **Clientes Potenciales:** Apalancar los productos con los principales asegurados u bróker de la compañía de seguros, identificando las necesidades y capacidad de pago que son clave para diseñar el producto.

- Corredores o bróker de Seguros: Actúan como intermediarios y son canales directos para el consumidor final.
- Compañía de Reaseguradoras: Otorgan respaldo financiero y asumen parte de los riesgos que la compañía suscribe.
- Entidades reguladoras del sector Asegurador: Encargadas de regular la aprobación de nuevos productos de seguros.
- Entidades Financieras: Cooperativas interesadas en asociarse para distribuir el producto.

1.6. Análisis del entorno

1.6.1. Entorno general y específico (PESTEL).

Figura 2

PESTEL

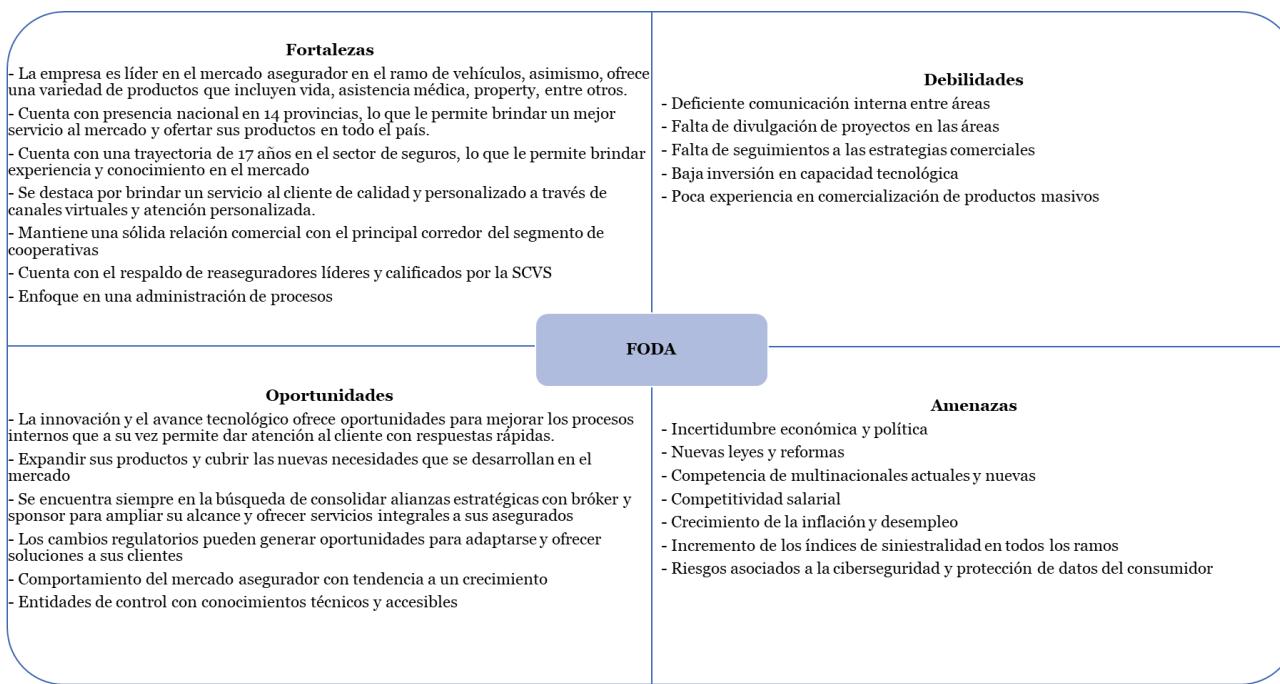


Nota: Elaborado por los autores.

1.6.2. Entorno específico (FODA).

Figura 3

FODA



Nota: Muestra el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de Sweaden Seguros. Elaborado por los autores.

Capítulo 2

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Seguros

“El seguro es un contrato que permite protegerse de eventos inesperados pagando una prima a una compañía de seguros o reaseguros (el asegurado).” (Vázquez, 2020)

2.1.2. Seguridad social

La seguridad social no es solo un derecho humano, es además una inversión que genera altos rendimientos sociales y económicos. Es una parte esencial del contrato social y clave para lograr la igualdad, la inclusión y la paz, elementos inherentes a la justicia social. Como tal, la seguridad social es también un poderoso facilitador de muchos otros derechos, como el derecho a la salud, el derecho a la alimentación y a un nivel de vida adecuado, el derecho al agua y al saneamiento, y el derecho a trabajar. (Organización Internacional del trabajo OIT, 2019)

2.1.3. Asegurado

Se trata de la persona física o jurídica que contrata una póliza de seguro para proteger sus bienes, intereses o responsabilidad frente a posibles riesgos. (Ruiz, 2023)

2.1.4. Riesgo

Combinación de la probabilidad de ocurrencia de un suceso y sus consecuencias. Puede tener carácter negativo (en caso de ocurrir se producen pérdidas) o positivo (en caso de ocurrir se producen ganancias). En la terminología de seguros, el término se utiliza como sinónimo para expresar dos ideas diferentes: por un lado, el riesgo como objeto de seguro se refiere a un evento que puede ocurrir por casualidad, por otro lado, una necesidad económica; La ocurrencia o existencia de un evento en la póliza es previsible y garantizada, y la compañía de seguros está obligada a pagar una prestación adecuada, generalmente una indemnización. (Fundación MAPFRE, 2024)

2.1.5. Desempleo

Es un desajuste en el mercado laboral, donde la demanda de trabajo es mayor a la oferta. Desempleo o paro significa falta de empleo. Esto significa que hay más trabajadores buscando empleo que puestos ofrecen las empresas. (Ludeña, 2024)

2.1.6. Canal de distribución

Caminos que recorre un producto o servicio para llegar a los consumidores. En la actividad aseguradora los canales principales son: los *mediador de seguros*, las oficinas de las aseguradoras, las plataformas telefónicas, Internet, etc. (Fundación MAPFRE, 2024)

2.1.7. Insurtech

El palabra Insurtech se deriva de insurance y technology, que agrupa a las compañías de seguros que lideran la actualidad tecnológica en la que vivimos

2.1.8. Tarificación

La tarificación de precios es el acto de aplicar una prima o tasa de interés al riesgo. Al fijar el precio de una póliza, se le indica el precio que debe pagar cada año (o durante el período especificado en el contrato) para activar la póliza y proteger los activos asegurados. (Allianz, 2024)

2.1.9. Interés asegurable

Los requisitos que debe cumplir cualquier persona que quiera recibir cobertura para un riesgo específico reflejan su verdadera esperanza de que no ocurra un accidente que tenga consecuencias para su propiedad. (Fundación MAPFRE, 2024)

2.1.10. Comisiones

La comisión de seguro es una tarifa que se paga a los agentes o corredores de seguros por vender pólizas de seguro. Esta comisión suele ser un porcentaje de la prima que paga el asegurado como compensación por la ayuda del agente en la compra de la póliza. Las estructuras de comisiones pueden variar según el tipo de seguro, la compañía de seguros y el

acuerdo específico entre el agente y la compañía de seguros. El sistema incentiva a los agentes a vender más pólizas porque sus ingresos están directamente relacionados con los resultados de ventas. (Equisoft, 2024)

2.1.11. Cooperativas

Las cooperativas son organizaciones empresariales autónomas, de propiedad conjunta y gestionadas democráticamente por las personas que las utilizan para satisfacer y culturales comunes. (Contabilidad y Finanzas, 2023)

2.1.12. Mutualidad

Asociación de personas que se reparten entre sí los riesgos que individualmente les corresponden, fijando las cantidades con que cada una de ellas habrá de contribuir a la reparación de los daños o pérdidas colectivas. (Fundación MAPFRE, 2024)

2.1.13. Trabajo en relación de dependencia

El trabajo en relación de dependencia, es donde los trabajadores tienen un empleador o jefe, que también puede ser una persona jurídica, que toma la decisión de contratar a los trabajadores, organiza el trabajo y da órdenes. En el caso del trabajo asalariado, el empleador es responsable de pagar el salario como compensación por el trabajo realizado por el empleado. (UAI Noticias, 2019)

2.1.14. Certificado Individual de Seguro

Es un documento emitido por una compañía de seguros a cada asegurado en una póliza de grupo, colectiva, maestra o similar y debe incluir la información mínima sobre la póliza que éste necesita para comprender completamente, como por ejemplo el nombre del asegurado, los nombres y direcciones de sucursales o compañías de seguros, contratistas y asegurados; el importe del seguro o la forma de su presentación, la fecha de expedición del documento y, en su caso, la aceptación del asegurado; Internet. Además, debe incluir las coberturas y exclusiones que deberá aceptar el asegurado y/o beneficiario en caso de siniestro, y la documentación requerida. (Junta de política y regulación financiera, 2024)

2.1.15. Corresponsales solidarios

Son los canales a través de los cuales las personas y entidades del sector financiero Solidario publicitan, ofrecen y venden productos de microseguros a través de terceros, asumiendo plena responsabilidad, recopilan información sobre los asegurados, envían documentos de suscripción a las compañías de seguros, cobran primas e informan a los asegurados, además de proporcionar documentos relacionados. para la consideración de reclamaciones ante los órganos correspondientes, si estos terceros están conectados a la institución financiera mediante un sistema de transmisión de datos, han recibido previamente la aprobación de la institución de control competente, identifican y cumplen con todas las

condiciones de control interno en materia de seguridad física e informática. (Junta de política y regulación financiera, 2024)

2.1.16. Microseguro

Un producto de seguro asequible y simplificado diseñado por compañías de seguros para abordar las necesidades de protección financiera insatisfechas de las personas de bajos ingresos que tienen acceso limitado a los servicios financieros tradicionales a cambio de una prima.

(Junta de política y regulación financiera, 2024)

2.2. Marco legal

2.2.1. Ley general de seguros

En Ecuador existe la Ley General de Seguros, la cual se encarga de regular todas las actividades de quienes integran el sistema de seguro privado. Desde su constitución, organización, las actividades que cumplen y cómo funcionan hasta el momento en el que se extinguen.

Partiendo de ella, debes tener presente que el sistema de seguros privados en Ecuador está conformado por las siguientes figuras e instituciones:

- Empresas que lleven a cabo operaciones de seguros.
- Compañías de reaseguros.

- Intermediarios de reaseguros.
- Peritos de seguros.
- Asesores productores de seguros.

2.2.2. Código de comercio

El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.
(Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2024)

2.2.3. Ley de protección de datos

El objeto y objetivo de esta Ley es garantizar la efectividad del derecho a la protección de los datos personales, incluido el acceso a dicha información y datos y su identificación, y su adecuada protección. (Finanzas Populares, 2021)

2.2.4. Promoción, oferta, comercialización y venta

Según el artículo 5 de la Ley General de Seguros, la promoción, provisión y comercialización de microseguros puede ser realizada directamente por compañías de seguros, productoras de seguros, canales alternativos de distribución o plataformas virtuales de promoción y comercialización de seguros. Las ventas de microseguros serán realizadas únicamente por compañías de seguros. Los microseguros serán realizados por compañías de

seguros debidamente autorizadas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 9 del Libro III de la Ley de Organizaciones Monetarias y Financieras. (Ley General de Seguros). (COSEDE, 2014)

2.2.5. Contrato con los canales alternos de distribución

De acuerdo con el Artículo 6 del Contrato de Prestación de Servicios de Distribución entre la Compañía de Seguros y el Canal Alternativo de Distribución (COSEDE, 2014) y el Artículo 8 del Capítulo 12 “Publicidad y Disposiciones Contractuales de Pólizas de Seguros y Seguros Integrales Prepago”, el contrato de prestación de servicios de distribución entre la compañía de seguros y el canal alternativo de distribución: Implementación del Sistema de Salud, Capítulo II “Constitución, Organización, Funcionamiento y Ejecución”, Tomo III “Sistema Privado de Seguros”, Código Monetario, Reglamento Financiero, Valores y Seguros, Se añade el siguiente artículo al caso de Microseguros:

- a) Las aseguradoras deben capacitar al personal que trabaja en canales de distribución alternativos en temas relevantes a sus funciones asignadas en la operación de productos de microseguros;
- b) La entidad aseguradora está obligada a facilitar un canal alternativo con las instrucciones físicas o digitales señaladas en el artículo 10 de este Reglamento; y,

c) El canal de distribución alternativo está obligado a facilitar al asegurado la información especificada en el punto b, que consta en las instrucciones en papel o digitales.

2.2.6. Ramos

Los productos de microseguros cubren las siguientes categorías: vida, médicos, accidentes, agricultura, multirriesgo hogar y comercial, incendio y categorías de seguros relacionados, así como otras categorías de seguros aprobadas por la Oficina de Supervisión de Corporaciones, Valores y Seguros. (COSEDE, 2014)

Capítulo 3

3.1. Metodología

3.1.1. Diseño metodológico

3.1.1.1. Tipo de Investigación.

Este proyecto está enfocado en una investigación aplicativa debido a que buscamos resolver una necesidad actual del mercado ecuatoriano proponiendo un producto de desempleo como solución a la seguridad financiera de los asegurados, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos de la academia.

3.1.1.2. Diseño de la investigación.

En esta investigación hemos realizado un estudio descriptivo para conocer el perfil socio demográfico de las personas desempleadas, estadísticas de desempleo y análisis de la situación económica actual del país.

3.1.2. Fuentes de datos e información.

La información y datos que serán utilizado en este proyecto provienen de diferentes fuentes que incluyen:

- Instituto Nacional de estadística y censos
- Banco central del Ecuador
- Constitución de la República del Ecuador
- Ley de Seguros
- Ley orgánica de defensa del consumidor
- Código de trabajo
- Ley de protección de datos personales
- Código Orgánico Monetario y Financiero
- Reglamento General a la Ley General de Seguros

3.1.2.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Como parte de las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos tenemos el análisis documental encontrado en varios sitios web oficiales de gobierno, artículos de revistas financieras, investigaciones de otros autores, ente regulador como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC y la información de Sweaden Seguros S.A. Para llevar a cabo el análisis de esta investigación se recurre a los boletines proporcionados por el instituto ecuatoriano de estadísticas y censo (INEC) para determinar el porcentaje de personas con empleo adecuado y pleno que serán el nicho de mercado a quién va dirigido este proyecto, así también boletines del Banco central del Ecuador para conocer los factores que están afectando a que gran parte de la población pierda sus empleos.

También utilizaremos información de la ley de seguros, código de trabajo y ley de protección de datos que será indispensable para el desarrollo de la tesis.

Capítulo 4

4.1. Desarrollo de la propuesta

4.1.1. Dirección comercial

Hoy en día, Ecuador se encuentra en medio de una severa crisis económica, política y social. La inseguridad, un problema persistente cuyo efecto es más significativo en ciertas urbes, se intensifica debido a la escasez de trabajos apropiados. En este escenario, numerosos trabajadores experimentan la amenaza continua de que sus empleadores puedan prescindir de sus servicios a causa del descenso en las ventas o del cese total de las actividades. Como solución a esta circunstancia, se sugiere brindar un producto que funcione como un alivio económico para los clientes de las Cooperativas.

A su vez, se busca generar un ingreso no operativo para la propia Cooperativa, mejorando su liquidez, mientras que para el intermediario de seguros y la aseguradora, se pretende mantener un producto rentable a largo plazo.

4.1.1.1. Mercado objetivo.

- El público objetivo al que direccionamos el producto es a las Cooperativas de Ahorro y Crédito que son clientes actuales de Sweaden Seguros.
- El cliente debe tener una relación comercial con la Cooperativa de Ahorro y Crédito (que tengan una cuenta, tarjeta o póliza).
- El perfil del cliente potencial debe oscilar entre una edad mínima de 18 años con permanencia máxima hasta los 65 años.

4.1.1.2. Prospección.

Con el objetivo de impulsar la estrategia corporativa para identificar, atraer y establecer contacto con potenciales clientes, tenemos:

Marketing digital: Uso redes sociales, correos electrónicos masivos y publicidad en línea.

Networking: Buscar alianzas estratégicas con otros socios comerciales (cooperativas en otras zonas del país para alcanzar una mayor cobertura geográfica para nuestro producto.

CRM (Customer Relationship Management): Mediante esta herramienta se buscará enfocar los esfuerzos en la venta cruzada para la prospección de clientes que actualmente mantienen un producto de seguros mediante la cooperativa, el intermediario y la aseguradora.

Con estas herramientas se busca generar una amplia base de datos de clientes potenciales que luego se transformen en clientes reales.

Así mismo, toda estrategia de comunicación se debe trabajar en conjunto con todo el personal y los demás socios comerciales: intermediarios de seguros, canales propios y sobre todo el canal de ventas de las cooperativas.

El principal canal de comercialización será a través de piso o venta F2F, donde los ejecutivos y cajeros ofrecerán el producto al potencial asegurado.

4.1.1.3. Estrategia de aproximación.

Para captar nuevos clientes, es importante que la organización tenga el control de la forma de acercamiento/aproximación a los potenciales clientes. Este producto, al estar enfocada su venta a través de los socios comerciales de SWEADEN SEGUROS S.A., las cooperativas de ahorro y crédito se definirá el “guion de atención al cliente”.

Con este guion, cada vendedor tendrá definida la información que puede proporcionar de manera ágil y clave para captar la atención e interés del potencial cliente en el producto:

Apertura fría: El departamento de marketing iniciará la campaña de correos masivos a las direcciones de cada cliente de la cooperativa.

Adicionalmente, como seguimiento a las estrategias de aproximación, se debe:

- Mantener contacto regular con prospectos mediante seguimiento de correos electrónicos sobre actualizaciones del producto y cambios en el mercado laboral.
- Proporcionar recursos educativos para que los clientes entiendan mejor el seguro y sus beneficios.
- Ofrecer descuentos por recomendar el seguro para terceras personas (contratos nuevos).

4.1.1.4. Estrategia de cierre de venta.

El enfoque que se utilizará para lograr que el cliente acepte la propuesta del seguro de desempleo y cierra la venta serían:

1. **Cierre por resumen:** El ejecutivo, mediante un resumen de la conversación respecto a las características y beneficios del producto reforzará lo ofertado permitiendo que el cliente tome la decisión de compra.
2. **Cierre de prueba:** El ejecutivo, mediante una pregunta “¿Desde cuándo le gustaría estar protegido y proteger a su familia?” para llevar al cliente a imaginar que ya ha tomado la decisión de aceptar la compra.
3. **Cierre Digital:** El asegurado puede optar en cualquier momento en adquirir el seguro por la página WEB.

4.1.1.5. Compromisos de venta.

Como cumplimiento de la normativa de “conozca su cliente” se le enviará un link a su correo electrónico donde deberá llenar información faltante. Cabe señalar que la información básica ya estará previamente llena con la información histórica del cliente. Esto, hará sentir al cliente que su proceso de información es más ágil y menos tedioso.

Dentro de las siguientes 48 horas le llegará un correo electrónico con la factura de la póliza y otro correo adicional con el certificado individual del seguro de desempleo.

4.1.1.6. Retribución al socio comercial / comisión por venta.

Con las Cooperativas se creará un contrato por “uso de canal” donde se especifique el tiempo de venta y relación comercial, el porcentaje de retorno que tendrá la Cooperativa por permitirnos distribuir nuestros productos a través de su canal, y la forma de pago, condiciones para cambiar términos del producto y tiempos para los cambios de ser necesarios.

4.1.1.7. Postventa.

En seguros no es distinto que otros negocios de venta de productos y/o servicios. El seguimiento a nuestros clientes es tan o más importante que continuar en la búsqueda de nuevos clientes. Por lo tanto, se ha definido como estrategia de postventa los siguientes puntos:

a) Comunicación Continua

- Mantener contacto regular con prospectos mediante seguimiento por correos electrónicos y reuniones

- Ofrecer un excelente servicio al cliente después de la contratación.
- Resolver problemas de manera rápida y eficiente y responder preguntas mediante soporte digital y telefónico.

b) Actualización continua

- Informar a los clientes sobre actualizaciones de productos y cambios en el mercado laboral.
- Proporcionar recursos educativos para ayudar a los clientes a comprender mejor los seguros y sus beneficios.

c) Programas de Fidelización

- Ofrecer descuentos por transferir seguros a terceros (nuevos contratos).

d) Feedback

- Realizar encuestas digitales, por email para solicitar retroalimentación para mejorar el servicio.

4.1.1.8. Objetivos comerciales.

Actualmente en el Ecuador existen 408 cooperativas calificadas en el sistema de la superintendencia de Bancos, segmentadas por sus activos en cinco categorías.

Figura 4

Segmentación de cooperativas



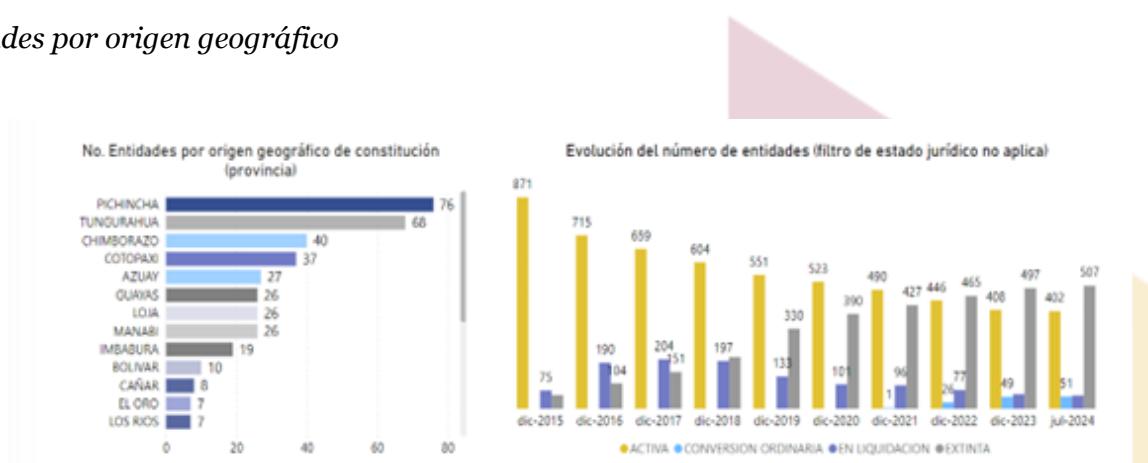
Nota: El gráfico muestra la distribución por segmento en las cooperativas.

(Superintendencia de Economía Popular y Solidario, 2024)

La provincia con mayor número de cooperativas es Pichincha (63%), seguido por Tungurahua (16%) y Chimborazo (9.80%).

Figura 5

Entidades por origen geográfico

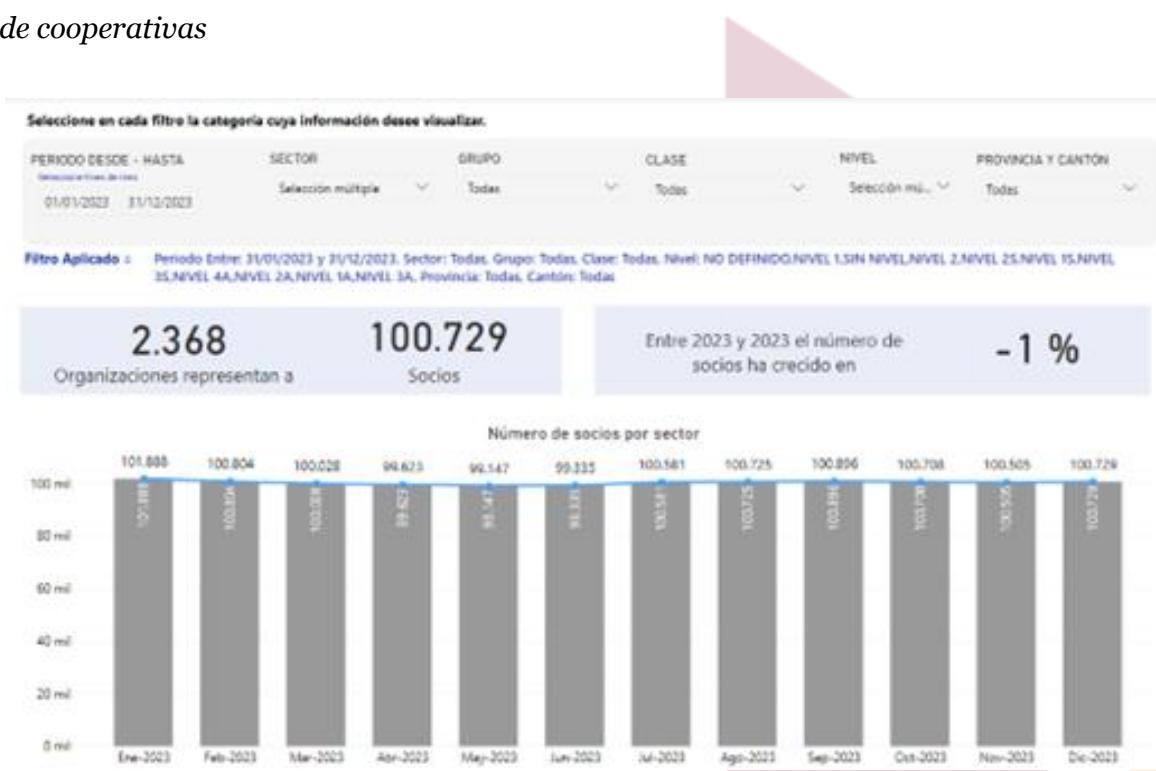


Nota: Esta figura muestra el número de entidades por origen geográfico de constitución (provincial). (Superintendencia de Economía Popular y Solidario, 2024)

Según estadísticas de La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria “SEPS” en el año 2023 se registraron alrededor de 100.729 socios en el segmento de cooperativas.

Figura 6

Socios de cooperativas



Nota: La figura muestra la evolución de los socios activos en las cooperativas en el 2023.
(Superintendencia de Economía Popular y Solidario, 2024)

Anualmente tienen un incremento en sus socios de 8.000 personas y un decrecimiento de 5.000 desafiliados.

Figura 7

Incremento y decremento de socios



Nota: La figura muestra el incremento y el decremento de socios durante el 2023.

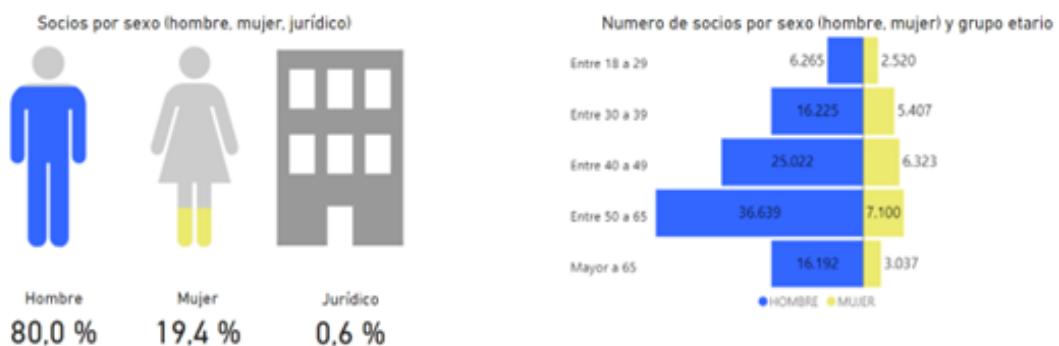
(Superintendencia de Economía Popular y Solidario, 2024)

El sector que más participación de socios lleva es el sector de servicios, seguido por el sector productivo y el sector de viviendas.

Es importante también mencionar que el 80% de socios de género masculino, un 19.4% de socios de género femenino y un 0.6% corresponde a socios jurídicos.

Figura 8

Distribución de socios por sexo



Nota: La figura muestra la distribución de socios por sexo. (Superintendencia de Economía Popular y Solidario, 2024)

El número de socios según nivel de educación es el 83% de los socios nivel de educación bachillerato.

Figura 9

Número de socios por nivel de educación



Nota: La figura muestra la distribución de socios por nivel de educación. (Superintendencia de Economía Popular y Solidario, 2024)

Considerando la información antes mencionada y según la situación actual la compañía Sweaden Seguros S.A. Actualmente tiene activa en su red de comercialización 30 cooperativas con las cuales trabaja enérgicamente en la colocación de varios de sus productos.

Como para todo negocio o producto nuevos es importante determinar los objetivos comerciales y financieros que se esperan alcanzar para poder tener buenos resultados a través del tiempo.

Para nuestra propuesta, al tratarse de una línea de negocio nueva, inicialmente debemos alcanzar niveles mínimos de prima que garanticen la cobertura de los futuros siniestros. Por lo tanto, trabajaremos de la mano de nuestros aliados del sector financiero que permitan la comercialización masiva del producto a sus clientes. Junto con las Cooperativas (instituciones del sector financiero) se espera captar en el primer semestre alrededor del 25% de la cartera.

Posterior a la evaluación del primer semestre, se requerirá implementar nuevos planes de acción que permitan ir incrementando la cuota de mercado con un 10% de aumento trimestral en los dos siguientes trimestres para alcanzar el objetivo del 45% de clientes de los aliados como clientes con pólizas de nuestro nuevo producto.

Asimismo, a través de la implementación de opciones de contratación en la página web de la compañía y sobre todo con una aplicación o link de cotización y ventas desde los portales digitales de las Cooperativas.

También es importante explotar los demás canales digitales propios que son:

Redes sociales oficiales.

Se estima que con el CRM se pueda recopilar información importante para continuar monitoreando las ventas mensuales y datos informativos de nuestros clientes.

Mediante el monitoreo de clientes, se logrará obtener datos relevantes respecto a la satisfacción del Cliente:

Se estima contar con una satisfacción al cliente sobre el 70% gestionadas mediante encuestas.

Se incrementará la presencia de la marca y nuevo producto en redes sociales y programas de contenido digital que permitan llegar a un reconocimiento/posicionamiento de la marca de un porcentaje estimado durante el primer año. El crecimiento de la marca SWEADEN irá de la mano del posicionamiento y ventas del nuevo producto.

Posterior al primer año de lanzamiento del producto, se espera contar con una tasa de renovación de al menos 70% de los clientes previamente adquiridos.

Se implementarán diferentes estrategias, tales como:

- Análisis mensual de ventas.
- Encuestas de Satisfacción.
- Monitoreo de campañas en redes sociales que permitan medir el tráfico de la página web.
- Reuniones de evaluación mensuales para monitorear el alcance de las metas planteadas.

4.1.1.9. Gestión del talento comercial.

Para todo negocio es vital tener un equipo de ventas altamente capacitado no solo en técnicas de venta sino en el producto mismo. Es imprescindible que los ejecutivos comerciales conozcan a profundidad el producto que ofrecen para que puedan empoderarse de la venta.

Dentro de esta gestión, se incluyen actividades como:

Capacitación continua y desarrollo personal

Para mejorar el desempeño y la satisfacción de nuestro equipo comercial y de nuestros socios comerciales implementaremos ciertas acciones que contribuirán tanto al crecimiento y éxito del producto como al crecimiento profesional y económico del personal.

Al tratarse de una línea nueva de negocio es imprescindible gestionar capacitaciones periódicas respecto al lanzamiento del producto:

- Con el equipo de mercadeo se desarrollan trípticos/volantes con información básica y clara que permitan dar a conocer las bondades y beneficios del nuevo producto.
- Charlas informativas inicialmente mensuales por el primer año para luego pasar a sesiones trimestrales sobre características, beneficios y aplicación del seguro.
- Capacitación en técnicas de ventas, manejo de reclamos y servicio al cliente.
- Talleres de liderazgo, mentorías, y demás opciones que ayuden al crecimiento profesional del personal.

4.1.1.9.1. Gestión del rendimiento e incentivo por la comercialización del producto.

Se determinará metas específicas y factibles.

Se planteará una tabla de reconocimiento monetarios atados al cumplimiento de las metas propuestas.

4.1.1.10. Herramientas de gestión de ventas.

4.1.1.10.1. Implementación herramientas tecnológicas.

CRM (Customer Relationship Management). Gestionar las relaciones con los clientes, seguimiento de interacciones y automatización de ventas.

Programas que permitan el mailing para publicidad de correo electrónico, así como gestiones en redes sociales.

4.1.1.10.2. Emisión de material de Apoyo.

Presentaciones y/o folletería atractiva que resuma el producto y sus beneficios. Facilitando el alcance a clientes tradicionales que se acercan a nuestras oficinas o a las de nuestros socios estratégicos.

4.1.1.10.3. Publicidad mediante videos testimoniales.

Presentación de historias de clientes satisfechos y resultados positivos.

4.1.1.10.4. Videos Demostrativos.

Clips que expliquen el producto de manera sencilla y atractiva que puedan ser usados tanto en publicidad en televisión, redes sociales y puntos audiovisuales específicos.

4.1.1.11. Otros mecanismos de comercialización.

Para Sweaden, los asesores productores de seguros (brokers) son el principal motor de la comercialización de la compañía. Por lo tanto, seguirán teniendo un lugar importante para nuestro proceso de comercialización.

Se afianzará más el vínculo y comunicación con nuestros agentes detallando claramente los alcances del producto, sus costos, beneficios y las comisiones respectivas por las ventas.

La capacitación constante, al menos al inicio de las operaciones del nuevo producto son claves para el éxito del mismo. Posteriormente, se deberá monitorear y evaluar el rendimiento de los agentes para conocer si se requieren capacitaciones más seguidas.

4.1.1.12. Evaluación de ventas y equipo comercial.

Por medio de la alimentación de información a un CRM, se podrían evaluar varios indicadores al equipo comercial, entre ellos podría ser relevante los siguientes:

- Hit Ratio: El número de cotizaciones ganadas vs el número de cotizaciones generadas.
- Hot Ratio: La prima de cotizaciones ganadas vs la prima de cotizaciones generadas.
- Cumplimiento de presupuesto total: Porcentaje del presupuesto cumplido en el periodo (semana, mes, trimestre, año) versus el presupuesto estimado para ese mismo periodo.

Dependiendo de esto, podríamos evaluar qué tan buena gestión estamos teniendo con cada agente.

También, se puede incluir en este tipo de análisis el Pipeline, enfocado en las potenciales alianzas que se puedan crear con diferentes cooperativas.

4.1.1.13. Estrategias de marketing y comunicación.

14.1.1.13.1. Marketing.

Campañas en Redes Sociales: Facebook, Instagram y Tiktok; Crear contenido atractivo que explique los beneficios del producto.

Publicidad tradicional: Material POP; Se tendrá material POP en lugares estratégicos de las cooperativas para captar la atención de los clientes que se encuentren físicamente en la misma.

Marketing digital: Podcast: Se realiza cápsula de contenido de seguros donde participan líderes del sector asegurador.

14.1.1.13.2. Comunicación

E-mailing: Compartir información relevante, promociones y novedades.

Testimonios y Reseñas: Incentivar a asegurados a dejar reseñas y testimonios que se puedan usar en los materiales de marketing.

Ferias: Tener presencia en actos comunitarios ofreciendo charlas informativas para atender las necesidades de la sociedad.

Atención al Cliente: Mejorar la atención al cliente a través de un servicio cálido y personalizado

4.1.1.14. Análisis FODA.

En la comercialización de pólizas de desempleo y apoyado con el mercado previsto para la comercialización (cooperativas) ofrece un gran potencial, pero también va a estar ligado a riesgos asociados al negocio. Por lo que es importante implementar estrategias para trabajar sobre los mismos. De tal manera que podemos realizar un FODA que nos permita visualizar de mejor manera los riesgos y oportunidades.

Figura 10

FODA



Nota: En la figura se muestra el FODA del producto de seguro de desempleo. Elaborado por los autores.

4.1.1.15. Canales de venta.

Para la comercialización de un producto de desempleo es importante tener en cuenta los diferentes canales de venta a disposición de la compañía, sean estos propios, externos y/o virtuales.

Cada canal nos permite desarrollar diferentes escenarios según sus características que en el mediano y largo plazo determinan aspectos preponderantes como costos, alcances y control.

4.1.1.15. 1. Canales Externos.

La utilización de canales externos acarrea el pago de comisiones a intermediarios por lo que aumentan los costos, pero amplía el alcance de la compañía

4.1.1.15.2. Canales Virtuales.

Los costos derivados del canal virtual son generalmente bajos en comparación con los otros canales. Inicialmente se pueden incurrir en costos importantes por la adquisición de nueva tecnología y costos asociados al mercadeo.

Indudablemente el alcance de este canal es mucho mayor ya que a través de la tecnología se le permite a la aseguradora llegar a una mayor cantidad de personas inclusive de regiones donde no se tenga presencia física (oficinas). Este canal permite personalizar de mejor manera el producto que se comercializa basado en datos recopilados.

4.1.1.16. Segmentación de mercado.

Estadísticamente según el (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024) al primer trimestre del año 2024.

La población en edad de trabajar (PET) fue de 13.2 millones de personas a nivel nacional.

La población económicamente activa (PEA) fue de 8,5 millones de personas a nivel nacional.

La población económicamente inactiva (PEI) fue de 4,7 millones de personas a nivel nacional.

La población con empleo adecuado es de 8,1 millones y la población de empleo adecuado es de 2.9 millones.

Tabla 6

Distribución de la Población Económica

Poblaciones	2021			2022				2023				2024
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I
Población en edad de trabajar	12.645.251	12.698.768	12.743.507	12.790.651	12.835.738	12.880.933	12.926.289	12.971.766	13.017.479	13.069.937	13.114.515	13.159.112
Población económicamente activa	8.367.016	8.436.621	8.505.076	8.433.650	8.551.774	8.633.185	8.496.772	8.500.995	8.387.811	8.574.550	8.533.154	8.492.650
Población con empleo	7.903.180	8.010.353	8.107.035	8.008.824	8.184.509	8.281.983	8.174.009	8.176.092	8.066.855	8.251.577	8.228.674	8.145.352
Empleo adecuado/pleno	2.586.600	2.760.886	2.864.802	2.773.750	2.886.553	2.920.371	3.015.968	2.967.972	3.050.614	3.107.281	3.072.449	2.978.366
Subempleo	1.915.580	1.956.688	2.001.158	1.908.839	1.968.907	1.880.299	1.770.297	1.701.796	1.631.951	1.713.932	1.729.921	1.736.911
Empleo no remunerado	1.084.680	909.460	902.194	961.925	920.663	992.045	874.128	959.795	899.219	895.785	931.458	982.419

Otro empleo no pleno	2.240.304	2.320.091	2.282.150	2.325.908	2.384.967	2.460.244	2.496.652	2.522.379	2.458.670	2.508.573	2.481.792	2.429.686
Empleo no clasificado	76.017	63.228	56.730	38.402	23.419	29.025	16.964	24.150	26.401	26.007	13.053	17.970
Desempleo	463.836	426.268	398.041	424.826	367.265	351.201	322.762	324.904	320.957	322.972	304.480	347.298
Población económicamente inactiva	4.278.235	4.262.147	4.238.431	4.357.001	4.283.964	4.247.748	4.429.517	4.470.771	4.629.668	4.495.387	4.581.362	4.666.462

Nota: La tabla muestra la distribución de la población económica del país, de los últimos 4 años. (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

Figura 11

Tasa de desempleo 2024

En el I trimestre de 2024, la tasa de desempleo se ubicó en 4,1%.

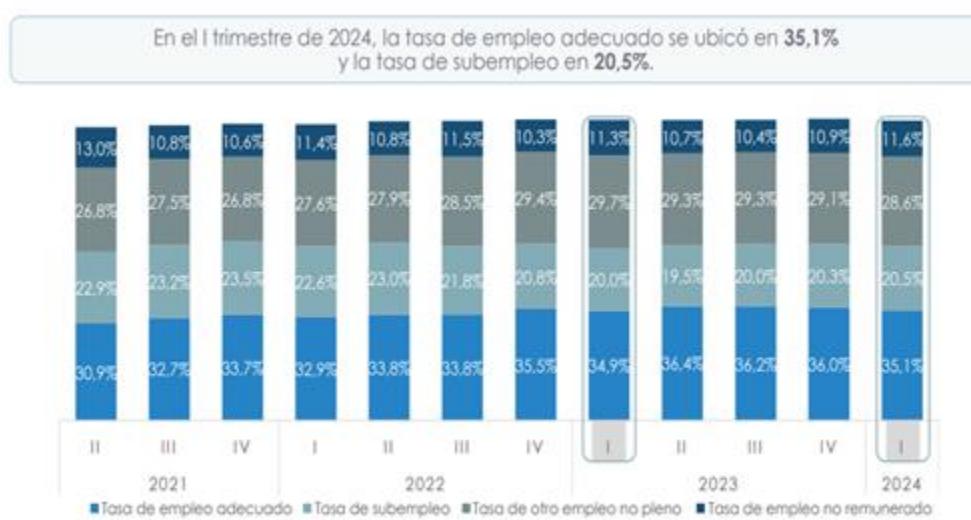


Nota: La figura muestra la evolución de la tasa de desempleo en el país al 2024. (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

La tasa de desempleo en el Ecuador alcanzó un 4.1% al 1er trimestre del 2024, un crecimiento a comparación del IV trimestre del 3.6%.

Figura 12

Población ocupada según condición de actividad



Nota: La figura muestra la tasa de empleo adecuado y subempleo en el país en los últimos 4 años.
(Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

Con lo antes detallado, podemos concluir que el mercado que el principal canal de comercialización es la banca seguros segmento cooperativas ya que registran un 5,8 millón de socios en este canal, que representa un 68% de la población económicamente activa, abarcar un gran porcentaje por este canal significa un incremento importante en la producción.

4.1.1.17. Sinergia de canales de venta.

Con el fin de garantizar la complementariedad y sinergia entre los canales de ventas se debe analizar independientemente cada uno de ellos. Diferenciando las acciones a seguir con cada uno de ellos:

1. Gestionar los canales con su sistema independiente de seguimiento y monitoreo.
2. Generación de bases de datos para desarrollo de cada canal.

Respecto a las acciones que se deben llevar en conjunto, es fundamental que los canales lleven una comunicación conjunta para no cruzar esfuerzos y evitar reprocesos y/o clientes objetivos. De la misma manera es importante establecer indicadores de desempeño que permitan medir la eficiencia y aceptación del producto en el mercado que permitan ajustar estrategias basándose en los resultados de la colocación por canal.

Por último, es importante desarrollar estrategias de difusión conjuntas para optimizar recursos en cada canal y que el concepto del producto no se vea distorsionado en la distribución e información al consumidor en cada uno de los canales.

4.1.1.18. Control de rendimiento de ventas.

La implementación de las diferentes herramientas que nos permitan medir el rendimiento y satisfacción para alcanzar una mejor percepción del rendimiento y satisfacción de los canales de ventas de seguros de desempleo.

Herramientas de CRM que permitan gestionar, recopilar y analizar información de los clientes para fortalecer las relaciones comerciales y de servicios de cada canal. Permite monitorear las ventas, clientes por características y su respectiva satisfacción.

Se implementarán las siguientes herramientas:

- **Análisis de Datos:**

Permiten dar seguimiento a los comportamientos de los clientes del canal virtual y permiten segmentar los datos.

- **La implantación de encuestas de satisfacción en la postventa:**

Permite medir la satisfacción de los clientes respecto al proceso de venta y utilización del seguro.

- **Análisis de KPI (Indicadores Clave de Rendimiento):**

Permitan evaluar la efectividad de los diversos canales.

- **Análisis de Redes Sociales:**

Permite obtener información sobre los clientes y sus respectivas preferencias para luego desarrollar mejores campañas y promociones.

4.1.1.19. Riesgos de canales ventas.

Dentro de la distribución en cada uno de los canales que tenemos diseñados para el producto, es importante identificar cualquier riesgo o evento que pueda afectar a los indicadores de cada uno de los canales por lo que es importante tener una matriz de riesgos donde podamos identificar el alcance, priorización y objetivos del análisis de riesgos.

Para lo que podemos entender los riesgos de cada canal de la siguiente manera:

Tabla 7

Canal tradicional

Riesgo	Información	Probabilidad	Impacto	Prioridad
Costo	Son canales que generalmente tienen un costo de distribución alto debido a su costo operativo.	Alto	Medio	Alto
Locación	El canal tradicional se enfoca en la venta 1-1 por lo que existe una limitación según la ubicación de sus puntos de venta o de sus aliados.	Medio	Bajo	Medio
Recurso	La calidad del servicio, así como la innovación			
Humano	en el producto va depender del personal a cargo de la línea.	Alto	Alto	Alto

Nota: La tabla muestra el riesgo del canal tradicional. Elaborado por los autores.

Tabla 8

Canal masivo

Riesgo	Información	Probabilidad	Impacto	Prioridad
Reputacional	Al ser un canal masivo, vamos a tener varios intermediación o canales de distribución, estos, sin una evaluación previa y bastante estructura, nos podrían generar problemas reputacionales.	Media	Alto	Alto
Locación	Se deberá tener desplegada a la fuerza de venta, por todo el territorio que se pretende comercializar.	Media	Media	
Recurso	Para el canal masivo, es indispensable contar con un recurso humano especializado en técnica de venta, fidelización y retención de clientes.	Alto	Alto	
Humano	Acción y retención de clientes. La fuerza de ventas es uno de los principales factores para la eficiencia de este canal.			

Nota: La tabla muestra el riesgo del canal masivo. Elaborado por los autores.

4.2. Desarrollo del producto de seguro de desempleo

4.2.1. Análisis del mercado

El desempleo es uno de los factores más relevantes para los gobiernos ya que el mismo está relacionado directamente con la pobreza y el bienestar de la población. Tal es su importancia para el país, que los gobiernos han asumido la tarea de desarrollar estrategias para combatir el desempleo.

Para el año 2024 el subempleo se ubicó en el 22.5% y otras formas de empleo no pleno alcanzaron el 29.6% esto significa que un gran porcentaje de personas se encuentran en situación de vulnerabilidad laboral por falta de empleos formales.

Otros de los aspectos que más preocupa en el mercado laboral es el incremento de la tasa de empleo informal, para el año 2024 el 54.2% de los empleados pertenecen al sector informal en comparación del 42.5% del sector formal.

Las zonas rurales presentan mayor índice de empleo informal siendo el 78.6%, mientras en las zonas urbanas alcanza el 55.6%, este índice alto de trabajo informal limita a los trabajadores a contar con derechos laborales, beneficios sociales; así también afecta a la sostenibilidad de la seguridad social como también a la recaudación tributaria.

La inserción laboral formal revela que los trabajadores más jóvenes son los más afectados por la informalidad laboral con tasas del 63.5%; otro sector que también se ve afectado por la informalidad laboral son los mayores de 65 años con un porcentaje del 79.2%.

Seguro de desempleo: Se entiende por seguro de desempleo o prestaciones por desempleo los ingresos temporales que reciben los trabajadores cuando pierden su empleo de forma involuntaria. Para recibir el beneficio se deben cumplir otros requisitos, como cotizar a la seguridad social al menos por un período determinado y expresar el deseo de encontrar un nuevo trabajo. (SumUp Limited, 2024)

El seguro de desempleo tiene la finalidad de proteger al asegurado económicoamente hablando si se queda sin ingresos por despido de su empleador.

Trabajador: Según el Código de trabajo en el Art. 9 define como trabajador; Una persona que debe prestar servicios o realizar un trabajo se denomina trabajador y puede ser un empleado o un obrero. (Congreso Nacional del Ecuador, 2023)

Empleador: Artículo 10 del Código del Trabajo: El concepto de empleador. - Empresario o empleador es toda persona o entidad en cuyo nombre o bajo cuya orden se realizan trabajos o se prestan servicios. (Congreso Nacional del Ecuador, 2023)

Contrato individual: El artículo 8 lo define así: Una persona se obliga a prestar servicios personales lícitos a otra persona que dependa de ella o a otras personas de conformidad con un contrato, la ley, un convenio colectivo o la costumbre. (Congreso Nacional del Ecuador, 2023)

Remuneración: Tal como lo determina el Art. 328 de la Constitución Política de la República: “Compensación justa, un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas del trabajador y su familia, que no tenga cargas, salvo el pago de la pensión alimenticia”.
(Congreso Nacional del Ecuador, 2023)

Despido intempestivo: La terminación de la relación de trabajo se refiere a la terminación unilateral del empleo por parte del empleador o la notificación del empleador al empleado de la intención de terminar la relación laboral. (In Solidum Abogados, 2024)

Empleo adecuado/ pleno: Individuos que, durante la semana de referencia, reciben ingresos laborales que superan o exceden el salario mínimo, laboran alrededor de 40 horas semanales, sin importar el interés y la posibilidad de realizar horas extra. Esta categoría también incluye a aquellos trabajadores que, durante la semana de referencia, reciben ingresos laborales que superan o exceden el salario mínimo, laboran menos de 40 horas, pero no quieren laborar más horas. (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2024)

4.2.2. Análisis de la competencia

Uno de los principales seguros que actualmente utilizan los trabajadores para solventar la falta de ingresos por desempleo en el Ecuador es el seguro de desempleo implementado en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. El 1% del 12,15% del aporte patronal se destina para el Fondo Solidario del Seguro de Desempleo en Ecuador.

Seguro de Desempleo – IESS: El Seguro de Desempleo en Ecuador es una prestación económica proporcionada por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para proteger

a los afiliados que han perdido su empleo bajo relación de dependencia por causas ajenas a su voluntad. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2024)

Según (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2024),

Requisitos para acceder al Seguro de Desempleo:

Aportaciones: Tener al menos 24 aportaciones no simultáneas al IESS, de las cuales las 6 últimas deben ser consecutivas.

Situación de desempleo: Haber estado cesante por un período mínimo de 60 días.

Cese involuntario: Haber terminado la relación laboral por causas ajenas a su voluntad, es decir, no haber renunciado voluntariamente ni haberse acogido al desahucio.

Beneficios del Seguro de Desempleo:

Duración: La prestación tiene una duración de cinco meses.

Monto: El afiliado recibe el 70% del Salario Básico Unificado (SBU) vigente a la fecha del cese.

Consideraciones adicionales:

Exclusiones: No serán elegibles para el seguro de desempleo las personas que hayan renunciado voluntariamente, asimismo los afiliados voluntarios, jubilados, afiliados al seguro campesino y las afiliadas al trabajo no remunerado del hogar.

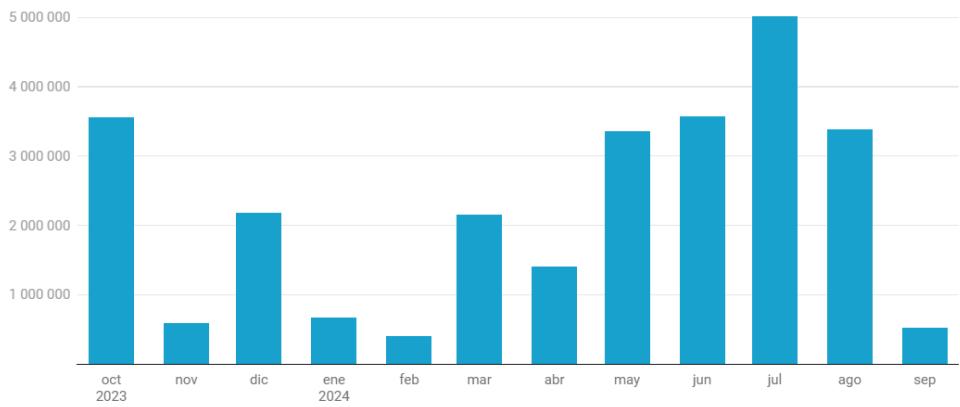
Terminación de la prestación: La prestación finaliza si el afiliado registra un aviso de entrada con relación de dependencia, cumple con el período máximo de cinco meses, se detectan hechos fraudulentos o en caso de fallecimiento del afiliado.

Figura 13

Seguro de desempleo IESS

El IESS ha pagado USD 26,8 millones en seguros de desempleo en un año

Entre octubre de 2023 y septiembre de 2024, el mes en el que más fondos se erogaron fue el pasado julio



Nota: La figura muestra el pago desembolsado por concepto del seguro de desempleo del IESS durante el 2023 y el 2024. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2024)

Además, existen varias aseguradoras en el mercado que ofertan productos similares atadas a un préstamo a través de canales, como son bancos, cooperativas, mutualistas.

El índice de la tasa de desempleo a julio de 2024, cerró en un 3,7%, lo que indica la necesidad latente de la implementación de una cobertura hacia este riesgo.

El riesgo país se sitúa actualmente en 1.305 puntos, lo que empeora la situación laboral de los trabajadores dependientes.

A lo largo del año 2024, el índice de empleo global cerró en 64,5%, mientras que en el Ecuador la tasa de empleo alcanzó el 36,1%. En lo que respecta al desempleo, la tasa de la población económicamente activa (PEA) del país correspondió al 4,3%, mayor en las ciudades (5,8%) que en las zonas rurales (1,3%). (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2024)

4.3. Perfil del consumidor

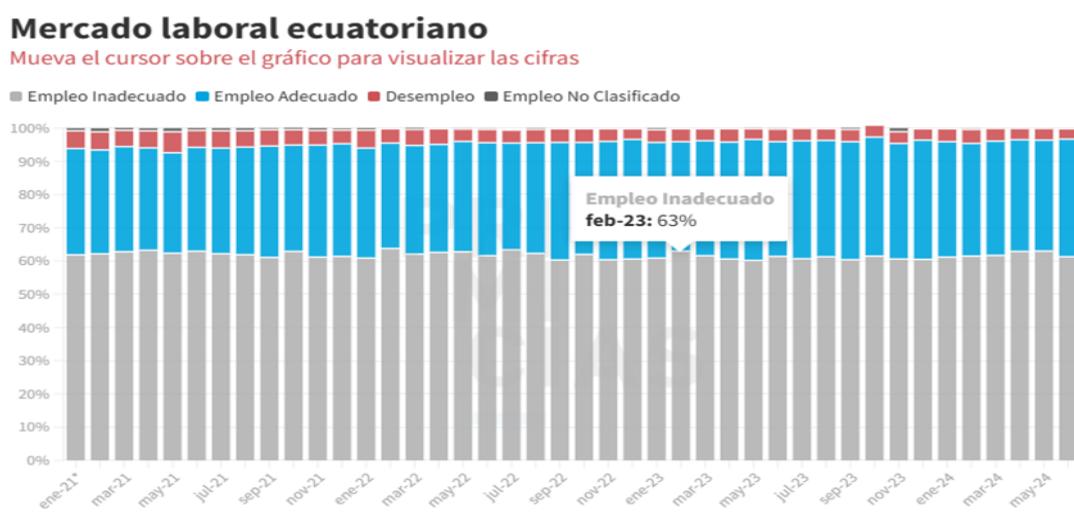
Según el INEC 2015, define como empleo adecuado y/o pleno toda aquella persona con empleo, que, durante la semana en cuestión, reciben ingresos laborales que superan o exceden el salario mínimo, laboran igual o más de 40 horas semanales, sin importar el interés y la posibilidad de laborar horas extra. Esta categoría también incluye a aquellos trabajadores que, durante la semana de referencia, reciben ingresos laborales que superan o exceden el salario mínimo, laboran menos de 40 horas, pero no quieren laborar más horas. (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2024)

Empleo independiente o informal: El empleo informal o independiente para el cierre del mes de junio 2024 cerró con una tasa del 61.3%. (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2024)

Se consideran independientes personas que trabajan por un largo periodo, que deciden laborar por su cuenta de manera informal.

Figura 14

Mercado laboral ecuatoriano



Nota: La figura muestra el porcentaje de empleo inadecuado en el país. (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

La informalidad agrupa a las personas con empleo que trabajan en empresas que no tienen Registro Único de Contribuyentes (RUC), según el (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024).

Pero, el 88% de la población con empleo del sector informal no tiene acceso a la seguridad social y el 71% son trabajadores independientes o autónomos.

Figura 15

Tasa de población ocupada en el sector informal



Nota: La figura muestra la tasa de población ocupada en el sector informal. (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

En septiembre del 2024 la composición de la población nacional se conforma de la siguiente manera:

- De la población total, el 71,1% estaba en edad de trabajar.
- El 65,8% de la población en edad de trabajar eran económicamente activos.
- De la población económicamente activa, el 96,3% tuvieron empleo*

Figura 16

Composición poblacional



Nota: La figura muestra la composición poblacional del país. (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

PET = Población en edad de trabajar, PEA = Población económicamente activa, PEI = población económicamente inactiva

La categoría de empleo incluye a todos los asalariados: asalariados, autónomos y no remunerados.

La población en edad para trabajar (PET) al cierre de mes del mes de septiembre del 2024 es de 13.3 millones de personas, siendo las personas económicamente activas (PEA) es de 8.7 millones de personas y la población con empleo adecuado alcanza 3.2 millones de personas lo que representa el 36% del total de la población en edad para trabajar.

El producto está diseñado para todas aquellas personas que cuenten con un empleo adecuado en el Ecuador siendo este el 36% de la población económicamente activa.

4.4. Análisis de indicadores de desempeño de la empresa de seguros

4.4.1. Indicadores de liquidez.

Estos índices están diseñados para evaluar la capacidad de una empresa para pagar obligaciones a corto plazo. Se utilizan para diagnosticar la capacidad de una empresa para generar suficiente efectivo (también conocido como liquidez), que es la tasa a la que una empresa puede convertir sus activos disponibles en recursos de efectivo. Se trata de determinar qué pasaría si una empresa saldara inmediatamente todas sus deudas en menos de un año. De esta manera, los indicadores de liquidez utilizados en un momento determinado evalúan la capacidad de la empresa para pagar rápidamente las obligaciones actuales en circunstancias específicas. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)

Este índice es vital para evaluar la situación o salud financiera de la empresa y su respectiva capacidad para afrontar sus deudas y demás obligaciones inmediatas. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)

4.4.1.1. Liquidez corriente

Esta relación se aplica a activos y pasivos corrientes de la misma naturaleza. Cuanto mayor sea el ratio, más probable será que la empresa realice pagos a corto plazo.

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

“La liquidez actual muestra la capacidad de la empresa para cumplir con los plazos de pago a corto plazo y se ve afectada por la composición de los activos corrientes y los pasivos de corto plazo, por lo que un análisis continuo puede prevenir la iliquidez de una empresa y los problemas de quiebra posteriores.” (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)

“El estándar generalmente aceptado es que la relación adecuada entre activos corrientes y pasivos es de 1 a 1, especialmente desde la perspectiva de los acreedores: cuanto mayor sea el valor del índice, mejor. Sin embargo, en esta última perspectiva hay que tener en cuenta que un índice demasiado elevado puede ocultar una mala gestión del capital circulante y la empresa puede tener un exceso de liquidez ineficiente.” (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)

Según información publicada por Sweaden Seguros la liquidez para el año 2023 es de 1,23.

Además, el ratio de liquidez rápida, que mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo utilizando sus activos más líquidos, es de 0,81.

Esta relación muestra que la empresa tiene 1,23 dólares de activos corrientes por cada 1 dólar de pasivos corrientes.

Un ratio mayor que 1 indica que la empresa en su conjunto dispone de suficientes recursos a corto plazo para hacer frente a sus obligaciones actuales.

Esta relación mide la capacidad de una empresa para pagar pasivos a corto plazo utilizando sus activos más líquidos (efectivo y equivalentes de efectivo).

El cálculo de 0,81 correspondiente a los activos corrientes por cada dólar de la aseguradora.

Para el lanzamiento de un nuevo producto, es indispensable que Sweaden Seguros tenga la liquidez suficiente para cubrir los siniestros que se generen hasta alcanzar el punto de equilibrio entre las primas y siniestros del lanzamiento de un nuevo producto.

4.4.2. Índice de gastos incurridos.

El indicador de "gastos incurridos" en aseguradoras se refiere a todos los costos que la aseguradora debe asumir en un período determinado para llevar a cabo sus operaciones y cumplir con sus obligaciones. Este indicador es crucial para analizar la eficiencia operativa de la aseguradora y para evaluar su rentabilidad. En la industria de seguros, los gastos incurridos pueden desglosarse en varias categorías: (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)

- 1. Gastos de adquisición:** Incluyen todos los costos asociados con la captación de nuevos clientes, como las comisiones a agentes, los costos de publicidad y otros gastos relacionados con la venta de pólizas. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)
- 2. Gastos administrativos:** Estos son los costos que se relacionan con la gestión interna de la aseguradora, como los salarios del personal administrativo, alquiler

de oficinas, servicios públicos, software, tecnología y otros gastos operacionales.

(Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)

3. **Gastos por siniestros:** Aunque los siniestros representan los pagos a los asegurados, el gasto en siniestros también es un gasto operativo importante, ya que afecta la rentabilidad de la compañía. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)
4. **Gastos operativos:** Incluyen los costos directos relacionados con el funcionamiento diario de la empresa, como el mantenimiento de sistemas, capacitación, auditorías, entre otros. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2024)

Fórmula para calcular los gastos incurridos:

$$\text{Gastos incurridos} = \text{Gastos de adquisición} + \text{Gastos administrativos} + \text{Gastos por siniestros} + \text{Gastos operativos}$$

El índice de gastos incurridos se puede calcular utilizando la fórmula siguiente, que mide la eficiencia de la aseguradora:

$$\text{Índice de gastos incurridos} = \frac{\text{Gastos incurridos}}{\text{Ingresos netos}} \times 100$$

Con lo mencionado anteriormente la proyección estimada asociada a este producto se basa en:

Sueldos: 15 personas RMP \$ 1.837 con un total anual de \$ 330660 equivalente a un 4.33 % de la prima emitida.

Comisiones pagadas se calcula un 12% sobre la prima emitida por ejemplo en el 2023 se comercializó \$ 7627683.72 con comisión pagada de \$ 932231.89 lo que equivale a un gasto mensual de \$ 77685.99

Gastos fijos operativos + gastos administrativos anuales por un rubro \$ 714008.12 lo que genera un gasto mensual de \$ 59500.68, esto equivale a un 7% de la prima emitida

En términos de gastos de distribución, considerando principalmente los gastos de marketing, los gastos mensuales son de \$1.589,11 y los gastos anuales de \$19.069,21, lo que equivale al 0,25% del bono emitido por gastos en base a producción de calidad del 23,58%.

Oferta de iniciativas:

- Minimizar los costos operativos de la empresa con el objetivo de mejorar la rentabilidad.
- Invertir en nuevas tecnologías que permitan automatizar procesos reduciendo la carga operativa
- Realizar auditorías periódicas para identificar áreas donde se puedan reducir costos.
- Buscar alianzas estratégicas con proveedores para conseguir mejores costos y

beneficios para la aseguradora.

- Mejorar los procesos de siniestros para reducir el tiempo y los costos asociados a las mismas.
- Evaluar la rentabilidad del producto para ajustar tarifas.
- Implementar campañas de marketing digital y redes sociales que son más económicas y de mayor alcance que campañas tradicionales.

4.4.3. Índice de siniestralidad.

Una relación o porcentaje que refleja la relación entre los costos de reclamaciones incurridos por un grupo o una cartera específica de pólizas y las primas globales totales acumuladas para dicho negocio durante el mismo período. (Fundación MAPFRE, 2024)

Importancia del índice de siniestralidad

Coeficiente o porcentaje que refleja la proporción existente entre el coste de los siniestros producidos en un conjunto o cartera determinada de pólizas y el volumen global de las primas que han devengado en el mismo periodo tales operaciones. (Fundación MAPFRE, 2024)

Finalmente, el proceso de manejo de reclamos puede afectar el índice de siniestralidad al determinar la rapidez y eficiencia con la que se procesan y pagan los reclamos. (FasterCapital, 2024)

Para obtener el indicador de siniestralidad, se aplica lo siguiente:

$$\text{Siniestralidad} = \frac{\text{coste de siniestro}}{\text{primas pagadas}} \times 100$$

Por lo tanto, tomando la información del año 2023 y de lo que va del año 2024, resulta lo siguiente:

Tabla 9

Siniestros y primas del ramo de Vida 2023 – 2024

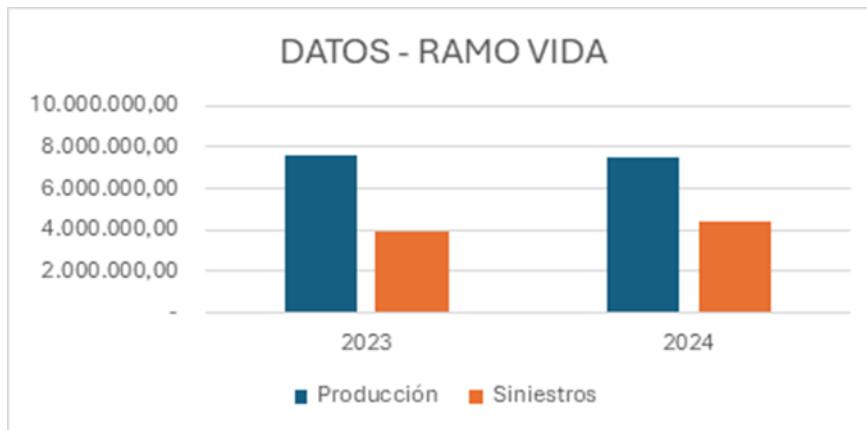
Año	2023	2024
Producción	7.625.817,86	7.550.548,89
Siniestros	3.956.518,88	4.395.254,51
% Siniestralidad	51,88%	58,21%

Nota: La tabla muestra las primas y siniestros pagados del ramo de Vida del 2023 y 2024.

De las cifras antes señaladas se puede evidenciar que los siniestros pagados han ido en aumento.

Figura 17

Siniestros y primas del ramo de Vida



Nota: La figura muestra la evolución de la primas y pagos de siniestros en el ramo de vida, en los años 2023 y 2024 de Sweaden Seguros S.A. (Sweaden Seguros SA, 2024)

Considerando la realidad económica-social del ecuador podemos proyectar una siniestralidad basada en la población económicamente activa es decir en base a:

Población Ecuador: 17.9 Millones de personas

Población económicamente activa: 9.8 Millones de personas

Tasa de desempleo 4.2%: 409 Mil personas

Figura 18

Tasa de población ocupada en el sector informal



Nota: La figura muestra la tasa de población ocupada en el sector informal. (Institución Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

Con lo expuesto anteriormente, basado en la información de la situación del empleo adecuado, podemos tener una frecuencia esperada entre el 4 al 6 % considerando las tasas de desempleo históricas de los últimos 2 años en el país.

Oferta para incentivos:

Para reducir la frecuencia de siniestros se pueden concretar diferentes iniciativas que mejoren los resultado en las compañías de seguros.

Desarrollar un prototipo de riesgo más eficiente a través de herramientas estadísticas.

Ejecutar controles más avanzados que permitan minimizar potenciales fraudes.

Segmentar los grupos de alto riesgo nos permite desarrollar productos específicos que se alineen mejor con sus necesidades o que tengan un costo más acorde al nivel de riesgo.

4.5. Diseño del producto de seguros

Respondiendo a las necesidades del mercado laboral actual en el país, se ha decidido construir un producto que permita resguardar la seguridad financiera de los asegurados en caso de pérdida de su empleo para personas con relación de dependencia laboral, o si se quedaran incapacitados temporalmente a ocurrencia de un accidente y/o enfermedad y sean trabajadores independientes.

Para la comercialización de este potencial producto, se ha evaluado, la relación comercial actual que tiene la Compañía Sweaden Seguros con corredores de seguros y posibles partners, y se ha decidido salir a comercializar mediante un corredor de seguros y una de las Cooperativas con las que actualmente se tiene negocios en marcha.

Este producto será comercializado de manera voluntaria, y la persona que adquiera el producto deberá ser apta según la elegibilidad descrita en las políticas de suscripción del producto.

4.5.1. Rentabilidad técnica

Para poder evaluar la rentabilidad técnica del nuevo producto de desempleo corresponde analizar el riesgo, establecer primas adecuadas y evaluar la factibilidad financiera a corto y largo plazo.

4.5.1.1. Cálculo de prima análisis de riesgo y viabilidad del producto en el futuro.

Para que el negocio sea atractivo técnicamente, los siniestros no deben superar los ingresos, a través del estudio de una tasa de experiencia o una tasa de mercado.

En este caso, se ha utilizado la experiencia de una cooperativa en características muy similares a la cooperativa con la cual se va a comercializar el producto de seguro de desempleo.

Se ha realizado un estudio de frecuencia y severidad para el cálculo de la tasa de riesgo, tomando en cuenta 6 años de información y se ha seleccionado la frecuencia máxima de dichos años.

Figura 19

Experiencia cooperativa similar

Period	Insureds	\$ Claims ILOE	# Claims ILOE	# Claims ILOE + # IBNR	\$ Claims ILOE + \$ IBNR	Frequency	Avg Claim
2019	125.387	138.002	134	134	138.002	0,1069%	\$1.029,87
2020	143.554	379.639	419	419	379.639	0,2919%	\$906,06
2021	250.954	214.794	233	233	214.794	0,0928%	\$921,86
2022	329.388	157.902	191	191	157.902	0,0580%	\$826,71
2023	340.537	274.719	338	371	307.021	0,1089%	\$827,55
2024	373.591	117.643	97	145	175.959	0,0388%	\$1.213,51

Nota: La figura muestra la experiencia siniestralidad de una cooperativa similar, utilizada para el estudio. Elaborado por los autores.

La frecuencia se calcula entre el número de siniestros presentados y el número de vidas o asegurados activos, en un periodo determinado.

Se ha hecho un comparativo entre la tasa de la experiencia calculada y la tasa de desempleo del país.

Figura 20

Frecuencia seleccionada

Frequency Max	0,2919%	0,1089%
----------------------	---------	---------

Nota: La figura muestra la frecuencia seleccionada para el estudio. Elaborado por los autores.

A pesar de que la frecuencia calculada es mucho más baja que la tasa de desempleo actual en el país, debemos tener claro que es la experiencia propia de un producto similar que se encuentra siendo comercializado y que ha sido rentable.

Una vez que contamos con la tasa de riesgo basada en experiencia aplicamos los gastos de la compañía de seguros y cualquier otro relacionado, como las comisiones al corredor y al sponsor.

Figura 21

Gastos de la compañía

Gastos de la compañía	
Commision Sponsor	30,00%
Commision Broker	20,00%
Tax	1,94%
Local UW Expenses	11,81%
Area/Regional UW Expenses	2,63%
UCE	2,53%
Pmg	25,00%
Total	93,91%

Nota: La figura muestra los gastos de la compañía que serán aplicados a la tasa de riesgo.

Elaborado por los autores

Por tanto, de la tasa de riesgo seleccionada para desempleo aplicada a los gastos, ya obtenemos la tasa comercial.

Figura 22

Tasa comercial mensual para desempleo

Monthly Commercial Rate	0,3993%
-------------------------	---------

Nota: La figura muestra la tasa comercial mensual de desempleo una vez que se aplicaron todos los gastos a la tasa de riesgo. Elaborado por los autores

Para cuantificar la tasa de muerte accidental, utilizamos la tasa benchmark de la compañía y asimismo, aplicamos los gastos para obtener la tasa comercial de muerte accidental.

Figura 23

Tasa comercial mensual para muerte accidental

Monthly Commercial Rate	0,577%
-------------------------	--------

Nota: La figura muestra la tasa comercial mensual de muerte accidental. Elaborado por los autores

Una vez definidas las tasas, se debe aplicar las mismas a las sumas aseguradas correspondientes, en este caso, hemos decidido trabajar 3 planes con diferentes sumas aseguradas, según lo detallado a continuación:

Figura 24

Producto de seguro de desempleo

TARIFAS SEGURO DE DESEMPLEO



COBERTURA	PLAN 1	PLAN 2	PLAN 3
DESEMPLEO Y/O INCAPACIDAD TEMPORAL POR ACCIDENTE Y/O ENFERMEDAD	Hasta 3 meses con un valor máximo mensual de \$500,00	Hasta 3 meses con un valor máximo mensual de \$1.000,00	Hasta 3 meses con un valor máximo mensual de \$1.500,00
MUERTE ACCIDENTAL	500	500	500
PRIMA	5.99	11.99	17.99

Nota: La figura muestra el producto de desempleo diseñado para el presente proyecto. Elaborado por los autores.

Teniendo en cuenta que sería un producto relativamente nuevo en el mercado, se ha proyectado una venta mensual de aproximadamente 400 pólizas.

Con este número de ventas y las primas arriba calculadas, se ha construido un P&L para corroborar la proyección en prima y la rentabilidad del producto como tal.

Figura 25

P&L del producto de desempleo

P&L - US\$	Y1	Y2	Y3	3Y TOTAL
GWP	\$268.732	\$663.762	\$712.536	\$1.645.030
NWP	\$268.732	\$663.762	\$712.536	\$1.645.030
NEP	\$268.732	\$663.762	\$712.536	\$1.645.030
Incurred Claims	\$16.368	\$40.429	\$43.400	\$100.197
Commission	\$134.366	\$331.881	\$356.268	\$822.515
Expenses	\$50.815	\$125.512	\$134.734	\$311.061
Pmg	\$67.183	\$165.941	\$178.134	\$411.258
Incurred Claims	6,09%	6,09%	6,09%	6,09%
Commission	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Expenses	18,91%	18,91%	18,91%	18,91%
CoR	75,00%	75,00%	75,00%	75,00%

Nota: La figura muestra un estado de resultados del producto de desempleo. Elaborado por los autores.

En el gráfico de arriba se puede verificar que la rentabilidad del producto es aproximadamente 25%.

4.5.2. Políticas de suscripción

Para diseñar un producto por el canal masivo, se debe contar con una información general del sponsor / canal por donde se va a comercializar, así mismo, contar con información acerca del perfil del consumidor hacia el que va a estar dirigido el producto. Es importante recalcar, que la comercialización de un producto por el canal masivo, es un producto presuscrito y empaquetado,

es decir, va a estar adaptado a las necesidades en general del perfil del consumidor antes revisado mas no, un producto diseñado uno a uno.

Por tanto, como información para cotizar tenemos lo siguiente:

- Nombre del partner/sponsor/canal
- Actividad principal del sponsor/canal
- Tipos de créditos (consumo, hipotecarios, vehiculares, etc) aplica para entidades financieras
- Límite máximo indemnizable por cuota que solicitan (suma asegurada mensual)
- Número de cuotas a indemnizar (2,3,6)
- Cuota promedio y máxima del portafolio de créditos
- Plazo promedio y máximo del portafolio de créditos
- Rango de edades de la composición del portafolio
- Base stock de créditos
- Colocaciones nuevas al mes
- Composición de la relación laboral del portafolio, en caso de contar con esta información.

Dentro de las políticas de suscripción, es esencial, que el canal y el asegurado tenga claro ciertos conceptos relacionados al riesgo, para que no exista confusión al momento de comercializar el seguro y hacer una reclamación.

Seguidamente, se detalla la conceptualización de términos que deben considerarse y adherirse en el condicionado del producto.

Accidente: se refiere a la lesión corporal resultante de acontecimientos violentos, externos, inesperados e imprevisibles, indistintamente de la intención del asegurado o beneficiario.

Asegurado: persona que forma parte del grupo asegurado y tiene una obligación financiera con el tomador del seguro.

Beneficiario: Para los efectos de esta política, el destinatario es el contratista/socio/patrocinador que es el beneficiario responsable.

Compañía: Sweaden Seguros S.A. toma los riesgos detallados en el contrato de seguros y se compromete al pago oportuno de los mismos.

Tomador, tomador del seguro, solicitante: persona física o jurídica que celebra un contrato de seguro, ya sea en nombre propio o por cuenta de un tercero determinado o identificable que transfiere el riesgo a la compañía de seguros.

Grupo asegurable: conjunto de personas que comparten un mismo riesgo y/o intereses comunes con el contratante de la póliza.

Grupo asegurado: Quienes pertenecen al colectivo asegurado y han obtenido la cualificación aseguradora.

Fecha de emisión: Día, mes, hora y año que se emite el contrato de seguros, según se especifica en los Términos y Condiciones Particulares.

Fecha de vigencia: La fecha que es doce (12) horas después de la fecha de vencimiento de la póliza.

Fecha de vencimiento: La fecha doce (12) horas después de la cual finaliza la cobertura de esta póliza.

Período de espera: Corresponde a la cuantificación del plazo de espera posterior a la contratación de la póliza, donde el asegurado puede hacer uso de la cobertura.

Período de recalificación: Durante este período, ya no podrá recibir compensación.

Período de eliminación por desempleo involuntario: Se establece el plazo en que el aseguradora se quedará sin cobertura.

Período de eliminación por Incapacidad Temporal: Se define como el período posterior a la incapacidad temporal durante el cual el asegurado no estará asegurado. Si la condición de discapacidad todavía existe al final del período de retención, se pagarán beneficios hasta el monto máximo de beneficio determinado para la condición específica.

Póliza: Contrato de seguros que detalla las condiciones del producto contratado, conteniendo las condiciones generales, particulares y especiales aprobadas por el ente regulador.

Prima: Compromiso financiero que el contratista debe cumplir para obtener la cobertura del contrato.

Siniestro: En este seguro se entiende por pérdida la ocurrencia del riesgo asegurado.

Valor asegurado: la suma asegurada especificada en los términos y condiciones de esta póliza.

4.5.2.1. Amparo o Cobertura Básica.

La Compañía otorga un subsidio temporal para cubrir las obligaciones dinerarias del asegurado frente a los contratantes por pagos aún no liquidados y derivados de la ocurrencia de los riesgos que a continuación se describen, según el contrato se celebre en forma separada o conjunta y hasta los Montos hasta el Los límites especificados están sujetos a condiciones especiales en la póliza, y están sujetos a las siguientes reglas:

4.5.2.1.1. Desempleo Involuntario.

Si durante la vigencia de la póliza y después del período de carencia especificado en el contrato, el asegurado ajeno a su voluntad deja de laborar a causa de un accidente, siempre que el desempleo dure un período continuo correspondiente al período de indemnización y durante un período más largo que este período, lo cual es necesario para evitar el desempleo forzoso.

Durante el período de desempleo voluntario, la empresa pagará al asegurado la cantidad mensual pactada en las disposiciones especiales de esta póliza por el período especificado en la póliza como subsidio temporal.

Se considerará causal de desempleo involuntario la siguiente situación:

- A. El empleador rescinde unilateralmente el contrato de trabajo con el asegurado sin causa justificad.

4.5.2.1.2. Incapacidad Temporal por Accidente y/o Enfermedad.

Si durante la vigencia de la póliza y después del período de carencia especificado en la póliza como trabajador autónomo desempleado, debido a un accidente y/o enfermedad cubiertos por este seguro, el asegurado queda incapacitado temporalmente para realizar un trabajo remunerado, las condiciones son: de la siguiente manera: Si el período continuo de dicha incapacidad para el trabajo es igual al período del monto del beneficio y es mayor que el período de exclusión por incapacidad temporal convenido entre el tomador y la compañía, la compañía paga al asegurado una cantidad mensual convenida en el contrato especial. provisiones. dentro del período especificado en esta póliza como compensación temporal por las obligaciones monetarias no pagadas del asegurado durante el período.

4.5.2.2. Elegibilidad.

Para ser elegible a la toma del seguro, deben ser clientes actuales del partner/sponsor, tener un producto activo con la entidad y tener al menos 3 meses de estabilidad laboral.

Para Desempleo Involuntario: Empleados bajo relación de dependencia laboral.

Para Incapacidad Temporal: Cualquier persona que labore independientemente.

4.5.2.3. Deducible.

Treinta (30) días por cada persona y evento.

4.5.2.4. Periodo de Carencia.

Para Desempleo Involuntario: Noventa (90) días.

Para Incapacidad temporal por enfermedad o accidente: Treinta (30) días.

4.5.2.5. Exclusiones

Desempleo Involuntario: Este seguro no ampara el desempleo determinado por los siguientes eventos:

- Desempleo resultante de renuncia o pérdida voluntaria del trabajo, a menos que esta situación se deba a un traslado, una modificación significativa en las condiciones laborales o una causa justa.
- Extinción de la relación laboral por finalización del tiempo acordado y/o cumplimiento de la obra o servicio estipulado en el contrato (cuando se trata de un contrato de trabajo fijo).

- Desempleo derivado de la obtención de una pensión de jubilación.
- Despido motivado por visto bueno.
- Desempleo a consecuencia del ingreso a la fuerza públicas
- Desempleo ocasionado por cualquier acción de conflicto armado, ya sea declarado o no, y cualquier otra acción de características similares.
- Desempleo como resultado de la declaración oficial de estado de excepción y/o ley marcial, y/o su proclamación o prolongación.
- Pérdida del empleo a causa de despidos masivos.
- Despidos originados por actos delincuenciales, infracciones a leyes, ordenanzas o reglamentos.
- Terminación del contrato individual de trabajo conforme a lo establecido en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 8 del Artículo 169 del Código de Trabajo Ecuatoriano, así como en las disposiciones pertinentes de la LOSEP – Ley Orgánica de Servicio Público, según aplique a la relación de dependencia del asegurado.
- No reintegración al trabajo en caso de despido nulo o improcedente.
- Desempleo de trabajadores fijos con carácter discontinuo durante los períodos en los que no laboran.

- Desempleo posterior a llegar a la edad oficial de jubilación.
- Desempleo posterior a alcanzar la jubilación patronal.
- Pérdida del empleo del asegurado comunicada por el empleador antes de la fecha de inicio de la vigencia de la póliza.
- Culminación de la relación laboral previa notificación del empleador antes de iniciar la vigencia de la póliza.

Incapacidad Temporal por accidente y/o enfermedad: Este seguro no cubre la incapacidad temporal ocasionada por los siguientes eventos:

- La influencia de estupefaciente o bebidas alcohólicas, independientemente de si el asegurado se encuentra en pleno uso de sus facultades mentales.
- Lesiones autoinfligidas bajo intención, suicidio o cualquier intento de suicidio, sin considerar si el asegurado está en uso de sus facultades mentales.
- Situaciones de conflicto armado, invasiones, acciones de enemigos extranjeros, hostilidades u operaciones bélicas, ya sean declaradas o no, como motines, sublevaciones, commociones civiles, huelgas, guerras civiles, revoluciones, insurrecciones, conspiraciones, golpes militares, estados de sitio o leyes marciales.
- El servicio en la fuerza pública del asegurado en cualquier país o en cuerpos

internacionales, ya sea en tiempo de guerra o en épocas de paz, así como las funciones desempeñadas como agente de policía en cualquier organización. En estos casos, la compañía se compromete a reembolsar la prima correspondiente al periodo restante hasta la expiración de la póliza, una vez que sea notificada por el asegurado.

- Accidentes ocurridos mientras el asegurado se involucra en actividades delictivas, infracciones a leyes, ordenanzas o reglamentos públicos, o resistencia al arresto policial.
- Viajes en avión que se realicen en aeronaves no pertenecientes a líneas comerciales autorizadas para el transporte regular de pasajeros y que no operen en rutas establecidas, así como la participación como miembro de la tripulación de cualquier aeronave.
- Carreras de velocidad o resistencia.
- Enfermedades, accidentes, lesiones orgánicas o trastornos funcionales que se hayan originado antes de la contratación de este seguro.
- Práctica de deportes de forma profesional, en los cuales el asegurado perciba ingresos.
- Anomalías congénitas y condiciones derivadas de estas.

- Embarazo.
- Enfermedades preexistentes.
- Enfermedades psiquiátricas.
- Diagnósticos realizados por miembros de la familia del asegurado o por personas que residan en su hogar, sin que importe si dicha persona es un médico.

4.5.2.6. Edades.

Edad mínima de ingreso: 18 años

Edad máxima de ingreso: 60 años

Edad máxima de permanencia: 65 años

4.5.2.7. Período de Recalificación.

El asegurado será elegible de indemnización una vez hayan pasado seis (6) meses de estabilidad laboral desde la última indemnización.

4.5.2.8. Aviso de siniestro.

Hasta 30 días posterior al desempleo o incapacidad temporal por accidente y/o enfermedad.

4.5.2.9. Documentos para presentar un siniestro.

Para la cobertura de subsidio por desempleo involuntario:

1. Notificación de desempleo, debidamente firmada por el Asegurado, presentada a través del formulario de reclamación.
2. Copia de la cédula de identidad del Asegurado.
3. Copia de la afiliación al IESS, que incluya la constancia de salida del trabajo o el documento equivalente.
4. Copia del acta de finiquito o del documento correspondiente a la acción personal de salida, según el tipo de empleador.
5. Certificación del Empleador que incluya el nombre del Asegurado, el último cargo desempeñado y el período de tiempo trabajado.
6. Cualquier otro soporte documental que la Compañía de seguros requiera para sustentar el reclamo.

El Asegurado o Beneficiario deberá, comprobar el siniestro que no ocurrió a consecuencia de alguno de los aspectos antes detallados.

Para la cobertura de Incapacidad Temporal por accidente y/o enfermedad:

1. Notificación de incapacidad temporal, debidamente firmada por el Asegurado,

utilizando el formulario de reclamación correspondiente.

2. Copia de la cédula de identidad del Asegurado.
3. Certificación emitida por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o, en su defecto, copia de la Historia Clínica y el certificado médico del hospital o clínica donde recibió atención, los cuales deben acreditar tanto el periodo como la causa que origina la incapacidad temporal del Asegurado, así como la imposibilidad de continuar desempeñando su labor.

La Compañía se reserva el derecho de investigar y contrastar la exactitud de las pruebas que el asegurado presente.

4.6. Incorporación de soluciones digitales al proyecto

4.6.1. Integración de servidores web para comercialización del producto en páginas de socios estratégicos

Como parte de la adaptación a las nuevas tendencias en la tecnología, una compañía de seguros no se puede quedar relegada de los constantes avances y necesidades de los clientes.

Para el proceso de expansión de Sweaden Seguros se ha identificado la necesidad de integrarse mediante servidores web a los aliados estratégicos con el fin de atender a los nuevos clientes y sus respectivas necesidades tecnológicas.

Conceptualización

Para la aseguradora, es necesario aumentar las ventas a través del canal digital esto permitirá aumentar nuestro alcance a clientes más jóvenes y para aquellos que necesitan soluciones inmediatas.

El objetivo de la aplicación es aumentar un porcentaje considerable en las ventas trimestrales. Los clientes que contraten su póliza por la página web podrán tener su factura y contrato inmediatamente para su respaldo.

4.6.2. Integración de la interfaz de la aseguradora en la página web de una cooperativa

La integración de la interfaz en la página web para el desarrollo del proyecto de comercialización de un producto de seguro de desempleo, es fundamental, ya que el objetivo es venderlo a través de un canal masivo, minimizando en mayor medida cualquier tipo de dolor que pueda tener el asegurado al contratar la póliza, pagarla y en la notificación de reclamos.

Por tanto, hemos decidido integrar la interfaz de la aseguradora en la página web de una cooperativa, para que el cliente, pueda observar el seguro de desempleo como un producto adicional, a los que te ofrece por su giro de negocio este socio comercial.

Hoy por hoy, el segmento de cooperativas en el país, no tiene un mayor desarrollo tecnológico ni tampoco inversión en dicha área, a causa de la falta de liquidez que se ha venido

generando. Como respuesta a esto, queremos proponer el menor desarrollo e inversión tecnológico posible en un inicio, para no parar la implementación y comercialización del producto, sino más bien, para generar ventas por este medio, que no sean mucho más costosas para los involucrados y que nos permitan a mediano plazo ganar rentabilidad y liquidez para seguir innovando.

1. Accesibilidad y Conveniencia

Disponibilidad 24/7: La página WEB permitirá que los usuarios accedan a sus cuentas para realizar pagos, notificar reclamos o recibir asistencia en cualquier momento.

2. Mejora en la Atención al Cliente

Soporte en inmediato: A través de la página WEB se puede dar un mejor y más ágil servicio al cliente mediante chats, bots o llamadas.

3. Optimización de Procesos Internos

Reducción de Costos: Automatizar tareas y permitir que los clientes gestionen sus necesidades a través de la página WEB reducirá la carga laboral generando una disminución de costos operativos.

Notificación de Reclamos: A través de la página WEB se podrán notificar los reclamos para su posterior proceso.

4. Fidelización del Cliente

La interacción entre el asegurado y la compañía de seguros, a través de la página web brinda una atención más personalizada, lo que fomenta la fidelidad a lo largo del tiempo.

5. Recopilación de Datos y Análisis

La página WEB ofrecerá una fuente de datos de los clientes que permitirá tomar mejores decisiones respecto a la mejora continua de los productos, personalización y también ayudará a las nuevas estrategias de mercadeo.

6. Innovación y Competitividad

Tener una página WEB moderna y funcional puede ayudarnos a diferenciarnos de la competencia y acercarnos más a nuevos mercados en crecimiento.

7. Digitalización en la distribución de seguros.

Enfocándonos en la globalización, el sector asegurador tiene grandes retos pendientes por la digitalización de sus procesos y modernización de sus canales.

El uso de la tecnología ayuda desde una correcta suscripción hasta las inversiones que permitirán garantizar el cumplimiento de los objetivos de la organización. Así como también, su interacción con los clientes y socios comerciales (Cooperativas y brokers).

Las aseguradoras vienen en un largo proceso de implementación de tecnologías digitales para mejorar la eficiencia operativa, la experiencia del cliente y la gestión de riesgos a través de herramientas de CRM, análisis de datos y mejoramiento de procesos.

La Inteligencia Artificial está revolucionando el mundo entero y el sector de seguros no se puede quedar atrás.

En lo referente al producto “Seguro de desempleo” nos permitirá ajustar de mejor manera las tasas según los riesgos que representa un potencial cliente por sus rangos de salario, estabilidad laboral, edades y otros parámetros más a considerar para una adecuada suscripción.

Para la mejor adaptación de procesos a un nuevo producto es indispensable implementar nuevas funcionalidades:

4.6.3. Propuesta de diseño dentro del portal de la Cooperativa Daquilema (principal socio de Sweaden Seguros S.A. (por número de pólizas vendidas))

Para el plan piloto de la aplicación de nuestra asociación de INSURTECH se ha elegido iniciar con la Cooperativa que más ventas registra en sus gestiones de “banca seguros”. El portal web de la cooperativa Daquilema, en el segmento de productos para el proceso de comercialización y emisión de la póliza tendrá la siguiente visualización:

Figura 26

Página web Sección productos



Nota: La figura muestra la una captura de la página web de la cooperativa aliada. Elaborado por los autores.

Figura 27

Prototipo venta seguro de desempleo



Nota: La figura muestra el prototipo de la comercialización para el producto de desempleo dentro de la página web de la cooperativa. Elaborado por los autores.

4.6.3.1. Presupuesto inicial.

Tabla 10

Presupuesto

Actividad / Recurso	Valor (USD)
Integración a sitio web	\$2.400
Panel de administración	\$2.400
Idioma	Único idioma: \$0

Nota: La tabla muestra el presupuesto de inversión para la propuesta de integración en la página web con el sponsor. Elaborado por los autores.

4.6.4. Ciberseguridad

Es importante tener en cuenta que las nuevas tecnologías también acarrean una inversión constante en seguridad. La aseguradora no puede obviar la necesidad y obligatoriedad de protección de datos de sus clientes.

Sweaden en sus protocolos de seguridad serán revisados al menos una vez cada 6 meses para estar actualizados en los constantes riesgos cibernéticos. De tal manera que se reducirá el riesgo de pérdidas económicas por paralización del negocio, sanciones de los órganos de control y sobre todo mantener la confianza de nuestros clientes.

4.6.5. Retos y Estrategias para la Fidelización de Clientes

Los desafíos más importantes que tienen las compañías de seguros es el impulso de la fidelización de clientes y atraer nuevas ventas para la compañía.

Las herramientas de INSURTECH no solo nos ayudan a incrementar ventas sino también a mejorar nuestras estrategias de postventa, potenciar la fidelización y promover nuevas ventas a través de estrategias como:

Programa de Recompensas: Como una segunda etapa posterior al lanzamiento de la aplicación Sweaden Contigo se planifica ofrecer un programa de lealtad donde los clientes se vean beneficiados de premios y/o descuentos por contratar el seguro de desempleo y los demás servicios de la compañía. Así también considerar recompensas por pagos anticipados de pólizas, recomendaciones de referidos.

Cross-Selling y Upselling: Estas herramientas permitirán generar datos que nos ayuden a identificar oportunidades de upselling (aumentar la cobertura del seguro de desempleo) o cross-selling (ofertar otros tipos de seguros que ofrece la compañía).

4.7. Sostenibilidad

El cambio climático en la actualidad es uno de los desafíos más importantes que estamos experimentando. Los efectos han redefinido la forma en que las aseguradoras perciben y gestionan los riesgos.

Fenómenos naturales como huracanes, inundaciones, sequías e incendios forestales ocurren actualmente con mayor frecuencia y estos generan pérdidas importantes, no solo para las empresas, sino también para la humanidad.

El sector asegurador debe también hacer frente a dichos factores, por lo que es imprescindible implementar y diseñar operaciones que garanticen el cumplimiento normativo.

Parte de la gestión que deben hacer las aseguradoras, es reducir la huella ambiental, mejorando la sostenibilidad del departamento de TI mediante servicios integrales como nubes que permitan el adecuado almacenamiento y digitalización de la documentación.

Nos encontramos en una etapa de transformación que permitió desarrollar procesos en diferentes áreas de la compañía para la cual Sweaden Seguros propone implementar la sostenibilidad en varios aspectos del giro de negocio.

4.7.1. Sostenibilidad del Negocio.

- Crear productos que estén diseñados para disminuir riesgos relacionados con el cambio climático y que promuevan la adaptación a los eventos catastróficos asociados a la implementación de soluciones de mitigación.
- Ofrecer asesorías a los asegurados sobre la concientización de reducir los riesgos climáticos adoptando prácticas sostenibles.
- Incentivar la implementación de nuevas tecnologías como IA y Big Data para la

evaluación más precisa de riesgos sobre todo los inherentes al cambio climático.

- Estructuras digitales y sostenibilidad: Mantener la actualización constante de las plataformas digitales, y desarrollo de nuevas estructuras que mejoren la gestión de los contratos de seguro, reduciendo el uso de papel, y por ende la huella ecológica de la aseguradora.

4.7.2. Sostenibilidad del Cliente.

Consolidar la relación con nuestros principales clientes y socios comerciales a través de nuestro canal de atención cliente y herramientas digitales que permitirán una mejor y más cercana comunicación.

- Pensando en el bienestar de los asegurados se ha implementado modalidades de formas de pago, incluso el pago en línea.
- Además, es fundamental apoyar iniciativas locales que promuevan el empleo y el desarrollo económico en las comunidades donde operan las compañías de seguros.
- También proponemos la realización de acciones de voluntariado corporativo, centradas en la formación profesional y el desarrollo de habilidades.
- Finalmente, sería beneficioso implementar campañas de comunicación interna que sensibilicen a los empleados sobre la importancia de la sostenibilidad y los motiven a participar activamente.

- Comunicar externamente las iniciativas de sostenibilidad para fortalecer la reputación de la aseguradora.

4.7.3. Sostenibilidad con el medio ambiente.

Efectuar cambios significativos para el medio ambiente, a través de las siguientes acciones:

- Ahorro de agua potable mediante el cambio de grifos tradicionales a automáticos/temporizados.
- Incentivar a apagar los equipos y desenchufarlos aparatos al finalizar la jornada laboral.
- Implementación de un programa de reciclaje más amplio, clasificación de diferentes tipos de residuos (papel, plástico, vidrio, orgánicos) y alianza con empresas recicadoras.
- Reducir el consumo de papel: digitalizar procesos y utilizar papel reciclado.
- Formar a los empleados y socios comerciales sobre los principios de sostenibilidad y su aplicación en el trabajo diario.
- Evaluar la posibilidad de instalar paneles solares en las oficinas para generar parte de la energía requerida.

- Evaluar la posibilidad de certificar la oficina según estándares de construcción sustentable (LEED, EDGE)
- Utilizar materiales de construcción sostenibles en futuras remodelaciones o construcciones.

Sweaden tiene como promesa sostenible, minimizar el impacto y realizar revisiones constantes para mitigar riesgos.

4.7.4. Políticas de sostenibilidad empresarial.

En la actualidad, las políticas de sostenibilidad son fundamentales para garantizar que la compañía opere de manera responsable con respecto al medio ambiente, la sociedad y la economía; al mismo tiempo que asegura su crecimiento a largo plazo y una mejor proyección de su imagen corporativa hacia los clientes y el medio en general. Estas políticas abordan diversas áreas y deben estar en consonancia con los principios de Responsabilidad Social Empresarial (RSC).

A continuación, se detallan dos acciones claves que se proyectan a aplicar en SWEADEN SEGUROS S.A. para el 2025:

1. Sostenibilidad Ambiental

Certificación de Carbono Neutro: Sweaden Seguros tiene previsto adoptar una certificación de carbono neutro para el año 2025. Estamos comprometidos con la búsqueda constante de soluciones ecológicas e innovadoras, todas ellas dirigidas a reducir y compensar nuestra huella ambiental.

Se incentiva a todo nuestro equipo humano a reducir el consumo de energía, papel, combustible, así como también de la correcta clasificación de desechos tanto en nuestras oficinas como en sus propios hogares.

Desarrollo de Productos Verdes / Eco Amigables: Incentivar mejores tasas para vehículos eléctricos o para industrias que tengan implementadas acciones que favorezcan al medio ambiente (uso de energía limpia, reducción de basura, proyectos de reciclaje, etc.

2. Sostenibilidad Social

Bienestar de los Empleados: Implementar políticas que promuevan la diversidad e inclusión, el bienestar laboral, la capacitación continua y la equidad salarial. Fomentar el crecimiento profesional de los empleados dentro de la institución para que ante la apertura de nuevas plazas, estas sean primero seleccionados dentro del personal.

Compromiso con la Comunidad: Fomentar inversiones en programas sociales donde se capacite a sectores vulnerables en temas financieros, laborales, programas de ayuda social y a instituciones sin fines de lucro.



El programa “Sweaden tu amigo seguro” permite también que el personal de la compañía voluntariamente decida a colaborar asistiendo a dictar los talleres de ayuda a la comunidad u otros proyectos sociales que puedan irse desarrollando a través del tiempo.

Capítulo 5

5. Conclusiones y aplicaciones

5.1. Conclusiones generales

El desarrollo de un producto de desempleo contribuye a la reducción del nivel de pobreza, demostrando que este proyecto aporta a la sociedad como una medida importante de protección económica, permitiendo a las familias proveerse durante los próximos meses mientras se encuentran en inactividad laboral.

Es por eso, que el desarrollo de este producto, accesible y con coberturas adaptadas a la necesidad del cliente, juega un rol importante en la mitigación del impacto negativo que las bajas de empleo causan, brindando seguridad a las familias ecuatorianas siendo un soporte a corto plazo y contribuyendo a la recuperación económica.

Por otra parte, la presente implementación del seguro de desempleo no solo ayuda a mantener la calidad de vida y el nivel de consumo del asegurado, sino también aporta a la reducción de la brecha de desigualdad y promoviendo el bienestar social de la población.

5.2. Conclusiones específicas

5.2.1. Análisis del cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Se muestra que el nicho de mercado se definió identificando una oportunidad en una problemática económica del país donde los trabajadores bajo relación de dependencia o independientes que cuenten con historial crediticio a través de cooperativas pueden ser beneficiarios del seguro de desempleo.

Las políticas de suscripción y tarificación se definieron de manera clara y adecuada generando una estructura de precios accesibles para los clientes y rentable para la empresa, permitiendo avizorar la sostenibilidad del producto a largo plazo.

El producto se encuentra diseñado para integrarse en la página web de las cooperativas permitiendo una comercialización sencilla a través del canal de distribución.

5.2.2. Contribución a la gestión empresarial.

Como esquema general se puede señalar las siguientes contribuciones:

- Impacto directo en la industria de seguros al ofrecer una nueva alternativa que permite abordar una amenaza como es el desempleo.
- Diseño de un producto rentable que brinda sostenibilidad a largo plazo y ofreciendo una solución accesible, útil y rentable para los clientes.

- Optimización de la comercialización y distribución del seguro mediante el uso de herramientas digitales como una página web, mejorando la eficiencia operativa de la aseguradora.

5.2.3. Contribución a nivel académico.

Como contribución al nivel académico la presente tesis aporta a:

- Nuevos conocimientos sobre los seguros de desempleo y la gestión de riesgos en consideración a la preocupación central de nuestro nicho de mercado que es el desempleo.
- Nuevos enfoques en la tarificación y suscripción en seguros.
- Impulso al estudio de la sistematización y digitalización en el sector asegurador permitiendo cambiar los paradigmas sobre las plataformas digitales, dada la importancia a la integración de herramientas tecnológicas, permite mantenerse a la vanguardia, algo que es crucial en estos momentos para el sector de seguros.

5.2.4. Contribución a nivel personal

La contribución a nivel personal ha permitido:

- Desarrollo de habilidades de investigación siendo un punto clave para el desarrollo y diseño de nuevos productos que permitan satisfacer una necesidad económica actual.

- Uso de tecnologías emergentes en el sector asegurador, brindando nuevos conocimientos tecnológicos que aportan a la transformación en la comercialización de productos.
- Fortalecimiento en la capacidad de gestión a través de la organización de ideas que permita presentar una solución de manera clara y específica; es decir, contribuye a la comunicación efectiva del grupo.

5.3. Limitaciones a la Investigación / Proyecto

Durante el proceso de investigación y desarrollo del producto se ha considerado las siguientes limitaciones:

- Cultura de seguros: los ecuatorianos no tienen dentro de sus prioridades la adquisición de un producto que sirva de protección financiera.
- Recursos financieros para el desarrollo del seguro de desempleo la inversión es un factor importante que abarca: el diseño del producto, campañas de marketing, implementación de soluciones tecnológicas, entre otras, afectando la capacidad de la aseguradora para lanzar el producto de manera efectiva. Es por eso la importancia del manejo de recursos de manera estratégica.
- Integración de plataformas digitales: actualmente la creación de plataformas digitales es crucial para cumplir con el objetivo y la dificultad de una integración

tecnológica podría afectar a la adopción del producto y su eficiencia operativa.

Es decir que estas medidas deberán ser cuidadosamente monitoreadas a fin de evitar afectar la viabilidad, efectividad y rentabilidad a largo plazo del producto de desempleo en el mercado.

5.4. Recomendaciones

- El desarrollo de este tipo de proyectos enfocados en las necesidades actuales del mercado ecuatoriano y poniendo en práctica los conocimientos aprendidos en cátedra, son de gran beneficio para la sociedad, porque no solamente se genera rentabilidad para un cierto sector, sino también, se contribuye a proteger la estabilidad financiera de un grupo de personas.
- Para reforzar la cultura de seguros en nuestros país, es de vital importancia consolidar alianzas estratégicas con el sector público y el privado
- Para asegurar la viabilidad de los productos de seguros, se sugiere a las aseguradoras implementar una sólida gestión de riesgos basada en datos locales y en las experiencias de empresas internacionales. Esto implica una cuidadosa evaluación de los riesgos, una adecuada determinación de las primas y la implementación de medidas de control para minimizar las pérdidas.

Bibliografía

ESIC Business & Marketing School. (agosto de 2022). *Business & Marketing School esic.*

Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/que-es-insurtech-y-cual-es-su-impacto-c>

Allianz. (2024). *Allianz*. Obtenido de <https://www.allianz.es/descubre-allianz/mediadores/diccionario-de-seguros/t/tarificacion.html#:~:text=Una%20tarificaci%C3%B3n%20es%20la%20acci%C3%B3n%20de%20aplicar%20a,del%20seguro%20y%20as%C3%AD%20proteger%20el%20bien%20asegurado.>

Congreso Nacional del Ecuador. (2023). *Código del Trabajo*. Quito: Ediciones Lagales.

Contabilidad y Finanzas. (2023). *Contabilidad y Finanzas*. Obtenido de <https://contabilidadfinanzas.com/blog/que-son-las-cooperativas/>

COSEDE. (septiembre de 2014). *LEY GENERAL DE SEGUROS*. Obtenido de *LEY GENERAL DE SEGUROS*: <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/LEY-GENERAL-SEGUROS.pdf>

Equisoft. (2024). *Equisoft*. Obtenido de Equisoft

FasterCapital. (2024). *FasterCapital*. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/palabra-clave/f%C3%B3rmula-calcular-%C3%ADndice-siniestralidad.html>

Finanzas Populares. (26 de mayo de 2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales*. Obtenido de https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf

Fundación MAPFRE. (2024). *Fundación MAPFRE*. Obtenido de

<https://www.fundacionmapfre.org/publicaciones/diccionario-mapfre-seguros/riesgo/>

Grupo Banco Mundial. (2018). <https://www.bancomundial.org/ext/es/home>. Obtenido de

<https://www.bancomundial.org/ext/es/home>:

<https://www.bancomundial.org/ext/es/home>

In Solidum Abogados. (2024). *In Solidum Abogados Home*. Obtenido de

<https://insolidumabogados.com/despido-intempestivo/>

Institución Nacional de Estadísticas y Censos. (2024). *Institución Nacional de Estadísticas y*

Censos: Home. Obtenido de Institución Nacional de Estadísticas y Censos: Home:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2024). *IESS Home*. Obtenido de

<https://insolidumabogados.com/despido-intempestivo/>

Junta de política y regulación financiera. (11 de abril de 2024). *Resolución No. JPRF-S-2024-*

0106. Obtenido de <https://jprf.gob.ec/wp-content/uploads/2024/04/Resolucion-No.-JPRF-S-2024-0106-Microseguros.pdf>

Ludeña, J. A. (19 de febrero de 2024). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/desempleo-paro.html>

Organización Internacional del trabajo OIT. (2019). *Organización Internacional del trabajo*

OIT. Obtenido de Organización Internacional del trabajo OIT: <https://www.ilo.org/es>

Roberto, V. B. (1 de abril de 2020). <https://economipedia.com/definiciones/seguro.html>.

Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/seguro.html>

Ruiz, R. (agosto de 2023). *Seguros & Finanzas*. Obtenido de

<https://www.segurosyfinanzashoy.com/asegurado-que-es-definicion-y-concepto/>

SumUp Limited. (2024). *SUMUP*. Obtenido de <https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/seguro-desempleo/>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2024). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros Home*. Obtenido de

https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf

Superintendencia de Economía Popular y Solidario. (21 de septiembre de 2024). *Sistema de Gestión de Organizaciones del Sector Financiero*. Obtenido de

<https://www.gob.ec/seps/tramites/consultas-informacion-general-ambito-competencia-superintendencia-economia-popular-solidaria#:~:text=Ingresar%20al%20siguiente%20link%3A%20https,y%20realizar%20a%20consulta%20requerida.>

Sweaden Seguros SA. (2024). *SWEADEN Seguros*. Obtenido de SWEADEN Seguros:

<https://sweadenseguros.com/>

UAI Noticias. (14 de mayo de 2019). *El portal de noticias de la Universidad*. Obtenido de

<https://noticias.uai.edu.ar/bienestar/trabajo-y-pasant%C3%ADa/qu%C3%A9-es-un-trabajo-bajo-relaci%C3%B3n-de->

dependencia/#:~:text=En%20el%20trabajo%20en%20relaci%C3%B3n,del%20producto%20de%20su%20trabajo.

Vázquez, B. R. (01 de abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/seguro.html>