

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Posgrados

Appsegúrate!

Proyecto de investigación y Desarrollo

William Fernando Condor Tapia

**Carlos Córdova Zapata, Msc.
Director de Trabajo de Titulación**

Trabajo de titulación de posgrado presentado como requisito
para la obtención del título de Máster en Gerencia Bancaria y Financiera

Quito, 28 de junio de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE POSGRADOS

HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Appsegrate!

William Fernando Condor Tapia

Carlos Córdova Zapata
Msc.
Director del Trabajo de Titulación

Santiago Mosquera
PhD.
Director del Programa de Maestría en Gerencia Bancaria y Financiera

Hugo Burgos
PhD.
Decano del Colegio de Posgrados

Quito, junio de 2021

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombre del estudiante: William Fernando Condor Tapia

Código de estudiante: 00212808

C.I.: 1714012562

Lugar y fecha: Quito, 28 de junio de 2021.

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following graduation project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

DEDICATORIA

A mi familia.

Este trabajo, y toda la carrera de posgrado, está dedicado de manera especial a mi mamá, a quien le debo todo en esta vida, y que siempre ha creído en mí; sin quien todo el apoyo incondicional (en todo sentido) esto no hubiera sido posible. Por su dedicación, amor, ejemplo y esfuerzo incansable, que me inspira y enseña siempre que el trabajo honesto y bien hecho tiene su recompensa.

A mis sobrinos, Kami, Tefo, Romi, que son mi vida y me alegran todos los días, por quienes busco ser mejor, que me enseñan más allá de lo posible y a quienes quiero guiar con el ejemplo.

RESUMEN

La contratación de seguros como medida de prevención ante siniestros y contingencias en el Ecuador no ha mostrado mayor acogida por la población del país en los últimos años, dejando en exposición ante distintos riesgos sin las medidas adecuadas para disminuir las afectaciones una vez ocurrido un siniestro. Si bien la oferta de pólizas de seguros puede ser amplia en nuestro mercado, en este caso particular se hará énfasis en la oferta y demanda de seguros de personas (accidentes, asistencia médica, vida individual).

La falta de información, limitación en el acceso a información precisa y la complejidad en los contratos de seguros ha hecho que el mercado no se expanda. La propuesta para generar un mayor alcance en el mercado y captar la atención del segmento de la población no asegurado se ha establecido por medio de la *Fintech Appsegúrate!*, la cual busca llegar de manera más precisa, amigable y simplificada para la adquisición de pólizas de seguro

Appsegúrate! se desempeñará como un bróker online que presentará al usuario, de acuerdo con su edad, género, preferencias y poder adquisitivo, las mejores opciones para contratar seguros personales, sin las complicaciones de los brókeres y aseguradoras tradicionales.

Palabras clave: Appsegúrate!, seguros, Insurtech, emprendimiento, internet, vida, salud

ABSTRACT

The insurance contracting as a preventive measure against accidents and contingencies in Ecuador has not shown greater acceptance by the population of the country in recent years, leaving them exposed to different risks without adequate measures to reduce the effects once an accident has occurred. Although the offer of insurance policies may be wide in our market, in this particular case, emphasis will be placed on the supply and demand of personal insurance (accidents, medical assistance, individual life).

The lack and limited access to information, and the complexity of insurance contracts have prevented the market from expanding. The proposal to generate a greater reach in the market and attract the attention of the uninsured segment of the population has been established through the Fintech Appsegúrate!, which seeks to reach a more precise, friendly and simplified way for the acquisition of insurance policies.

Appsegúrate! will act as an online broker that will present the user, according to their age, gender, preferences and purchasing power, the best options for contracting personal insurance, without the complications of traditional brokers and insurers.

Key words: Appsegúrate!, insurance, Insurtech, entrepreneurship, internet, life, health

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA Y ANÁLISIS REGULATORIO.....	11
1. Descripción del problema.....	11
2. Métrica	16
3. Análisis Regulatorio.....	19
CAPÍTULO II: DISEÑO Y CREACIÓN	21
1. Customer Journey Map (CJM)	21
2. Prototipos.....	23
2.1. Prototipo N° 1	23
2.2. Prototipo N° 2.....	25
2.3. Prototipo N° 3.....	26
3. Canvas de propuesta de valor	28
4. Estrategia de implementación.....	29
CAPÍTULO III: BUSINESS MODEL CANVAS	30
1. Customer Segment	30
2. Value proposition.....	32
3. Channels	32
4. Customer Relationship	33
5. Key activities	33
6. Key Partners	35
7. Key resources	36
8. Cost Structure	37
9. Revenue Streams.....	38
CAPÍTULO IV: LEVANTAMIENTO DE CAPITAL Y CONCLUSIONES	40
1. Fuentes de capital de trabajo	40
2. Negocio en marcha	42
3. Conclusiones.....	46
REFERENCIAS.....	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Customer Journey Map.....	21
Tabla N° 2: Estrategia de implementación.....	29
Tabla N° 3: Segmentación demográfica.....	30
Tabla N° 4: Estructura financiera de costos y gastos.....	37
Tabla N° 5: Business Model Canvas.....	39
Tabla N° 6: Fuentes de financiamiento.....	42
Tabla N° 7: Destino de los fondos.....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Principales aseguradoras en el Ecuador.....	13
Figura N° 2: Principales seguros emitidos en Ecuador.....	14
Figura N° 3: Penetración de seguros en Ecuador y América Latina.....	16
Figura N° 4: Distribución acceso internet móvil y fijo.....	18
Figura N° 5: Prototipo “servilleta” – página inicial.....	23
Figura N° 6: Prototipo “servilleta” – introducción información.....	23
Figura N° 7: Prototipo “servilleta” – despliegue opciones.....	24
Figura N° 8: Prototipo “servilleta” – selección de plan.....	24
Figura N° 9: Prototipo “modelo operativo”	25
Figura N° 10: Prototipo “Look and Feel” – Página inicial.....	26
Figura N° 11: Prototipo “Look and Feel” – Perfil potencial asegurado.....	26
Figura N° 12: Prototipo “Look and Feel” – Resultados con base en perfil.....	27
Figura N° 13: Prototipo “Look and Feel” – Contrato Seguro escogido.....	27
Figura N° 14: Prototipo “Look and Feel” – Detalle Seguro escogido.....	28
Figura N° 15: Value Proposition Canvas.....	28
Figura N° 16: Value Propositon.....	32

CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA Y ANÁLISIS REGULATORIO

1. Descripción del problema

El seguro es una medida de protección, un contrato que permite cubrir una contingencia en la cual el asegurado paga el valor de una prima a una compañía aseguradora, la cual dado un siniestro se encargará de reponer el daño. La oferta de seguros puede agruparse en dos categorías: seguros de personas y seguros contra daños, los cuales cubren de riesgos a individuos y a bienes, respectivamente.

En este caso en particular, se enfatizará en la oferta (y demanda) de seguros de personas (accidentes, asistencia médica, vida individual), lo cual es un segmento no desarrollado en el país. Por medio de cifras de fuentes públicas se espera validar que el Ecuador, a pesar de ser un país en vías de desarrollo y contar con estadísticas significativas de desempleo y pobreza, presenta oportunidades para el desarrollo de la industria de seguros a personas.

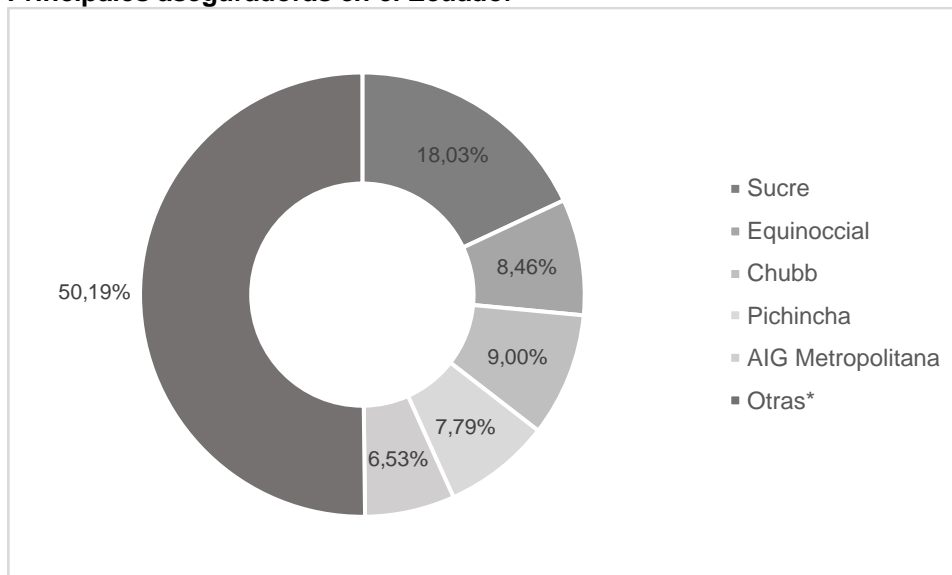
La solución planteada al problema de la oferta y demanda de seguros en el país se centrará en la aplicación de *Financial Technology* o *Fintech* (en este caso en particular, debido a la industria será referirá también como *Insurtech – Insurance Technology*), la cual por medio de los avances y alcances tecnológicos permita a las aseguradoras/bróker de seguros ofertar de manera práctica su cartera de productos y, a la vez, ayude al consumidor a la evaluación de seguros de manera remota, rápida y de fácil acceso. Se plantea analizar la implementación de esta tecnología, siguiendo el ejemplo de la plataforma Queplan.cl la cual, de acuerdo con el perfil del usuario, oferta distintas compañías y planes de seguros para que el usuario evalúe la posibilidad de adquisición y cobertura de acuerdo a sus necesidades y posibilidades.

El mercado de seguros en el Ecuador es una industria en crecimiento, no madura que, de ser aprovechada, puede aportar positivamente tanto a los consumidores individuales como a la economía en general. Si bien la industria ha presentado un incremento en la emisión de primas totales entre 2018 y 2019, la mayor participación en el mercado se centra en seguros de vida colectivos y vehiculares, con una participación reducida de seguros personales.

Según las cifras presentadas por la Federación Ecuatoriana de Empresas de Seguros (Fedeseq), al cierre de 2019, el Ecuador cuenta con 40 tipos distintos de seguros, cuya emisión ha crecido respecto del 2018. Sin embargo, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador (BCE), al cierre de 2019, las actividades de servicios financieros y financiación de planes de seguro, excepto seguridad social (indicador que incluye a la emisión de seguros), aportan apenas un 2,65% al total del Producto Interno Bruto (PIB), con una proyección de decrecimiento para el 2020. Esto demuestra que, pese al ligero crecimiento anual reportado por la Fedeseq, esta industria aun no aporta significativamente en la economía nacional.

Por su parte, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS) regula y recopila y publica la información del mercado de seguros del Ecuador. De acuerdo con sus registros estadísticos, el mercado local cuenta con un total de 30 empresas aseguradoras. Cerca del 50% de las primas netas emitidas se agrupan en 5 compañías, y los principales productos adquiridos son Vida Colectiva, Vehículos y Seguros de Incendios, los cuales concentran cerca del 58% del mercado en Ecuador.

Figura N° 1
Principales aseguradoras en el Ecuador



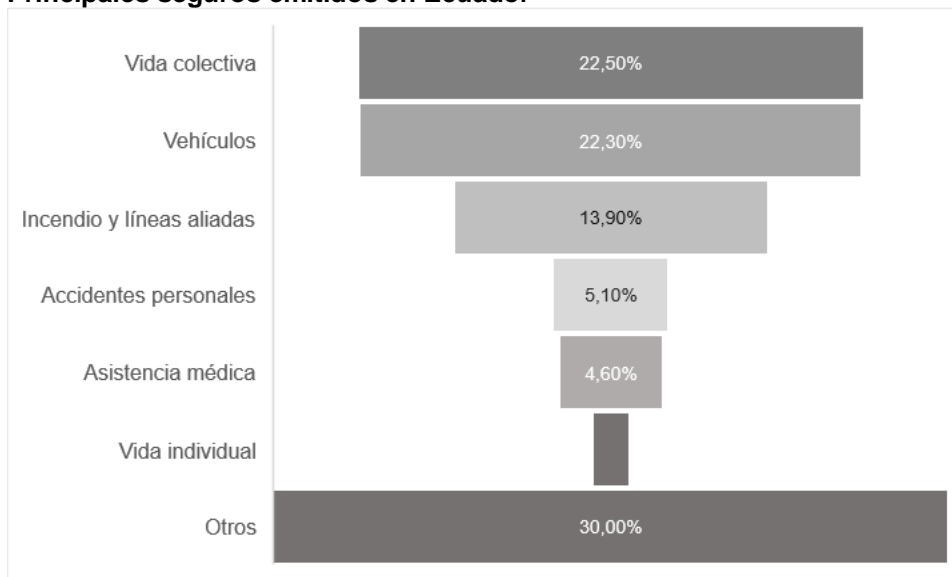
Fuente: FEDESEG

Al cierre del 2019, el seguro con mayor presencia y acogida es Vida Colectiva (22,5% de participación), el cual cubre a un grupo de personas vinculadas a una institución; generalmente estos son contratados por empresas y se brindan a empleados mientras se encuentren bajo relación de dependencia laboral. El seguro vehicular, el cual cubre de siniestros al vehículo del asegurado y a un tercero, se ubica en segundo lugar con 22,3%. El tercero es el seguro de incendios (13,9% de participación), el cual protege los bienes del asegurado en caso de incendio y sus secuelas.

Los seguros individuales relacionados con la salud y seguridad de la persona no presentan mayor acogida en el mercado local al cierre del 2019. La participación del seguro de accidentes personales (5,1%), asistencia médica (4,6%) y vida individual (1,6%) llegan a representar apenas el 11,3% del total de la prima emitida al cierre del año. Estas cifras recopiladas por la Fedeseg muestran que el mercado cuenta con opciones de crecimiento, lo cual, apalancado en la

coyuntura actual por el COVID-19, podría abrir nuevas oportunidades a las aseguradoras y consumidores finales.

Figura N° 2
Principales seguros emitidos en Ecuador



Fuente: FEDESEG

De esta manera, se puede comprobar que consumidor local se inclina por la contratación de planes de seguro para bienes (vehículos) y por aquellos necesarios para realizar alguna actividad económica en particular (vida colectiva, incendios). La poca acogida hacia los seguros individuales podría justificarse por factores como la falta de información, educación, planificación, poder adquisitivo, situación laboral, entre otros.

De acuerdo con una investigación realizada por Diario El Universo, basada en información pública del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) *“no todos pueden costear un seguro privado de asistencia médica. Solo el 10,7% de la población con empleo lo tenía en diciembre de 2019, según la última cifra laboral. Y el 29% de los que laboraban estaban afiliados al IESS”*. (Diario El Universo; agosto 2, 2020)

La falta de acceso a un seguro privado se encuentra estrechamente relacionado con el nivel de pobreza en el país. Los habitantes de una economía cuyos índices de pobreza sean elevados, recurrirán a cubrir necesidades básicas antes que gastos no habituales como, entre otras, la afiliación a seguros privados. Conforme lo presentado por el INEC en su Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) actualizada a junio de 2019, se considera a una persona como pobre si su nivel de ingresos familiar per cápita es menor a USD 85,03 mensuales y como extrema pobreza si percibe menos de USD 47,90. Así, de acuerdo con el BCE, para diciembre de 2019 el nivel de pobreza en el Ecuador ascendió al 25% de la población nacional y la pobreza extrema fue de 8,9%, un aumento en la medición realizada el año precedente.

Estos índices se relacionan directamente con el empleo en el país. De acuerdo con el BCE al cierre de 2019 la Población Económicamente Activa (PEA) fue de 62,3%. Apenas, el 48% de la PEA (3,1 millones de habitantes) se encuentra en pleno empleo que brinde y cumpla con los requerimientos básicos sobre la afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

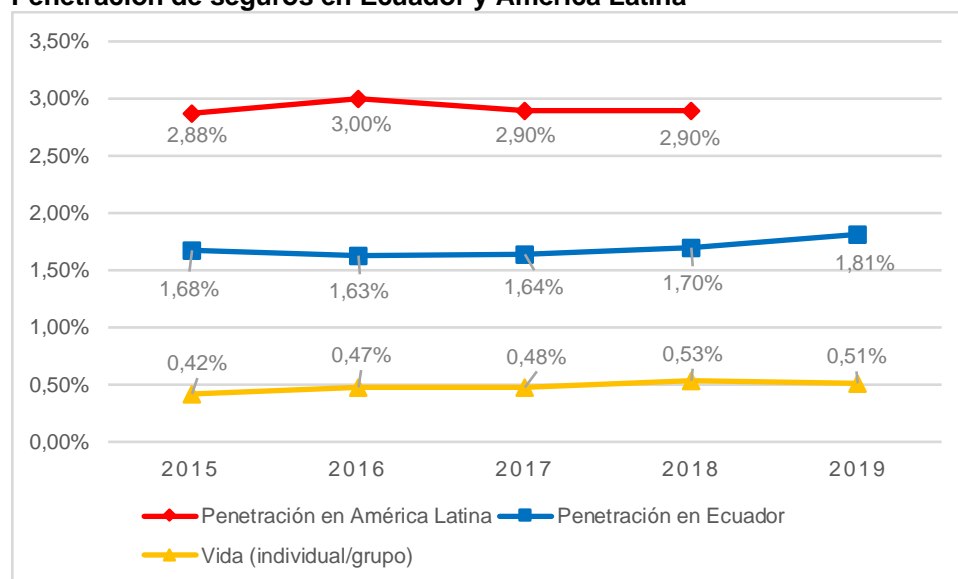
En un país con un porcentaje significativo de pobreza/pobreza extrema, con niveles de desempleo y subempleo superior al 20% de la PEA, con salud gratuita en cerca de 1.940 centros de salud a escala nacional, y falta información o de educación y planificación a mediano y largo plazo, la oferta de seguros de vida y salud cuenta con obstáculos para su desarrollo.

Un limitante a superar para el crecimiento de las empresas de seguros es poder concientizar a la población sobre los beneficios de un seguro de salud y vida privado, tratando de proporcionar la información que demuestre que un seguro es una inversión a futuro, ya que los costos por cuidados de salud o vida en un tiempo determinado pueden ser más elevados que el pago de una prima de seguro.

2. Métrica

El principal problema que se busca cubrir por medio de la implementación de la *Insurtech* es aumentar el alcance de los seguros en el Ecuador. Con base en la información de la SCVS en el Estado Técnico Financiero de las Compañías de Seguros, y la información histórica del BCE, se puede establecer la penetración que tiene el mercado local en la relación existente entre primas emitidas por empresas aseguradoras y el PIB.

Figura N° 3
Penetración de seguros en Ecuador y América Latina



Fuente: SCVS / BCE / MAPFRE

Como se puede observar en la gráfica precedente, y en contraste con la información del mercado latinoamericano obtenido del Estudio de Mercados de MAPFRE, la penetración del mercado en Ecuador se mantiene por debajo del promedio de la región, a pesar de contar con un crecimiento en 2019 de 6,47%, respecto del 2018. El segmento objetivo principal para la aplicación de la *Insurtech* es cubrir el segmento de vida/salud, el cual presenta una participación baja en la penetración con 0,51% a 2019, un descenso de 3,77% en comparación con 2018.

Con base en la información de fuentes públicas se puede validar que el mercado local cuenta con dificultades en cuanto a pobreza y desempleo que conllevan a una baja penetración del mercado asegurador; sin embargo, la coyuntura actual presenta nuevas oportunidades para el sector. Bajo la emergencia generada por la pandemia, se ha podido comprobar que el seguro de vida y salud individual son necesarios para cubrir contingencias no esperadas. El alcance requerido para generar una mayor oferta y cobertura debe ser aprovechado a través de la tecnología.

El Ecuador no cuenta con una cultura de seguros establecida, en general no planifica a mediano y largo plazo, y se limita a contar con el seguro social IESS o a estar afiliado bajo seguros de vida general. La Fedeseg, en su Boletín Asegurador de junio 2020, presenta una comparación de la evolución de la prima neta emitida por ramo. Los principales seguros relacionados con la salud (asistencia médica, accidentes personales) se mantienen entre los de menor acogida por la población local.

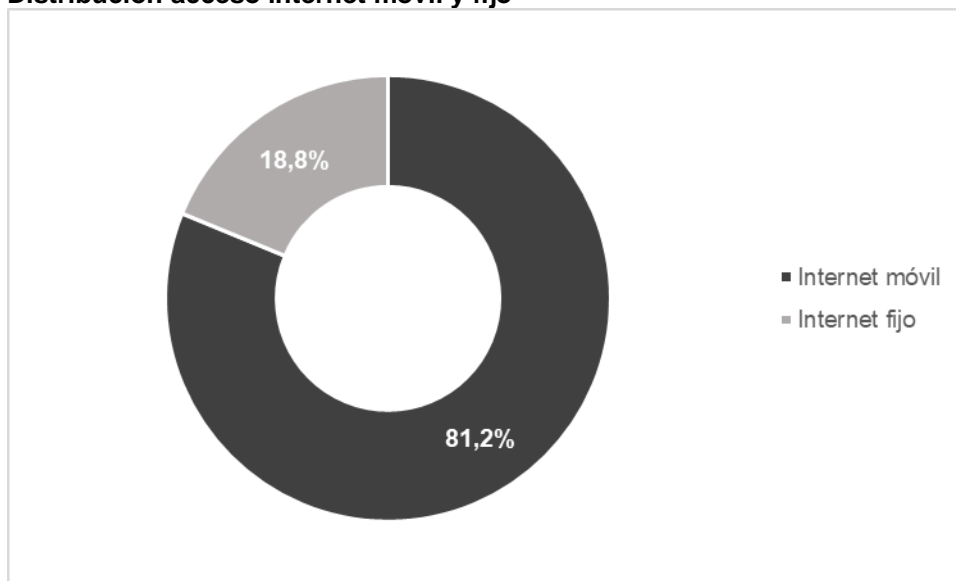
Uno de los principales problemas para la industria es que los consumidores no están correctamente informados y cuentan con problemas para asegurarse de manera rápida y asequible, acorde a sus necesidades. La clave para el sector está en llegar más rápido, directo y barato. En el mundo actual, gran parte de las actividades se llevan a cabo virtualmente, por lo cual esta una gran oportunidad para expandir el alcance del mercado.

Debido a las facilidades que ofrece el internet en la vida moderna, más que un lujo se ha vuelto una necesidad. El uso de la red ha pasado de ser único de una computadora personal u ordenador, a formar parte de la vida diaria mediante el uso en teléfonos inteligentes. De acuerdo con la información publicada por la página Internet World Stats, la tasa de penetración del

internet en la población mundial es del 62%. A esto se puede agregar que, en promedio, una persona desbloquea su teléfono celular inteligente cerca de 110 veces al día.

Acorde la información recopilada por la ARCOTEL, el crecimiento anual de los servicios y acceso a internet del Ecuador fue de 1,41% a marzo de 2020, pasando de 11.146.728 a 11.304.318 usuarios. De éstos, 9.180.715 corresponden uso de internet móvil (81.20%). La penetración del internet en el país se ubica cerca del 65%, siendo las redes sociales y aplicaciones móviles parte importante del uso de internet en celulares inteligentes (la penetración de Facebook a 2020, estimada en superar el 70%).

Figura N° 4
Distribución acceso internet móvil y fijo



Fuente: ARCOTEL

El mercado asegurador cuenta con oportunidades de crecimiento y mayor penetración por medio de la tecnología actual. La oferta de seguros vía internet, ya sea por las páginas web, redes sociales o aplicativos de acceso directo generarían mayor exposición y ayudarían a expandir la demanda de seguros de salud y vida individual, aportando a la optimización de costos para las empresas y facilidades de planes y pagos a los consumidores. En la actualidad existen ofertas

virtuales de seguros enfocados únicamente en vehículos, dejando abierta la oportunidad para otros ramos.

3. Análisis Regulatorio

Las actividades comerciales en el país se encuentran normadas en Código de Comercio, el cual busca unificar, modernizar y dar respaldo a las operaciones llevadas a cabo, en este caso en particular, en el mercado de Seguros. La normativa actual que rige el contrato de seguros en el Ecuador se puede encontrar, además, en el Código Orgánico Monetario y Financiero (COMYF); Ley General de Seguros y su Reglamento; Resoluciones de la SCVS; Codificaciones de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros / Libro III Sistema de Seguros Privados; Ley de Arbitraje y Mediación; Ley Orgánica de Defensa del Consumidor; Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos.

La evaluación de la normativa es importante para poder validar la posibilidad de introducción de *Insurtechs* al mercado ecuatoriano. De acuerdo con las normas mencionadas se ha podido comprobar que en el país no existen leyes que regulen o impidan el desarrollo de entidades *Insurance Technology*, ya que las guías y regulaciones están enfocadas en el mercado tradicional. Por lo tanto, para cualquier empresa ya instituida o en planes de establecimiento en el país no se establecen impedimentos para la creación de nuevos modelos de comercialización de seguros.

La Ley general de Seguros, las Codificaciones de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros estipulan las definiciones y requisitos para el correcto funcionamiento en la comercialización de seguros y entes reguladores, mientras que la Ley de Comercio Electrónico,

Firmas y Mensajes de Datos la cual regula el comercio electrónico sin mencionar impedimentos para que una *Insurtech* similar a *Appsegregate!* pueda ser implementada en el país.

La Ley General del Seguros, en su Título I, define quienes integran el seguro privado y quienes pueden realizar las operaciones propias de aseguradores y reaseguradores en el país. De esta manera, el Art.2 menciona que forman parte del seguro privado todas las empresas que realicen operaciones de seguros, intermediarios, peritos y asesores productores de seguros.

Se establece, además, que todas las entidades que formen parte de esta industria deberán someterse a las leyes del país y estarán bajo vigilancia y control de la SCVS.

Por otro lado, en cuanto a las Codificaciones de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros se establecen las principales clasificaciones de asesores de seguros, y los requisitos mínimos de capacidad e idoneidad para el ejercicio de las actividades en los ramos ofertados, sin excluir la venta o inhabilidad para oferta y ejercicio por medios digitales.

La ley de comercio electrónico, Firmas y Mensajes de Datos menciona que el organismo de promoción y difusión, los servicios electrónicos, para efectos de esta ley, es la Superintendencia de Telecomunicaciones, quien actuará como organismo encargado del control. Así, se establece los lineamientos en cuanto a cumplimiento de formalidades que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas para que cuenten con el mismo valor y efectos jurídicos que los señalados en la ley, dando validez y aceptación a los contratos electrónicos.








De esta manera, se ha podido validar que la aplicación de esta *Insurtech* no cuenta con impedimentos legales o de otro orden para poder entrar en funcionamiento en el país, siempre que se cumpla con los requerimientos mínimos legales establecidos por los organismos de control competentes.

CAPÍTULO II: DISEÑO Y CREACIÓN

1. Customer Journey Map (CJM)

Tabla N° 1
Customer Journey Map

Etapas	Reconocimiento del problema / necesidad	Investigación	Compra	Uso	Apoyo/Soporte	Retroalimentación	Renovación
Necesidad del cliente	Renovar la póliza/adquirir un nuevo seguro.	Comprender cómo funcionan los distintos planes de seguro. Necesidad de contar con un apoyo o guía sencilla, sin terminología complicada, o contar con alguien que pueda guiarlo en el proceso.	Tomar una decisión y adquirir el plan de seguro correcto y adecuado a sus necesidades.	En caso de emergencia, eliminar papeleos innecesarios, agilidad en atención y variedad de hospitales o centros médicos en la red.	Al realizar un reclamo de reembolso, que sea de manera rápida por formularios en línea o soporte del asegurador (bróker) para facilidad de retiro de facturas/formularios de reembolsos de gastos médicos. Contar con personal adecuado para solventar dudas sobre requerimientos para efectuar reembolsos.	Contar con una experiencia satisfactoria con la aseguradora, y ayudar y recomendar a círculo cercano (familia, amigos, compañeros) para la adquisición de un determinado plan para evitar complicaciones en caso de siniestros.	Contar con todas sus expectativas cubiertas para renovar el plan de seguros, o adquirir adicionales.
Pensamientos y puntos de dolor / incertidumbre	"mi seguro está por caducar, debo renovarlo" "el riesgo por enfermedad/muerte (por Covid) es alto, debo conseguir una póliza de seguro"	"demasiada información" "información muy técnica" "mucha <i>letra pequeña</i> " "el costo puede ser muy elevado, no está en mis planes ese gasto" "no sé qué seguro adquirir, no tengo facilidad de acceso a esa información"	"hay más opciones?" "el seguro que adquirí es el adecuado para mí (costos)?" "este seguro cubre todo lo necesario" "cómo lo uso cuando necesite?"	"mi seguro cubre esta emergencia?" "a qué hospitales puedo acudir" "tengo trato preferencial si voy a algún hospital/clínica" "si estoy lejos de un hospital en la red del seguro, me cubre si ingreso a otro que no está entre sus afiliados" "cuánto me cubre? cuánto más debo pagar para que mi seguro cubra mi emergencia?"	"espero que todos mis gastos sean cubiertos por mi seguro" "alguien puede ayudarme con el papeleo?" "existe alguien que brinde soporte o apoyo para aprovechar el máximo de mi seguro?"	"si mi aseguradora me apoya y cubre, espero que mi familia cuente con el mismo para eliminar tiempos muertos en caso de emergencia" "si mi aseguradora no me brinda el apoyo necesario, seguro que lo hago saber en su página web y redes sociales. No la recomendaría a nadie"	"si mi seguro brinda todas las facilidades y apoyo en tiempo prudente, podría renovar mi plan o adquirir adicionales para mi familia" "espero poder contactar con el agente que me vendió mi póliza, conoce mi historial de compra y sabe lo que busco"
Proceso de búsqueda de información	Redes sociales, noticieros, correo electrónico o llamada telefónica en caso de renovación.	Páginas web, redes sociales, boca a boca.	En persona, por medio de formulario electrónico, telefónicamente.	Correo electrónico	Teléfono	Redes sociales, círculo cercano.	Redes sociales, correo electrónico o llamada telefónica.

Etapas	Reconocimiento del problema / necesidad	Investigación	Compra	Uso	Apoyo/Soporte	Retroalimentación	Renovación
Canales de contacto	Correo electrónico, llamada/mensajes, agente.	Página web, agentes.	Formulario electrónico/físico, apoyo con agente.	Formulario de gastos (físico), correo electrónico, teléfono.	Personal de aseguradora	Publicación en página web de la compañía, en redes sociales, correo electrónico	Agente asegurador.
Sensaciones							
Oportunidades	Incluir algunos planes de seguro con una breve descripción de los mismos en la carta de notificación. Presentar de manera resumida en página web cuáles son los siniestros y emergencias que cubre el seguro.	- Simplificar el lenguaje en la descripción de los planes de seguro -Contar con personal especializado en terminología del contrato que pueda explicarlo de manera sencilla a clientes no especializados -Promover el uso de contacto por medio de aplicaciones o medios digitales, para facilitar y agilizar su experiencia inicial.	Proporcionar una descripción detallada de todos los servicios y siniestros cubiertos por el seguro Brindar información constante sobre redes y clínicas/hospitales aliados.	Por medio de aplicaciones en teléfonos inteligentes se puede proporcionar un mapa digital de todos los hospitales y médicos incluidos en el seguro. Ofrecer guías y comunicaciones constantes que sean útiles para el usuario, donde se mencione consejos rápidos en caso de emergencia.	Contar con la posibilidad de enviar el reclamo a través de un teléfono inteligente ya sea por fotografía o documentos digitales. Crear un Centro de ayuda emergente que guíe a los clientes.		Crear una aplicación que facilite la compra/renovación de un seguro. Mejorar y facilitar el proceso desde el sitio web.

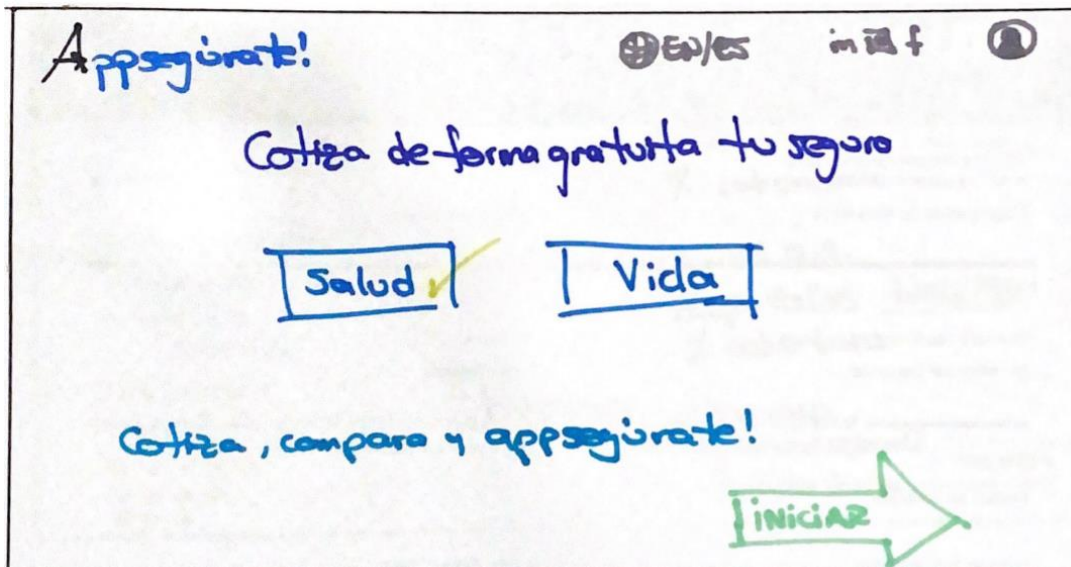
Fuente: encuestas realizada a usuarios con pólizas de seguro individual vía Google Sheets y vía telefónica.

Elaboración: Propia

2. Prototipos

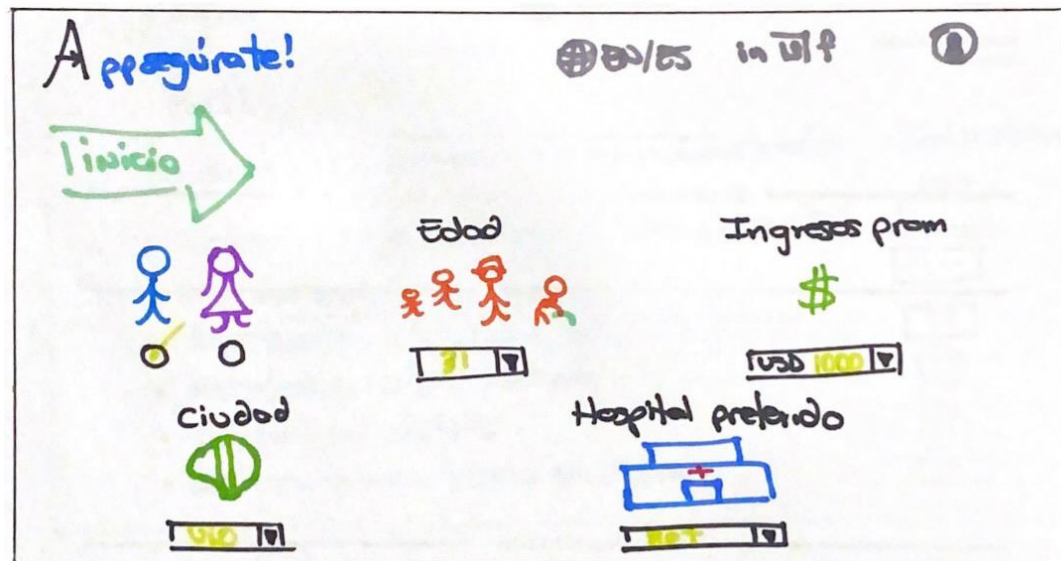
2.1. Prototipo N° 1

Figura N° 5
Prototipo "servilleta" – página inicial



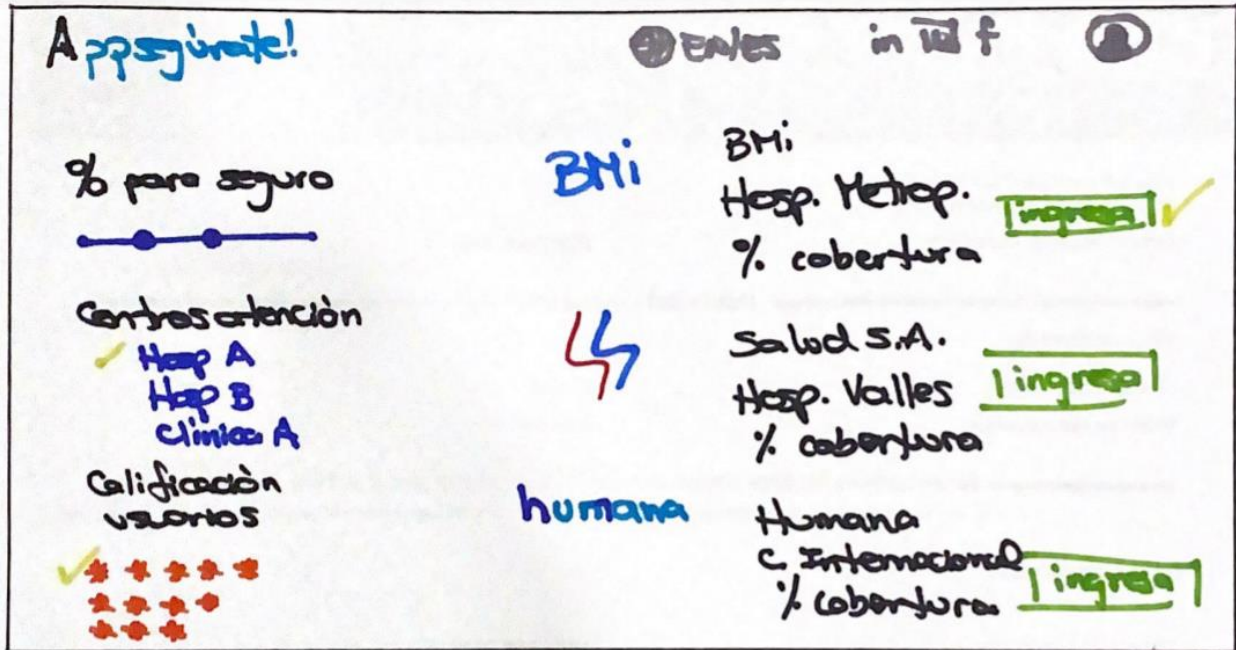
Elaboración: Propia

Figura N° 6
Prototipo "servilleta" – introducción información



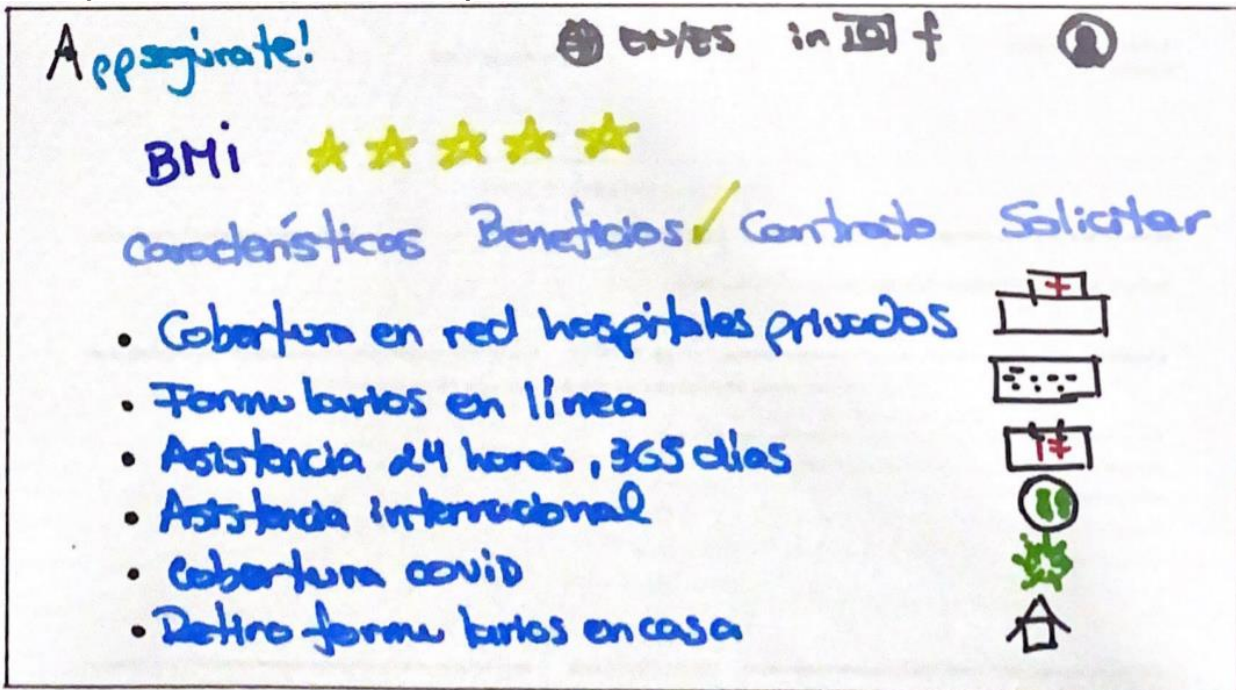
Elaboración: Propia

Figura N° 7
 Prototipo "servilleta" – despliegue opciones



Elaboración: Propia

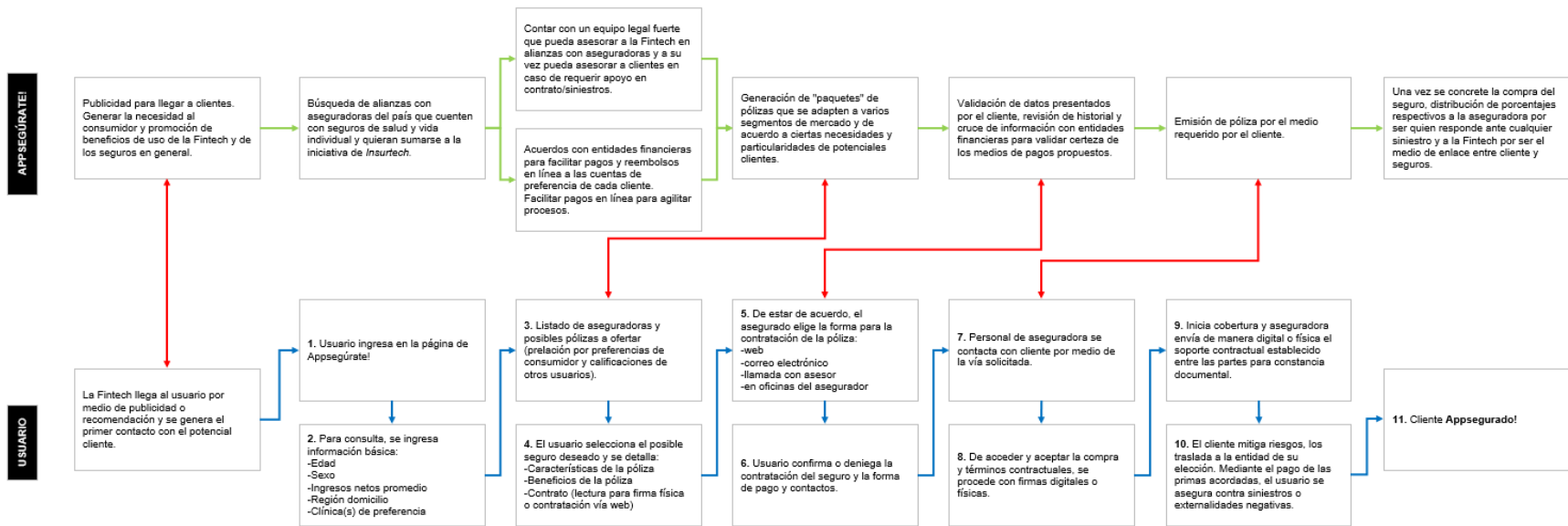
Figura N° 8
 Prototipo "servilleta" – selección de plan



Elaboración: Propia

2.2. Prototipo N° 2

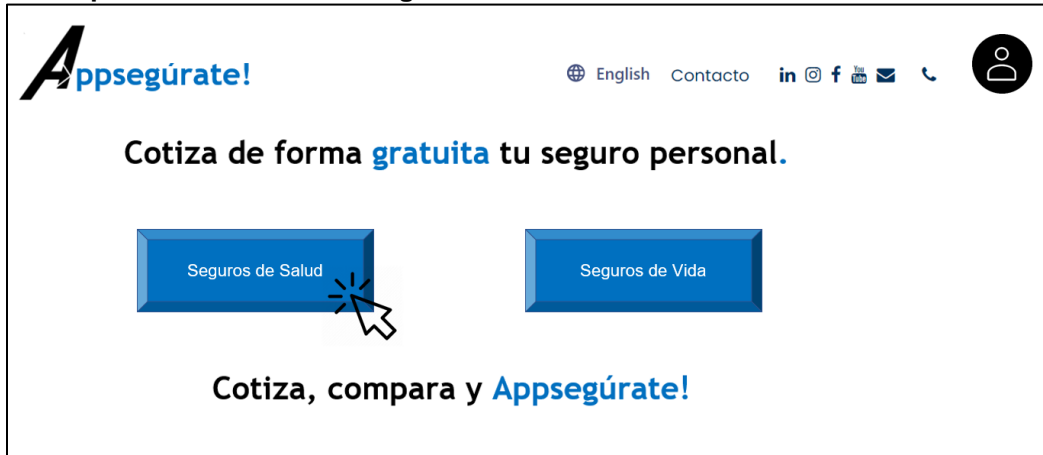
Figura N° 9
Prototipo “modelo operativo”



Elaboración: Propia

2.3. Prototipo N° 3

Figura N° 10
Prototipo “Look and Feel” – Página inicial



Elaboración: Propia

Figura N° 11
Prototipo “Look and Feel” – Perfil potencial asegurado



Elaboración: Propia

Figura N° 12
Prototipo “Look and Feel” – Resultados con base en perfil

Appsegúrate!

English Contacto in @ f y t

Resultados
potenciales seguros para ti

% de ingresos estimados para tu seguro

Centros de atención médica

- Hospital **Metropolitano**
- Hospital **de los Valles**
- Clínica **Internacional**
- Clínica **Pasteur**

Calificación usuarios

1★ 2★ 3★ 4★ 5★

BMI Asegurador BMI del Ecuador
 Centros de atención Hospital Metropolitano, Hospital de los Valles, Clínica Internacional
 Deducible N/A
 Prima mensual USD 116

CONOCE MÁS

Saludsa Asegurador SaludSA
 Centros de atención Hospital Metropolitano, Clínica Internacional
 Deducible 20%
 Prima mensual USD 108

CONOCE MÁS

humana Asegurador Humana
 Centros de atención Hospital Metropolitano, Clínica Pasteur
 Deducible 20%
 Prima mensual USD 98

CONOCE MÁS

Elaboración: Propia

Figura N° 13
Prototipo “Look and Feel” – Contrato seguro escogido

Appsegúrate!

English Contacto in @ f y t

Calificación usuarios y asegurados ★★★★★

Características Beneficios Contrato Adquirir seguro

CONTRATO DE SERVICIOS DE ATENCIÓN INTEGRAL DE SALUD PRAFEGADA MODALIDAD ABIERTA

TÍTULO I GENERALIDADES

CELEBRACION

PARTES

ANTECEDENTES

CONDICIONES PARTICULARES

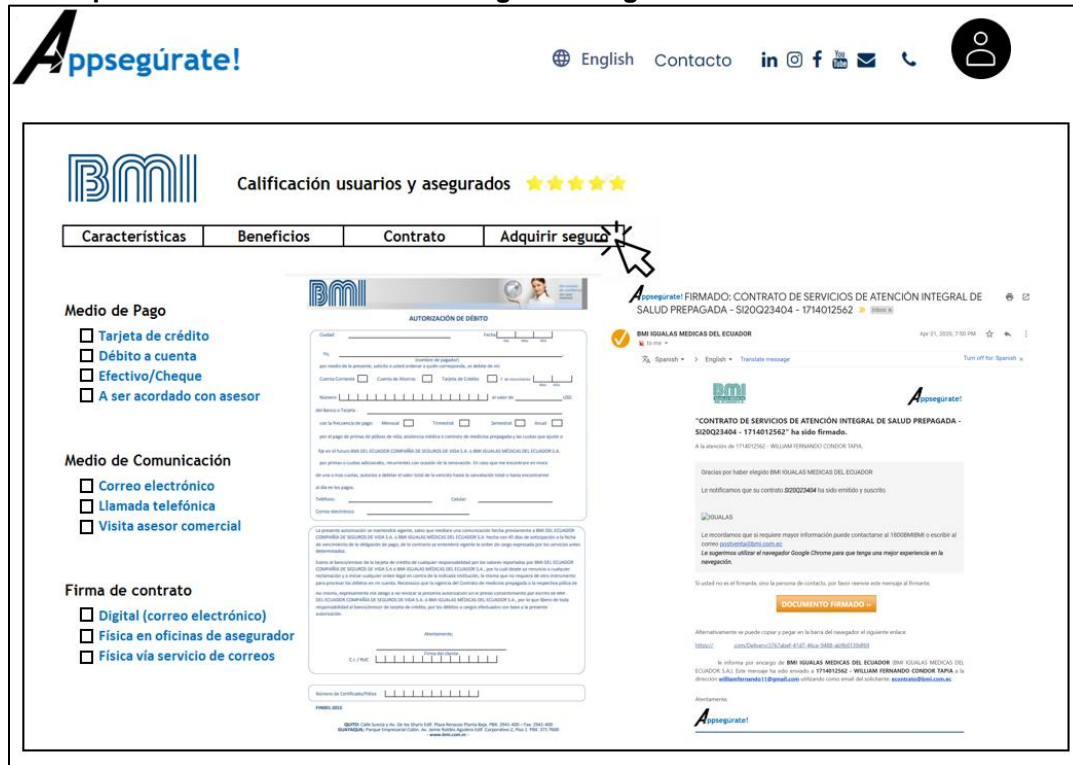
CONDICIONES PARTICULARES

BENEFICIOS MÁXIMOS

BENEFICIO	CONDICIONES
Unidad Máxima por Hospitalización por Trauma por Departamento	100,000 USD
Unidad Máxima por Hospitalización por Trauma por Departamento para Enfermedades Crónicas	Compartido
Cobertura Plus, Ingresos y Huelga	Indeterminado
Unidad Máxima por Hospitalización en Hospital de Neuropsiquiatría Adquirida SIDA, SIDA y VIH	50,000 USD
Unidad Máxima por Trauma por Departamento para todas las Hospitalizaciones	200 USD
Período de Carencia para atención ambulatoria	30 Días
Período de Carencia para atención hospitalaria	90 Días
Período de Carencia para Accidentes, Enfermedades Infecciosas, agudas y crónicas	No Aplica
Período de Carencia para Emergencia Médica	24 Horas
Período de Carencia para Emergencia Médica	24 Horas
Período de Carencia para Emergencia Médica	24 Horas
Período de Carencia para atención hospitalaria	30 Días
Período de Atención de Comas	180 Días
Período de atención de comas	30 Días
Servicio de Ambulancia	100 USD
ATENCIÓN FUERA DEL PAÍS	
Cobertura Hospitalaria (Cobertura de Hospitalización y Cirugía)	200 USD
Máximo de días por Cuarteo y Alojamiento	240 Días
Unidad de Cobertura Intensiva Diaria sin aplicación de Deducible ni Copago	100 %
Máximo de días por Unidad de Cuidados Intensivos	240 Días
Copago por Hospitalización Hospitalaria (Compañía y Trauma por Departamento)	8000 %
Límite de Copago Hospitalario por año contrato por Trauma por Departamento	8,000 USD

Elaboración: Propia

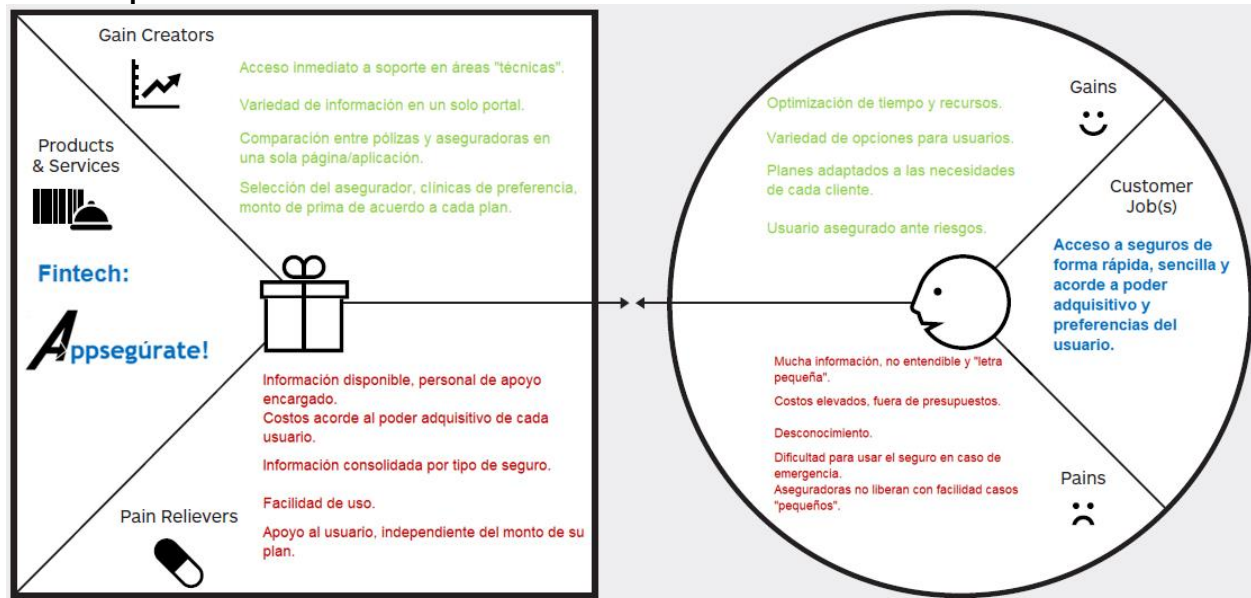
Figura N° 14
Prototipo “Look and Feel” – Detalle Seguro escogido



Elaboración: Propia

3. Canvas de propuesta de valor

Figura N° 15
Value Proposition Canvas



Elaboración: Propia

4. Estrategia de implementación

Tabla N° 2
Estrategia de implementación

Actores	Descripción	Incentivo
Usuario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Requiere obtener un seguro 2. Busca información en el mercado. 3. Compara opciones a su alcance. 4. Selecciona la opción más 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratar la mejor opción de cobertura en salud/vida. 2. Optimizar tiempo y recursos al buscar y contratar un seguro. 3. Contar con un seguro completo a un precio razonable con base en sus ingresos.
APPSEGURATE!	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer una variedad de seguros acorde al perfil del consumidor. 2. Contar con un solo portal que consolida información de varias entidades locales y ofrece varios planes al usuario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionarse como una aplicación líder en el mercado. Ser la primera opción para búsqueda y compra de seguros. 2. Generar utilidad para sí misma y crecimiento en el mercado. 3. Apoyar al usuario en experiencia en la compra de seguros. 4. Ayudar a crear cultura de seguros en el país por medio de asegurar rápido y barato a quien lo necesite.
Brókeres	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofertan variedad de seguros por medio de convenio con aseguradoras locales o internacionales. 2. Venta de seguros básicamente por medio de venta física en locales y visitas personales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar ingresos por la venta de pólizas de varios seguros. 2. Contar con una cartera de clientes robusta para generar ingresos que permita tener utilidades. 3. Apoyar al asegurado ante reclamos por reembolsos de gastos ante aseguradoras.

Elaboración: Propia

De acuerdo con la oferta de servicios y productos de Appsegúrate! los principales afectados serán los brókeres de seguros quienes podrán encontrar como competencia directa a sus actividades lo realizado por la *Insurtech*. Un incentivo para no causar conflictos en la operación es el llegar a acuerdos para que Appsegúrate! cuente con la opción de seleccionar productos fuera de Salud o Vida (e.g. incendios, vehículos, bienes, entre otros) y redireccionar a los bróker que se unan a la iniciativa, los cuales no se centran únicamente en salud o vida. Si bien el funcionamiento de la *Insurtech* busca generar un aporte positivo a usuarios y la economía en general, puede causar inconvenientes a entidades ya establecidas en el mercado que puedan verse amenazados. El correcto funcionamiento dependerá de su alcance en el mercado y de las alianzas que pueda contar en el camino para proyectarse con crecimiento.

CAPÍTULO III: BUSINESS MODEL CANVAS

1. Customer Segment

La segmentación por tipo de cliente ayuda identificar las necesidades del público hacia quien se dirige la aplicación digital, seleccionando la mejor estrategia para satisfacer los requerimientos, optimizando los recursos y generando más ingresos. De esta manera, en este modelo de negocio y para los potenciales clientes de Appsegúrate!, la segmentación será considerada a nivel demográfico, psicográfico y conductual.

A nivel demográfico, para Appsegúrate! es importante iniciar limitando el alcance de la aplicación al mercado local ecuatoriano. En una primera etapa, Appsegúrate! iniciará operaciones a nivel local con las aseguradoras que deseen unirse a la venta de sus productos por medio de la plataforma generando mayor alcance en las principales ciudades (Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato), sin dejar de considerar en una segunda etapa el resto de ciudades del país. Al contar con aseguradoras internacionales en el mercado, la posibilidad de ampliación a nivel regional no se descarta, pero en un inicio se limita al mercado ecuatoriano.

Dentro de la segmentación demográfica se considera la subdivisión de edad, género e ingresos, conforme lo mencionado en el cuadro a continuación:

Tabla N° 3
Segmentación demográfica

Edad	Género	Ingresos
Por el alcance de la aplicación en plataformas móviles, por medio de celulares, tabletas o computadores, la segmentación por edad puede dividirse en dos, de manera inicial. Un primer segmento de 20-30 años y otro de 30 o más. Por la característica propia del comportamiento de acuerdo a la edad, una persona de entre 20-30 años puede ser más	La segmentación por género se establecerá con base en la edad, y en muchos casos por estado civil y la presencia de hijos o no. En edades jóvenes del primer segmento (20-30) el enfoque puede ser indistinto al considerar que hombres y mujeres se desenvuelven en condiciones similares. Sin embargo, en el segmento de gente con 30 o más	Al contar con variedad de planes y aseguradoras, y tener un filtro inicial de ingresos mensuales, el filtro por ingresos por persona no se limita a un solo grupo. La oferta de planes de seguro de acuerdo a las necesidades y posibilidades del cliente se amplía y no se limita.

Edad	Género	Ingresos
impulsiva y exponerse a mayores riesgos (sin tomar en cuenta las consecuencias), que una persona que supera los 30 años, que en términos generales es más consciente de las consecuencias de las decisiones tomadas.	años, valdría la pena tratar de ser específicos al público al que se destina el servicio de la aplicación. Al ser las mujeres (especialmente casadas y con hijos) quienes planean y organizan de mejor manera su futuro, las campañas de publicidad y oferta podrían enfocarse un poco más hacia ese género.	

Elaboración: Propia

Por otro lado la segmentación psicográfica se enfocará en la clase social y estilo de vida de los consumidores. En principio, y mientras expande el alcance por medio del uso de internet a mayor parte de la población, Appsegúrate! se limitará a quienes cuenten con celulares inteligentes, tabletas o computadoras, y acceso a internet y redes sociales, que serán los medios por los cuales se buscará el acceso a mayor número usuarios.

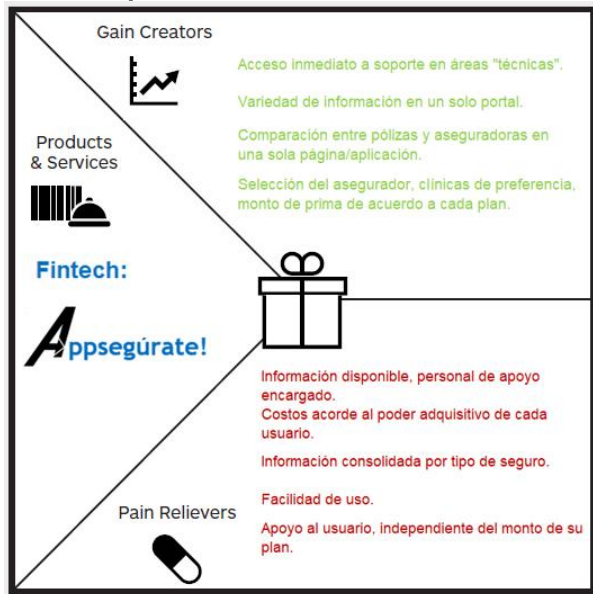
En cuanto a la segmentación conductual, ésta será desarrollada conforme el alcance de la aplicación, ya que así se podría identificar con claridad qué tipo de seguros (vida/salud), póliza, aseguradora es de mayor agrado del público para reforzar el producto y segmento.

Asimismo, es importante que se pueda diferenciar entre quién es el usuario de la plataforma y quienes son los clientes. Por un lado, los usuarios, son las aseguradoras que se unen a la oferta de pólizas de seguros por medio de la plataforma, quienes ofrecerán los productos en su cartera de acuerdo al perfil individual. Por otro lado, como clientes que generan ingresos para Appsegúrate!, se considerará a los potenciales asegurados quienes son los que por medio de la aplicación podrán obtener su plan y contratarlo directamente, así como también a las entidades que busquen pautar en las distintas etapas de ingreso a la página.

2. Value proposition

Como fue desarrollado en el Capítulo II, en esta sección se presenta el Value proposition que busca dar soluciones a las necesidades no cubiertas de los potenciales clientes.

Figura N° 16
Value Proposition



Elaboración: Propia

3. Channels

Al ser un servicio digital de oferta de pólizas de seguro a diversos clientes con distintos perfiles, no hay un producto estándar para todos; de esta manera, es necesario el uso de la tecnología para la distribución de la plataforma. El canal de distribución del negocio es por medio de plataformas digitales (página web, aplicaciones para celulares inteligentes y tabletas) potenciado por el alcance y penetración que tenga el internet en la población.

4. Customer Relationship

La relación con el cliente es importante para crear la atracción inicial, fidelidad y recurrencia en la compra de pólizas por medio de la aplicación digital. En Appsegúrate! se buscará brindar distintas opciones para abarcar más asegurados en el mercado.

Cada usuario que adquiriera una póliza con Appsegúrate! contará con un código personal, con el cual podrá recomendar a familiares y amigos el uso de la plataforma y así generar un porcentaje de descuento en la renovación de la póliza. Adicionalmente, se buscará la aplicación de un descuento en paquetes de seguro familiares, mientras mayor sea el número de usuarios a contratar una póliza, mayor será el descuento aplicado.

Una idea de fidelización aplicada en el mercado y adaptable a Appsegúrate! es el destinar cierto porcentaje de dinero a caridad o renovación de la póliza. En este caso Appsegúrate! pondrá a consideración de sus asegurados que, si en el periodo contratado no reportaron siniestros cubiertos, parte de la prima pagada por el cliente se destinará a caridad o a la renovación de la póliza, conforme lo solicite el cliente.

De esta manera se buscará que el potencial asegurado se sienta atraído por la oferta de servicios de la aplicación, se anime a contratar un seguro y recomiende a su familia y amigos el formar parte de algún plan que se adapte a sus necesidades.

5. Key activities

Para el desarrollo e identificación de las actividades clave, es importante considerar las sensaciones relevadas en las encuestas para la elaboración del *Customer Journey Map* (CJM) del Capítulo II. Al ofertar una variedad de pólizas de seguro que busquen adaptarse a las necesidades

de cada cliente, se debe considerar las sensaciones de mayor incertidumbre y dificultad en la búsqueda, aplicación y solución del problema o riesgo que se trata de cubrir.

En el desarrollo del negocio pueden existir varias actividades clave necesarias para generar un mayor alcance y crecimiento de las plataformas web, sin embargo en esta ocasión se desarrollarán tres principales: filtro y manejo de información, experiencia del usuario/cliente, servicio al asegurado.

El primer elemento seleccionado, filtro y manejo de información, es un paso importante para la supervivencia de la plataforma. Al contar con una base de datos amplia y adecuada de los proveedores de seguros (aseguradora, pólizas, coberturas, alcance, limitaciones, adaptabilidad, entre otros) se podrá ofrecer una variedad de opciones para quien desea realizar la consulta del seguro. La combinación de ofertas será una base inicial que se presentará al cliente una vez que ingresa su información básica. Así, la plataforma presentará las principales coberturas de acuerdo a su perfil y necesidades. Es importante que esta actividad clave sea lo más precisa posible ya que la presentación de pólizas cuyo costo monetario sea mayor al del poder de compra del consumidor puede generar rechazo o mala reputación por no adaptarse correctamente a las necesidades del potencial asegurado.

El segundo elemento, experiencia de usuario, es importante para el uso y manejo de Appsegúrate!. Al contar con un mercado objetivo con personas de varias edades, incluidas personas mayores que no están al día con las actualizaciones tecnológicas, la facilidad de uso será clave para el negocio. La idea principal de Appsegúrate! es evitar la dificultad con la que se encuentra el cliente al momento de cotizar una póliza, ya sea por falta de asesoría adecuada o por contratos extensos y poco amigables. La facilidad en la cotización, uso y consulta con el equipo a

cargo dan el valor agregado y diferenciador de Appsegúrate! respecto de la contratación regular de pólizas de seguros en el mercado.

El tercer elemento básico surge también de las encuestas del CJM. Si bien la póliza de seguros ayuda a mitigar un riesgo de accidentes/muerte, mediante la cobertura económica de gastos ante siniestros, no elimina el riesgo completamente. Una vez que ocurre un siniestro la principal complicación con la que se encuentran los usuarios es en el uso y aplicación correcta de su seguro. Así, Appsegúrate! contará en su equipo con personal especializado que se encargue de brindar el apoyo necesario y oportuno ante cualquier eventualidad de los clientes. Será una pieza clave el contar con apoyo y comunicación efectiva con las aseguradoras y clínicas/hospitales que brinden el servicio más cercano al cliente en su emergencia para, de esta manera, generar mejores experiencias y fidelidad a largo plazo entre Appsegúrate! y el cliente.

6. Key Partners

Los socios clave para Appsegúrate! son las empresas aseguradoras que ofrecen pólizas de seguro de salud y/o vida en el mercado local. Al no ser una empresa productora de seguros, sino el vehículo que conecta la oferta de varias pólizas con los usuarios con distintos perfiles, es fundamental realizar alianzas con las aseguradoras presentes en el país.

En este caso, al ser un competidor directo de brókeres de seguros locales, se podría buscar una alianza con aquellos que puedan complementar con servicios que Appsegúrate! no cuente en un inicio. Así también, el proveedor tecnológico será clave para que el servidor y plataforma funcionen de manera adecuada sin afectar la experiencia del consumidor.

7. Key resources

Al ser un plataforma digital, los recursos clave son similares entre otras *Fintech (Insurtech)*; de esta manera, los recursos necesarios para el desarrollo de la aplicación son: internet y servidores, personal (equipo a cargo) y análisis de información.

Siendo un negocio que ofrece sus servicios únicamente por internet, para facilidad de alcance y manejo de los clientes, es muy importante para Appsegúrate! el contar con tecnología de punta (servidores, software, hardware, proveedor de internet) que conecte las necesidades del cliente con la oferta de productos. El elemento tecnológico es importante para la plataforma digital.

Por otro lado, el equipo humano que se encuentre a cargo de analizar y procesar la información entre cliente y aseguradora es básica para la buena experiencia del usuario. El personal detrás de la plataforma es quien brindará el soporte necesario antes, durante y después de la contratación del seguro. La facilidad en el uso de Appsegúrate! no solo se limitará a la creación de una página web amigable, sino que esto se complementará con el soporte de personal especializado que mantendrá comunicación inmediata por medio telefónico, mensajes de texto, correos electrónicos e incluso, y de ser necesario, presencia física.

Finalmente, el análisis de la información, relacionado directamente con los dos puntos iniciales, son básicos para este negocio. Con el uso de la tecnología y personal especializado, se da paso a un correcto análisis de información disponible. Por parte de las aseguradoras se podrá obtener las distintas combinaciones de pólizas disponibles, mientras que con la información básica de cada cliente se podrá enlazar sus necesidades y posibilidades con la oferta del mercado. Este proceso requiere un correcto análisis y manejo de la información, de tal manera que las

pólizas presentadas sean las correctas con base en cada perfil. El *match* correcto entre cliente y póliza se presentará por medio del manejo adecuado, oportuno y confidencial de los datos.

8. Cost Structure

La estructura de costos está concentrada principalmente en la inversión de la Compañía en la adquisición de las pólizas, como costo principal, para la venta al cliente. Por otro lado, el gasto más importante viene dado por la inversión en tecnología para el desarrollo y funcionamiento de la plataforma. Al contar con servicios para el desarrollo de aplicaciones la inversión no será excesiva en la adquisición de activos para arrancar la operación sino en los mismos servicios para iniciar funciones. De esta manera, la estructura de costos y gastos se plantea de la siguiente manera:

Tabla N° 4
Estructura financiera de costos y gastos

Cuenta	Participación porcentual
Ventas Brutas	100%
Ventas de seguros	95%
Publicidad, otros	5%
Costo de ventas	81%
Costo de venta del producto	80%
Comisión plataforma de cobro	1%
Gastos administrativos	16,6%
Sueldos, marketing y comunicación	3,0%
Beneficios sociales	0,5%
Costo de entrega de pólizas físicas	0,5%
Costos IT	5,5%
Internet y servidores	5,5%
Servicios básicos	0,1%
Arriendos	0,5%
Mantenimientos	0,1%
Suministros y materiales	0,1%
Gastos de gestión/viaje	0,1%

Cuenta	Participación porcentual
Transporte	0,1%
Seguros	0,2%
Depreciaciones	0,4%
Ganancias (pérdidas) operacionales	2,4%








Elaboración: Propia

9. Revenue Streams

Al ser un intermediario entre quien oferta pólizas de seguro de salud y vida, y clientes que necesitan solucionar y cubrir sus riesgos, Appsegúrate! generará sus ingresos principales por medio de la comisión por venta de pólizas. Este negocio es similar a lo realizado en brókeres tradicionales en los cuales la aseguradora ofrece un costo determinado y el bróker adiciona un *fee* para generarse ingresos. El *fee* agregado a la venta de pólizas a los potenciales clientes deberá ser igual o menor que lo ofertado en el mercado (no superior a los brókeres) para ser atractivo al público.

Un ingreso secundario será la venta de espacios de publicidad en la página, ya sea de empresas aseguradoras o de otras instituciones (financieras o no financieras) que sean de interés del público.

**Tabla N° 5
Business Model Canvas**

<p>KEY PARTNERS </p> <p>Los socios clave para Appsegúrate! son las empresas aseguradoras de vida/salud del mercado local. Al no ser una empresa productora de seguros, sino el vehículo que conecta la oferta de varias pólizas con los usuarios con distintos perfiles, es fundamental realizar alianzas con las aseguradoras en el país.</p>	<p>KEY ACTIVITIES </p> <p>Filtro de información: aseguradora, pólizas, coberturas, alcance, limitaciones, adaptabilidad; información del cliente.. Experiencia de usuario: facilidad de uso. Plataforma amigable. Servicio al asegurado: personal especializado para brindar apoyo antes, durante y después del siniestro reportado.</p>	<p>VALUE PROPOSITIONS </p> <p>Gain Creators:</p> <p>Acceso inmediato a soporte en áreas “técnicas” Variedad de información en un solo portal. Comparación entre pólizas y aseguradoras en una sola página/aplicación. Selección del asegurador, clínicas de preferencia, monto de la prima de acuerdo a cada plan.</p>	<p>CUSTOMER RELATIONSHIPS </p> <p>Código individual para descuentos y beneficios por recomendar el uso de la aplicación. Parte de la prima pagada y no usada, por no cobertura de siniestros, podrá ser reinvertida en renovación de póliza o destinada a beneficios a la sociedad (beneficencia, donaciones).</p>	<p>CUSTOMER SEGMENTS </p> <p>Segmentación demográfica, psicográfica y conductual.</p> <p>Demográfica: inicialmente en el mercado local. Segmentando entre edad (20-30 años, 30 o más), género (de acuerdo a la edad), ingresos (indistinto al ofertar varias opciones).</p> <p>Psicográfica: enfoque por clase social y estilo de vida de los consumidores, centrado en el acceso a plataformas digitales y tecnología de acceso.</p> <p>Conductual: desarrollada de acuerdo con el funcionamiento de la aplicación.</p>										
<p>COST STRUCTURE </p> <p>La estructura de costos está concentrada principalmente en la inversión de la Compañía en la adquisición de las pólizas, como costo principal. Por otro lado, el gasto más importante viene dado por la inversión en tecnología para el desarrollo y funcionamiento de la plataforma.</p> <table border="1" data-bbox="201 1130 768 1328"> <thead> <tr> <th>Cuenta</th> <th>Participación porcentual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ventas Brutas</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Costo de ventas</td> <td>81%</td> </tr> <tr> <td>Gastos administrativos</td> <td>16,6%</td> </tr> <tr> <td>Ganancias operacionales</td> <td>2,4%</td> </tr> </tbody> </table>		Cuenta	Participación porcentual	Ventas Brutas	100%	Costo de ventas	81%	Gastos administrativos	16,6%	Ganancias operacionales	2,4%	<p>REVENUE STREAMS </p> <p>Appsegúrate! generará sus ingresos principales por medio de la comisión por venta de pólizas. Negocio similar a lo realizado en brókeres tradicionales en los cuales la aseguradora ofrece un costo base y el bróker adiciona un <i>fee</i> para generarse ingresos. El <i>fee</i> ofrecido a los potenciales clientes deberá ser igual o menor que lo ofertado en el mercado (no superior a los brókeres) para ser atractivo al público.</p> <p>Como ingreso secundario será la venta de espacios de publicidad en la página, ya sea de empresas aseguradoras o de otras instituciones (financieras o no financieras) que sean de interés del público.</p>		
Cuenta	Participación porcentual													
Ventas Brutas	100%													
Costo de ventas	81%													
Gastos administrativos	16,6%													
Ganancias operacionales	2,4%													

Elaboración: Propia

CAPÍTULO IV: LEVANTAMIENTO DE CAPITAL Y CONCLUSIONES

1. Fuentes de capital de trabajo

Una vez que se ha desarrollado teóricamente el modelo de negocio de Appsegúrate! y se ha identificado como viable y necesaria en el Ecuador, es importante establecer la estrategia de levantamiento de capital para ponerla en marcha.

Siendo una *Insurtech* que comienza su operación desde una idea y plan de negocio básico es importante desarrollarla desde una “fase cero”. En ese sentido, se debe considerar todas las fuentes de financiamiento inicial a disponibilidad para ejecutar la idea y entre en funcionamiento en el mercado local. Para este caso se ha considerado tres opciones claras para Appsegúrate!: financiamiento con fondos propios, aporte por medio de programas gubernamentales, plataformas *crowdfunding*.

Debido a que en el mercado existen fuentes de financiamiento para poder iniciar con operaciones se ha considerado dos fuentes externas principales: la primera es un programa gubernamental llamado “Fondo Emprende: Ecuador Productivo” y la segunda corresponde a recurrir a plataformas de *crowdfunding*, en particular el fondeo por medio de “HazVaca”.

Por un lado, el programa impulsado por el Gobierno ecuatoriano pone a disposición tres tipos de financiamiento para emprendimientos: “Capital Crece – Semilla Fase Idea”, “Capital Crece – Semilla Fase Puesta en Marcha” y “Capital Progreso – Riesgo”. El programa al cual aplicaría Appsegúrate! sería el primero de ellos, el cual se refiere a proyectos formulados para el desarrollo de un proceso innovador, de un prototipo y/o producto. El monto máximo que financia este programa es de USD 100.000, en donde el desarrollador de la *Insurtech* debería constituir

como mínimo el 20% del costo total del proyecto, dándole un plazo máximo de ejecución de hasta 18 meses.

El segundo fondeo de terceros corresponde al uso de plataformas *crowdfunding*, en este caso particular por medio de HazVaca. Por este medio se solicita fondeo para el inicio de una operación a los usuarios de la misma, en el que se debe presentar por medio de fotografías o videos la idea de negocio, incluir descripciones de lo que se busca y promocionarlo por medio de redes sociales. En este caso se propone un tiempo determinado para poder llegar a la meta esperada de recolección de fondos, siempre a disposición de quienes crean y busquen aportar al proyecto. Podría ser una opción a considerar, pero por la incertidumbre en la misma es una opción menos viable.

Otra opción muy válida para el desarrollo de la Insurtech es el apoyo que brinda el portal Prendho, que es un centro de innovación que brinda servicios de incubación, investigación y networking a emprendimientos. El programa brinda todo el apoyo y seguimiento continuo para que la idea se traduzca en una realidad, y aunque es una muy buena opción, el plazo que estiman en que se desarrolle y entre en marcha el proyecto va más allá de lo planteado, por lo cual queda, por ahora, descartado.

Al ser una idea de negocio que se espera pueda entrar en marcha a finales del año 2021 el principal medio de fondeo es realizarlo con capital propio. De esta manera se busca evitar un proceso extenso en levantamiento de capital, evitar el pago de intereses por fondeo de terceros y minimizar el riesgo y exposición de pérdida al manejar fondos de otros. Para el desarrollo de la plataforma se cuenta con un capital semilla propio, el cual podría incrementar por medio de

aportes del núcleo familiar para desarrollar y poner en marcha la aplicación. El 100% de financiamiento del desarrollo de Appsegúrate! será de capital propio.

En todos los escenarios planteados no se ha considerado el solicitar préstamos a instituciones financieras locales como fuente de financiamiento para iniciar operaciones debido a los trámites engorrosos que se deben seguir, papeleos extensos y el aumento en los costos inicialmente establecidos por el pago de tasas de interés que no se apeguen al plan de negocios inicial.

Tabla N° 6
Fuentes de financiamiento

Fuentes de financiamiento (familiares y creador)	Monto (USD)
William Condor Tapia	6.500
Yolanda Tapia Camino	3.500
Total capital inicial	10.000

Elaboración: Propia

Como se presenta en el cuadro precedente, se plantea contar con un financiamiento propio y de familiares, sin considerar al menos en el primer año la emisión de acciones. Al ser un emprendimiento de un miembro familiar, se podría no esperar cobrar un interés por el fondeo para el lanzamiento y desarrollo de Appsegúrate!; sin embargo, se ha establecido una tasa de interés en el préstamo para actuar en condiciones de plena competencia y cumplir con la normativa de precios de transferencia en apego al *arm's length principle*. Así, al cabo de un 18 meses se espera cubrir el capital más intereses de acuerdo a las tasas LIBOR de mercado.

2. Negocio en marcha

El primer paso para iniciar operaciones es por medio de la creación de la entidad legal y registro en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. De acuerdo con el tipo de denominación y funcionamiento se cuentan con opciones para la creación de una compañía:

“S.A” (capital mínimo USD 800), “Cía. Ltda. (capital mínimo USD 400). Al ser un emprendimiento y buscar la simplicidad en su creación evitando trámites engorrosos se considera como la opción a elegir la constitución como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Una SAS es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, mediante un trámite simplificado sin costo. Tiene como objetivo impulsar la economía mediante la formalización de los emprendimientos, constituyéndolos en sujetos de crédito y con ello ampliar sus procesos productivos. Así, se optimizará en tiempo y recursos económicos. Por otro lado, para registrar el nombre comercial se acudirá al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI). Con esto, el proceso inicial de nombre y registro de empresa habrá iniciado.

El siguiente paso importante es crear la página web (aplicación web), que sea amigable al usuario y sea ejecutable, eventualmente, en una aplicación para teléfono móvil (aplicación nativa). El desarrollo de la aplicación móvil debe contar con la información y formatos básicos de la página web desarrollada, pero adaptada a las necesidades y funciones de un celular. Por lo tanto, la idea inicial es poder desarrollar y consolidar la página web para empezar a modificarla para el uso en teléfonos celulares como aplicativos móviles (aplicación híbrida). El costo estimado para el desarrollo de la aplicación web bordea los USD 150 – USD 300 para una página sencilla, mientras que para una aplicación web más desarrollada supera los USD 500.

Al mismo tiempo que se desarrolla las plataformas digitales, se obtendrán las licencias y permisos con los principales proveedores de seguros del país para poder comercializarlos en la web. En este inicio de actividades se pretende contar con los proveedores de seguros: BMI, Salud S.A., Humana, Bupa. Al ser un intermediario y facilitador entre el proveedor y el consumidor, se requerirá apoyo directo de las aseguradoras. Además, se ha contemplado una

alianza y apoyo con un bróker local para derivar cualquier dificultad o producto que Appsegúrate! no cuente en el momento de solicitud del cliente.

De esta manera, se ha considerado las necesidades iniciales para entrar en marcha con la aplicación. Financiado directamente con capital propio y soportado a nivel operativo por aseguradoras y el bróker local que cuenta con experiencia en la venta física de seguros en el país.

Para entrar en marcha de manera efectiva es necesario que se considere los pasos básicos para que ésta funcione de manera exitosa una vez en el mercado. Appsegúrate!, previo a realizar campañas de promoción en redes sociales, considerará los siguientes pasos para su correcto funcionamiento:

- Diseño
- Desarrollo
- Prueba
- Lanzamiento

Una vez establecida la página web, y con el objetivo del desarrollo de la aplicación nativa se considerará también los siguientes pasos:

- Contar con un *Content Management System (CMS)* adecuado.
- Diseño gráfico especializado tanto para la aplicación web y nativa, adecuado al mercado objetivo.
- Contar con un *Thid Party Verification* para el proceso de cobro a clientes de manera virtual.
- Notificaciones *push* no invasivas para información del usuario

- Programación y mejoramiento continuo de aplicativos para facilidad del usuario.
- Campañas de promoción y publicidad por redes sociales para llegar al mercado objetivo. Se considera la contratación de espacios en programas radiales de alcance para promoción del portal, así como de *influencers* que expandan el alcance.

Es importante considerar que el principal ingreso de Appsegúrate! consiste en la comisión por venta de pólizas de seguros, similar al modelo de negocio de un bróker tradicional. Al contar con las pólizas establecidas por los principales proveedores de seguros en el Ecuador, cada póliza vendida representará un porcentaje de ingreso para el negocio, lo cual se cobrará al usuario en un solo rubro entre comisión y póliza, una vez adquirido el producto.

Al haberse calculado preliminarmente una inversión inicial de USD 10.000, de fondos propios, el destino a dar al capital semilla se presenta en el cuadro a continuación, bajo el supuesto de que Appsegúrate! puede entrar en marcha desde el 2021.

Tabla N° 7
Destino de los fondos

Destino de fondos	Monto (USD)
Búsqueda fonética SENADI	16
Registro de Marca SENADI	208
Creación de cuenta corriente bancaria (no obligación de monto mínimo)	1.000
Creación aplicación web	500
Inversión en tecnología para manejo centralizado (iMac, accesorios)	2.500
Contratación contador/asesor tributario (pago por año, factura semestralmente)	900
Pago servicios asesoría y acompañamiento legal	500
Pago intereses capital inicial (primer año)	360
Manejo y desarrollo de aplicativos	500
Derechos de uso de marcas y negocio en marcha	3.000
Contratación community manager (manejo redes sociales)	500
Total	9.984

Elaboración: Propia

3. Conclusiones

- Por medio de una plataforma amigable con el usuario, con oferta de pólizas de seguro de salud adaptada a las características y necesidades de cada usuario individual, Appsegúrate! cubrirá la población no asegurada y no informada adecuadamente con los beneficios a corto, mediano y largo plazo que brinda la contratación de pólizas de seguro que mitiguen los efectos económicos y personales de una emergencia dada.
- La *Insurtech* planteada dará un giro positivo a la oferta de seguros en el país. Dado el contexto de pandemia, la necesidad de contratar un seguro de salud es cada vez más importante y necesario. Por medio de la facilidad al acceso, variedad de opciones adaptadas al usuario y simplicidad en el proceso de contratación, Appsegúrate! llegará a más usuarios y aportará a que la población que no puede acercarse a un bróker tradicional pueda contemplar una cobertura de acuerdo a sus necesidades y posibilidades.
- Por medio del CJM y la retroalimentación recibida de las personas encuestadas se ha logrado determinar los miedos y rechazos de los usuarios al momento de contratar una póliza de seguro. Así tanto página web como aplicación en teléfono móvil comunicarán de manera eficiente y efectiva, sin generar *spams* o molestias al usuario, sobre información realmente importante y de fácil comprensión para la contratación y renovación de pólizas, simplificando el lenguaje en la oferta del producto y brindando apoyo en consultas puntuales para los usuarios que así lo requieran.
- Por medio del BMC se ha podido segmentar la población objetivo para atender de manera adecuada sus necesidades particulares y poder brindar una verdadera oferta con valor agregado. Al ser una aplicación con un objetivo claro establecido, el

beneficio de uso se enfocará en cada uno de los usuarios para su acceso libre y sin complicaciones. El modelo de negocio planteado enfoca los esfuerzos de la *Insurtech* en hacerla amigable y accesible para aquella población que no frecuenta sitios tradicionales, dándole énfasis en el mejoramiento continuo tanto en aplicación web como en aplicación nativa.

- Al establecerse en un inicio como una entidad unipersonal, con fondeo propio, la compañía busca mitigar costos y gastos innecesarios por pagos por intereses o préstamos a terceros, obviando el pago utilidades a accionistas y demás, con lo cual los recursos obtenidos se destinarán únicamente al desarrollo y mejora de la interfaz. Al contar con alianzas en el mercado, éstas servirán de apalancamiento para el crecimiento de Appsegúrate! en el mercado.
- El principal objetivo de la Insurtech es llegar a la población que, a pesar de las circunstancias y riesgos, no ha podido adquirir un seguro privado por cualquier motivo. Appsegúrate! será el medio de contacto entre usuario y seguro, que facilitará desde la compra hasta la renovación anual, el alcance de todos los beneficios que puede brindar un seguro privado a cualquier persona que busque minimizar sus riesgos ante cualquier tipo de emergencia.

REFERENCIAS

- Arcotel. (2020, junio). *Servicios de acceso a internet* [archivo PDF]. Recuperado de <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/INFOGRAFIA-No.2020-04-Junio2020-SAI.pdf>
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2019, mayo). *Código de Comercio* [archivo PDF]. Recuperado de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Asamblea Nacional (2020, febrero). *Código Orgánico Monetario y Financiero* [archivo PDF]. Recuperado de https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/CODIGO_ORGANICO_MONETARIO_FINANCIERO.pdf/e7da9a6d-57fa-471d-8215-0ed4c7f58dbd
- Banco Central del Ecuador. (2020, agosto). *Estadísticas Macroeconómicas Presentación Coyuntural* [archivo PDF]. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec//documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro082020.pdf>.
- Congreso Nacional. (2002, abril). *Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos* [archivo PDF]. Recuperado de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf>
- COSEDE. (2014). *Ley General de Seguros* [archivo PDF]. Recuperado de <https://www.cosedec.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/LEY-GENERAL-SEGUROS.pdf>
- Federación Ecuatoriana de Empresas de Seguros (Fedeseq). (2019, diciembre). *Informe técnico del mercado, información por compañía y ramo, al 31.12.2019*. Desde: <https://www.fedeseq.org/estadisticas>
- Federación Ecuatoriana de Empresas de Seguros (Fedeseq). (2018, diciembre). *Informe técnico del mercado, información por compañía y ramo, al 31.12.2018*. Desde: <https://www.fedeseq.org/estadisticas>
- Fedeseq. (2020). *Boletín Asegurador* [archivo PDF]. Recuperado de https://6aab8a7f-de25-4e01-bf7a-2697d046daa5.filesusr.com/ugd/f39f07_b6d849513a58450da1f8c78822e7281d.pdf
- Fedeseq. (2019). *Anuario 2019* [archivo PDF]. Recuperado de https://6aab8a7f-de25-4e01-bf7a-2697d046daa5.filesusr.com/ugd/f39f07_5723b917ced642ffb8007b78ce56d6a7.pdf
- Fondo Emprende: Ecuador Productivo. Desde: <https://www.fondoemprende.gob.ec/proceso/>

FRED, Federal Reserve Bank of St. Louis (2021). 12-Month London Interbank Offered Rate (LIBOR). Desde: <https://fred.stlouisfed.org/series/USD12MD156N>

Fundación MAPFRE (2017, agosto). *El Mercado Asegurador latinoamericano en 2016* [archivo PDF]. Recuperado de: https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1093608

Fundación MAPFRE (2019, septiembre). *El Mercado Asegurador latinoamericano en 2018* [archivo PDF]. Recuperado de: https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1099982

INEC. (2019, junio). *Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)* [archivo PDF]. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Junio-2019/201906_PobrezayDesigualdad.pdf

Internet World Stats. (2020). *Internet Usage Statistics*. Desde: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Junta de Regulación Monetaria Financiera. *Codificaciones de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros / Libro III Sistema de Seguros Privados* [archivo PDF]. Recuperado de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Documento_Codificacion-de-Resoluciones-Monetarias-Financieras-de-Valores-y-Seguros-LIBRO-III.pdf

Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *1.940 centros de salud a escala nacional refuerzan la atención médica*. Desde: <https://www.salud.gob.ec/1-940-centros-de-salud-a-escala-nacional-refuerzan-la-atencion-medica/>

Ramos, J. (2020, agosto 2). *El coronavirus hizo estallar los seguros de vida; los pagos casi se duplicaron en abril y mayo de este año*. Diario El Universo. Desde: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/02/nota/7927182/seguros-vida-medicos-salud-covid-19>.

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Estado Técnico Financiero Aseguradoras. Desde: http://appscvs.supercias.gob.ec/reportesSeguroExtranet/consulta_rep_estado_tecnico.zul

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. *Guía Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas*. Desde: <https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>

Woolaston, V. (2013, Octubre). *How often do you check your phone?*. DailyMail.com. Desde: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2449632/How-check-phone-The-average-person-does-110-times-DAY-6-seconds-evening.html>

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: PRIMAS EMITIDAS EN ECUADOR 2018-2019.....	51
ANEXO B: ASEGURADORAS EN ECUADOR 2018-2019.....	52
ANEXO C: CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DEL ECUADOR.....	53
ANEXO D: SERVICIOS DE ACCESO A INTERNET.....	53

ANEXO A: PRIMAS EMITIDAS EN ECUADOR 2018-2019

	Prima neta emitida 2018	Prima neta emitida 2019
Vida Colectiva	382.459.111	404.620.744
Vehículos	400.215.907	401.498.889
Incendio Y Aliadas	754.412.957	250.704.100
Incendio Y Líneas Aliadas	173.539.178	201.178.628
Ramos Técnicos	653.560.201	111.807.883
Accidentes Personales	99.157.914	91.241.053
Asistencia Médica	80.430.260	82.177.824
Responsabilidad Civil	74.645.213	76.468.958
Fianzas	162.835.207	73.605.054
Transporte	59.372.504	60.327.516
Todo Riesgo Petrolero	15.614.926	44.714.966
Multirriesgo	26.905.550	43.762.663
Riesgos Catastróficos	49.698.480	43.180.052
Equipo Electrónico	40.350.751	39.570.410
Marítimo	25.512.910	38.564.876
Rotura De Maquinaria	23.649.756	38.243.307
Buen Uso De Anticipo	38.356.143	33.704.497
Aviación	21.839.190	33.073.146
Vida Individual	30.217.115	28.901.631
Cumplimiento De Contrato	29.549.406	26.683.192
Equipo Y Maquinaria De Contratistas	15.982.613	16.946.904
Todo Riesgo Para Contratistas	12.118.770	13.138.174
Robo	13.553.886	13.135.314
Crédito	67.905.548	10.234.467
BBB	10.817.840	9.640.391
Garantías Aduaneras	8.485.342	9.622.625
Crédito Interno	8.959.242	9.007.898
Agropecuario	17.930.467	8.503.708
Fidelidad	8.682.362	7.254.671
Riesgos Especiales	5.640.835	5.254.840
Lucro Cesante A Consecuencia De Incendio Y Líneas Aliadas	4.615.176	5.208.747
Otras Garantías	3.155.911	2.940.721
Dinero Y Valores	1.694.842	1.896.302
Montaje De Maquinaria	1.813.573	1.511.601
Obras Civiles Terminadas	177.166	1.290.999
Crédito A Las Exportaciones	974.002	1.226.569
Lucro Cesante A Consecuencia De Riesgos Catastróficos	992.497	1.136.672

	Prima neta emitida 2018	Prima neta emitida 2019
Perdida De Beneficio Por Rotura De Maquinaria	1.374.902	1.106.488
Seriedad De Oferta	364.123	391.504
Ejecución De Obra Y Buena Calidad De Materiales	193.822	262.515

Fuente: FEDESEG

ANEXO B: ASEGURADORAS EN ECUADOR 2018-2019

	Prima neta emitida 2018	Prima neta emitida 2019
SUCRE	266.922.299	323.989.256,94
EQUINOCCIAL	157.520.358	152.131.122,83
CHUBB	153.452.628	161.708.576,14
PICHINCHA	137.330.239	140.034.301,91
ZURICH	109.780.725	106.330.253,72
AIG METROPOLITANA	108.799.978	117.381.982,22
EQUIVIDA	99.623.942	104.955.325,32
MAPFRE ATLAS	63.772.769	61.550.591,31
ASEGURADORA DEL SUR	52.561.322	63.095.663,29
ECUATORIANO SUIZA	52.045.988	49.478.290,32
LIBERTY	48.961.312	42.222.808,70
UNIDOS	46.321.874	44.645.098,68
PAN AMERICAN LIFE	44.554.854	43.601.848,54
LATINA	41.383.844	42.798.475,73
SWEADEN	40.500.560	46.913.084,84
GENERALI	35.668.759	36.268.463,62
HISPANA	29.390.049	51.557.371,46
BMI	28.781.439	29.600.582,80
CONFIANZA	27.193.944	27.263.777,41
ALIANZA	26.965.403	30.436.309,16
BUPA	24.764.832	25.196.522,04
ORIENTE	21.998.703	21.047.744,98
VAZSEGUROS	17.318.248	17.217.009,41
CÓNDOR	16.681.490	17.081.282,45
LA UNIÓN	14.570.611	15.961.574,40
INTEROCEÁNICA	8.397.435	8.511.886,96
CONSTITUCIÓN	5.918.591	7.858.727,93
COFACE	5.024.325	4.680.295,24
COLÓN	1.681.657	1.733.370,79

	Prima neta emitida 2018	Prima neta emitida 2019
AMA AMÉRICA	1.153.505	2.137.395,39

Fuente: FEDESEG

ANEXO C: CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA DEL ECUADOR (EMPLEO - PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)

PEA	2015	2016	2017	2018	2019
Adecuado	54,0%	47,6%	50,4%	49,3%	48,0%
Otro empleo no pleno	22,5%	21,9%	20,3%	24,1%	24,3%
Subempleo	12,7%	18,8%	18,4%	16,3%	17,0%
Desempleo	5,6%	6,5%	5,8%	4,8%	4,9%
No remunerado	4,3%	4,9%	4,9%	4,9%	4,9%
Empleo no clasificado	0,8%	0,3%	0,2%	0,6%	0,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

ANEXO D: SERVICIOS DE ACCESO A INTERNET

Servicio de acceso a internet	2015	2016	2017	2018	2019
Crecimiento y densidad	7.503.071	9.409.009	10.491.657	11.146.728	11.304.318

Fuente: ARCOTEL