



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“TRABAJO DE TITULACIÓN EXAMEN COMPLEXIVO”
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“ANÁLISIS DE MEDIO DE PAGO ELECTRÓNICO PARA PYMES
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTOR: ECON. ENZO NELLO DÁVILA CASILARI
TUTOR: MBA. ÍTALO OMAR MARTILLO PAZMIÑO

GUAYAQUIL – ECUADOR

14 DE MARZO 2016

 <p>Presidencia de la República del Ecuador</p>	 <p>Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes</p>	 <p>SENESCYT Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación</p>
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO ESTUDIO DE CASO EXAMEN COMPLEXIVO		
TÍTULO: ANÁLISIS DE MEDIO DE PAGO ELECTRÓNICO PARA PYMES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL		
AUTOR/ES: ENZO NELLO DÁVILA CASILARI	REVISORES: MBA. ÍTALO OMAR MARTILLO PAZMIÑO	
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	
PROGRAMA: MAESTRÍA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
FECHA DE PULICACIÓN: 2016	NO. DE PÁGS: 35	
ÁREA TEMÁTICA: COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS PYMES		
PALABRAS CLAVES: tarjeta de crédito y débito, Pymes (Pequeñas y Medianas empresas), comercio electrónico, aplicación, dispositivos móviles.		
RESUMEN: En este siglo XXI tanto el internet como los dispositivos móviles han permitido acercar mucho más a las personas con la tecnología permitiendo que existan muchas facilidades en el día a día. Justamente esta premisa se consideró a nuestra realidad enfocando como las Pymes (Pequeñas y Medianas empresas) se puedan beneficiar del comercio electrónico.		

El objetivo del caso de estudio es demostrar la aceptación de una solución de medios de pago que permita desmaterializar por parte de los establecimientos el p.o.s. (point of sale) y del lado de los clientes su tarjeta de crédito y débito. El mecanismo propuesto es que utilicen un dispositivo móvil, sea Smartphone o tablet, para realizar una transacción de manera ágil y segura.

Se aplicaron métodos teóricos a partir de un marco de referencia y métodos empíricos de obtención de datos. El resultado obtenido es que tiene una alta aceptación la solución de medios de pago denominado PayHare, que es una aplicación donde los establecimientos y los clientes interactúen con sus dispositivos móviles.

N° DE REGISTRO(en base de datos):	N° DE CLASIFICACIÓN:	N°
DIRECCIÓN URL (estudio de caso en la web)		
ADJUNTO URL (estudio de caso en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono:0984912117	E-mail: davila.enzo@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MBA. ÍTALO OMAR MARTILLO	
	PAZMIÑO	
	Teléfono: 0991051137	

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante Enzo Nello Dávila Casilari, del Programa de Maestría/Especialidad Maestría en Administración de Empresas, nombrado por el Decano de la Facultad de Administración CERTIFICO: que el estudio de caso del examen complejo titulado ANÁLISIS DE MEDIO DE PAGO ELECTRÓNICO PARA PYMES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, en opción al grado académico de Magíster (Especialista) en Administración de Empresas, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

Atentamente

MBA. Ítalo Omar Martillo Pazmiño

TUTOR

Guayaquil, marzo 14 de 2016

DEDICATORIA

A Dios, mi esposa, mis hijos, padres,
hermanos, suegros y amigos que
siempre confiaron en mí en la obtención
de este gran objetivo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Padre que siempre creyó que la educación es el pilar fundamental del crecimiento del ser humano. Te amaré por siempre Papito.

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponden exclusivamente;
y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

FIRMA

ENZO NELLO DÁVILA CASILARI

ABREVIATURAS

BCE: Banco Central del Ecuador

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

P.O.S.: point of sale (punto de venta)

ABPE: Asociación de Bancos Privados del Ecuador

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del Ecuador

CONTENIDO

PORTADA

REPOSITORIO

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

Tabla de contenido

1	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	Pregunta de investigación	2
1.2	Delimitación del problema.....	3
1.2.1	Causas	3
1.2.2	Efectos	4
1.3	Justificación	5
1.4	Objetivos.....	6
1.4.1	Objetivo General	6
1.4.2	Objetivos específicos	6
1.5	Premisa.....	7
1.6	Solución propuesta.....	7
2	DESARROLLO.....	8
2.1	Marco Teórico.....	8
2.1.1	Teorías Generales	8
2.1.2	Teorías sustantivas	10
2.1.3	Referentes empíricos	12

2.2	Marco Metodológico.....	15
2.2.1	Categorías	15
2.2.2	Dimensiones	16
2.2.3	Instrumentos	16
2.2.4	Unidad de Análisis	16
2.2.5	Gestión de datos	17
2.2.6	Criterios Éticos	17
2.2.7	Resultados	17
2.2.8	Discusión	28
3	PROPUESTA	29
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	35

RESUMEN

En este siglo XXI tanto el internet como los dispositivos móviles han permitido acercar mucho más a las personas con la tecnología permitiendo que existan muchas facilidades en el día a día. Justamente esta premisa se consideró a nuestra realidad enfocando como las Pymes (Pequeñas y Medianas empresas) se puedan beneficiar del comercio electrónico.

El objetivo del caso de estudio es demostrar la aceptación de una solución de medios de pago que permita desmaterializar por parte de los establecimientos el p.o.s. (point of sale) y del lado de los clientes su tarjeta de crédito y débito. El mecanismo propuesto es que utilicen un dispositivo móvil, sea Smartphone o tablet, para realizar una transacción de manera ágil y segura.

Se aplicaron métodos teóricos a partir de un marco de referencia y métodos empíricos de obtención de datos. El resultado obtenido es que tiene una alta aceptación la solución de medios de pago denominado PayHare, que es una aplicación donde los establecimientos y los clientes interactúen con sus dispositivos móviles.

Palabras claves: tarjeta de crédito y débito, Pymes (Pequeñas y Medianas empresas), comercio electrónico, aplicación, dispositivos móviles.

ABSTRACT

In this century both the internet and mobile devices have enabled bring more people with technology allowing many facilities exist in the day. Just this premise was considered focusing our reality as SMEs (small and medium enterprises) can benefit from e-commerce.

The purpose of the case study is to demonstrate the acceptance of a solution of means of payment for dematerialize by establishments p.o.s. (Point of sale) and the side of the customers the credit card and debit cards. The proposed mechanism is using a mobile device, whether smartphone or tablet, for a transaction swiftly and safely.

Theoretical methods were applied from a framework and empirical methods of data collection. The result is that it has a high acceptance solution called PayHare means of payment, which is an application where the establishments and customers to interact with their mobile devices.

Keywords: credit and debit cards, Pymes (small and medium enterprises), e-commerce, application, mobile devices.

1 INTRODUCCIÓN

En la actualidad nos sorprendemos que el avance tecnológico día a día crece a niveles exponenciales. Los usuarios son más receptivos de contar con estas nuevas tendencias en la denominada globalización. Lo visualizamos en el internet, telecomunicaciones, redes sociales y aparatos que nos facilitan la vida. Entre esos aparatos está nuestro amigo inseparable que en los últimos años ha originado una dependencia debido a todas las facilidades y prestaciones que nos brinda, el teléfono inteligente (Smartphone).

Dada esta avalancha de usuarios con una marcada tendencia hacia la tecnología las empresas tienen que estar muy atentas y no estancarse en el pasado y caminar junto a los gustos y preferencias de su tan importante patrimonio que son: los clientes.

Por tal motivo se planteará en este documento una herramienta que acerque más a las empresas, en este caso a las Pymes (pequeñas y medianas empresas), con sus clientes. Se lo efectuará por medio del comercio electrónico que es la manera de realizar una transacción electrónica entre dos agentes económicos.

La solución tecnológica consiste en que los establecimientos afiliados al sistema de tarjeta de crédito podrán realizar sus ventas por medio de un dispositivo móvil (Tablet o Smartphone) y los tarjetahabientes en vez de usar su tarjeta de crédito o débito lo harán con su Smartphone.

El objeto de estudio a la cual se basa la propuesta se refiere al comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil, que según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), (2015) lo define “como el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación. Representa una gran variedad de posibilidades para adquirir bienes o servicios ofrecidos por proveedores en diversas partes del mundo. Las compras de artículos y servicios por internet o en línea pueden resultar atractivas por la facilidad para realizarlas, sin embargo, es importante que los ciberconsumidores tomen precauciones para evitar ser víctimas de prácticas comerciales fraudulentas” (párr. 1)

El campo a analizar son las Pymes, Las Pymes son denominadas a las pequeñas y medianas empresas, estas son categorizadas en base a algunas variables como: número de trabajadores, volumen de ventas, años en el mercado, y sus niveles de producción, activos.

Las Pymes a nivel mundial representan un sector importante en la economía de un país. Equivale en promedio a un 80% de los negocios generando empleos, desarrollando la producción y permitiendo un manejo sostenible de la economía.

1.1 Pregunta de investigación

¿Cómo contribuir al comercio electrónico a través de una solución de medios de pago utilizando dispositivos móviles orientado a las Pymes en la ciudad de Guayaquil?

1.2 Delimitación del problema

Las redes que operan las tarjetas de crédito y débito del sistema financiero (Datafast, Medianet y Red de Apoyo) en el Ecuador no aprovechan la tecnología disponible y la penetración de Smartphones entre los usuarios con el fin de que se facilite el comercio electrónico en las Pymes. Se sigue manteniendo los denominados p.o.s. (en inglés point of sale) que requieren de la tarjeta física del cliente. A continuación, se detalla el árbol del problema:

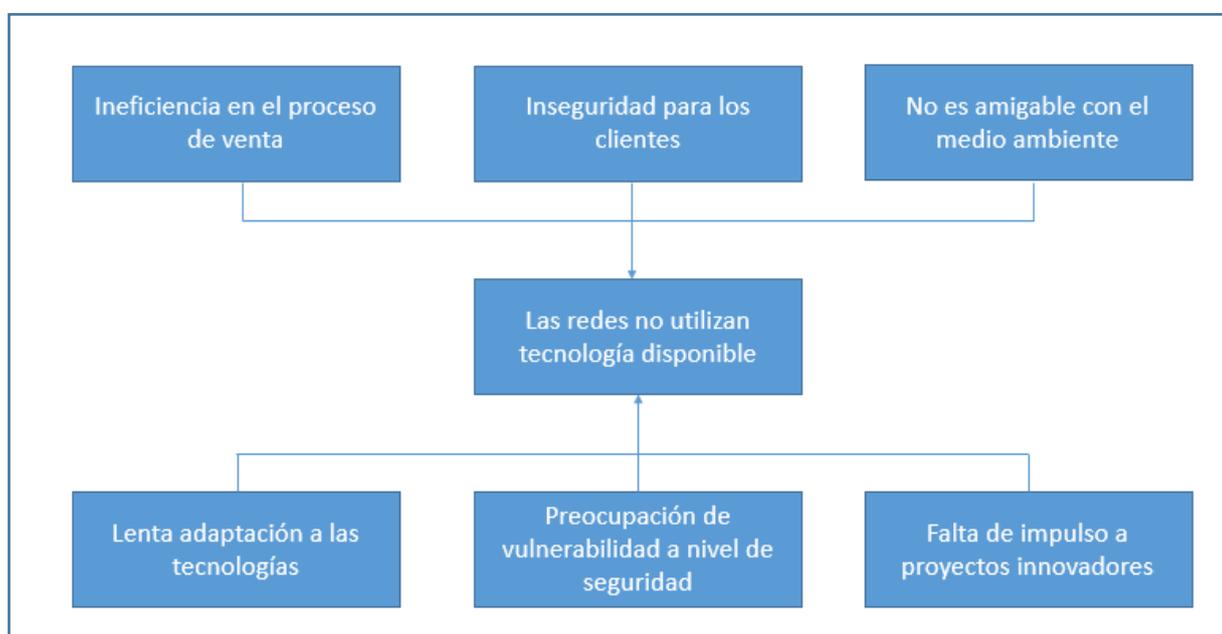


Figura 1. Árbol de problema
Elaboración: Enzo Dávila C.

1.2.1 Causas

Las principales causas del problema son las siguientes:

- a) Lenta adaptación a las tecnologías: tanto para los bancos del sistema financiero como a las redes se les dificulta la asimilación de las tecnologías que están disponibles. Parte de esto se debe a las altas inversiones que se deben incurrir.

Un ejemplo de lo expuesto es lo que sucedió con la migración de la tarjeta con banda a las tarjetas con chip inteligente en los productos de crédito y débito a partir de enero 2012. Tal como lo mencionó Cesar Robalino director ejecutivo de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE) de que muchos países lo han hecho en América Latina, como Perú y Colombia, ya están con tarjetas inteligentes para dar seguridad al cliente. (Ecuador inmediato, 2011)

- b) Preocupación de vulnerabilidad a nivel de seguridad: el riesgo de fraude siempre estará latente en especial en el mercado de tarjetas de crédito y débito. Los delincuentes informáticos están a la espera de que exista una brecha para vulnerar las seguridades de los bancos. Toda propuesta innovadora tiene que ser analizada y revisada con mucho cuidado aplicando todas las normas de seguridad para evitar la exposición al fraude. Originando que se dilaten los tiempos programados.
- c) Falta de impulso a proyectos innovadores: por falta de visión generalmente los proyectos innovadores son colocados en segundo plano por parte de los bancos privados y las redes por la prioridad de atender temas más urgentes que tienen que ver con la operación diaria. Además de cumplir con requerimientos de los organismos de control.

1.2.2 Efectos

Los principales efectos del problema se detallan a continuación:

- a) Ineficiencia en el proceso de venta: Las Pymes que están afiliadas al sistema de tarjetas de crédito y débito tienen que alquilar o pagar un valor mensual o anual por el p.o.s. Lo que encarece el costo de operación. Con la propuesta planteada esos costos de utilización de p.o.s se descartarían.

Permitiendo una facilidad de acceso a los Pymes que tienen como barrera de entrada para el cobro de tarjetas de crédito y débito los costos implícitos de la utilización del equipo electrónico.

- b) Inseguridad para los clientes: ultrajes, robos y agresiones sufren los ciudadanos en especial los que poseen tarjetas bancarias víctimas del secuestro express. Esta modalidad del delito consiste en mantener secuestrada por horas a la víctima hasta desvalijarla de sus prendas de valor y obtener dinero de sus tarjetas de débito o de crédito. (El Universo, 2010,pág. 1)
- c) No es amigable con el medio ambiente: las Pymes dependiendo del nivel de transaccionalidad utilizan rollos de papel que son insertados en el p.o.s. con el fin de imprimir el voucher. El cual es firmado por el cliente, quedando el establecimiento con el original y el cliente con la copia. Este consumo indiscriminado de papel origina un impacto negativo en el medio ambiente el cual puede ser eliminado si utilizamos las tecnologías disponibles.

1.3 Justificación

La utilidad de la propuesta tiene como beneficiarios principales a las Pymes y a los usuarios. Empecemos por las Pymes, q sin duda podrán gozar de una herramienta fácil de usar que permitirá mejoras en los procesos tanto en tiempo como en costos. Para poner como referencia a continuación detallo cuales son los costos por comprar o alquilar los equipos de Datafast la principal red en el Ecuador.

Tabla 1. Costos p.o.s. Datafast

Tipo de p.o.s.	Alquiler		Compra	Servicio	
	Mensual	Anual		Mensual	Anual
Dial (línea telefónica)	\$16	\$176	\$450	\$4.75	\$52.25
Inalámbrico	\$36.50	\$401.50	\$850	\$14.25	\$156.75

Fuente: Datafast

Elaboración: Enzo Dávila Casilari

Como podemos comprobar tanto los Pymes que están afiliados al sistema de tarjeta de débito y crédito, así como los nuevos participantes podrán ahorrarse esos costos con el uso de la herramienta basada en los dispositivos móviles.

La tendencia de los clientes sigue siendo alta al momento de utilizar las aplicaciones móviles. Internet se ha convertido en un gran canal de oportunidades. El 2014 terminó con un incremento del 13,4% en lo que respecta a las ventas mediante comercio electrónico, un final de año repleto de satisfacciones para el sector online. En el 2014 el uso de aplicaciones móviles aumentó un 76% y las aplicaciones de compras aumentaron un 174%. Para el 2015 se visualiza que los dispositivos móviles alcancen el 33% de todas las transacciones que se realicen en Internet. (Einnova, 2015)

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Demostrar la aceptación de la solución propuesta por parte de las Pymes.

1.4.2 Objetivos específicos

- Establecer el proceso más idóneo de experiencia usuario en la aplicación de la solución.
- Determinar los beneficios en la aplicación de la solución.
- Indicar cuales son los medios publicitarios más representativos para comunicar la solución.

1.5 Premisa

Sobre la base del análisis de los problemas sociales, culturales, económicos que producen la no aplicación de la tecnología en las Pymes, se propone solución de medios de pago utilizando dispositivos móviles en la ciudad de Guayaquil, con el fin de evitar ineficiencias en los procesos de venta.

1.6 Solución propuesta

La solución propuesta es una herramienta tecnológica basada en los dispositivos móviles aplicado en las Pymes afiliados al sistema de tarjetas de crédito y débito del sistema financiero. La intención es que las redes migren de la actual tecnología p.o.s. (point of sale) a la de una aplicación que se pueda descargar al dispositivo móvil. El dispositivo móvil según Aranaz (2009) es “todo aparato electrónico que cumple unas características muy básicas: es de reducido tamaño, haciéndolo fácil de transportar, cuenta con una cierta capacidad de computación y almacenamiento de datos, incorpora elementos de E/S básicos (por lo general, pantalla y/o algún tipo de teclado). (p. 17)

Así mismo los clientes pueden migrar de sus tarjetas plásticas, trasladando la información de sus tarjetas en su Smartphone y así realizar la transacción. Desde un dispositivo a otro.

2 DESARROLLO

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Teorías Generales

Después de la llegada del internet a los consumidores se han originado nuevas relaciones entre usuarios y vendedores mediante el comercio electrónico.

La Organización Mundial del Comercio define el comercio electrónico como la producción, promoción, venta y distribución de productos a través de redes de telecomunicación. El comercio electrónico permite el acceso a un mercado global y competitivo, que genera numerosas ventajas para los ciudadanos entre las que destacan la reducción de precios, así como el acceso a nuevos productos. (Observatorio de la seguridad de la información, 2010, pág. 5)

El mercado de consumidores es tan amplio y complejo debido a que tienen diferentes necesidades. Por tal motivo el comercio electrónico está segmentado para satisfacer a los diferentes nichos. Según Bautista (2015) el comercio electrónico se divide en:

- Comercio electrónico B2B (negocio a negocio) es la transacción comercial que se realiza entre empresas. En este segmento no intervienen consumidores.
- Comercio electrónico B2C (negocio a consumidor) es la transacción comercial que se realiza entre una empresa y una persona. En este segmento el comercio ofrece un medio de pago

- Comercio electrónico B2E (negocio a empleado) es la transacción entre empresa y empleado. Son ofertas que el empleador brinda a sus empleados directamente desde su propia página web con promociones atractivas que servirán de impulso para una mejora en el desempeño laboral.
- Comercio electrónico C2C (consumidor a consumidor) es la transacción comercial entre personas. Esto generalmente se da cuando una persona quiere vender un producto que no quiera o ya no lo necesite.
- Comercio electrónico G2C (gobierno a consumidor) es la transacción que usualmente realizamos en el pago de un trámite con una entidad pública. Por ejemplo el pago de los impuestos prediales a los municipios.

En el caso de la propuesta planteada claramente el tipo de comercio electrónico que se utilizará es B2C (negocio a consumidor). Dado que en un lado tenemos a las Pymes afiliadas al sistema de tarjeta de crédito y débito, y por otro lado tenemos a los tarjetahabientes.

Cabe mencionar un tema importante que se extrajo de la Encuesta de Condiciones de Vida elaborado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el 2014. Se reveló que el uso de la tecnología ha tenido un crecimiento considerable gracias a la utilización de los Smartphones.

El 24,3% de la población maneja estos dispositivos, así como también redes sociales y aplicaciones. El Comercio (2015)

2.1.2 Teorías sustantivas

Las Pymes son un sector determinante en el avance productivo de los países. Las empresas se las pueden clasificar según el número de trabajadores o el valor de sus ventas. Tal como lo señala el artículo 3 de la Resolución de la CAN N° 1260 (2009): Microempresa (de 1 a 9 trabajadores), pequeña empresa (de 10 a 49 trabajadores), mediana empresa (de 50 a 199 trabajadores) y gran empresa (200 o más trabajadores). Por el lado de las ventas las empresas se dividen en: Microempresa (de \$1 a \$100.000 en ventas anuales), pequeña empresa (de \$100.001 a \$1'000.000), mediana empresa (de 1'000.001 a 5'000.000) y gran empresa (desde 5'000.000 en adelante).

Por otra parte, cuando se analiza la orientación productiva del tejido empresarial, se evidencia según el Observatorio Pyme (2012) que las Pequeñas y medianas empresas están orientadas en su mayor parte en el sector del comercio y el servicio debido a que representan un 88%. A continuación, se detalla la siguiente figura:

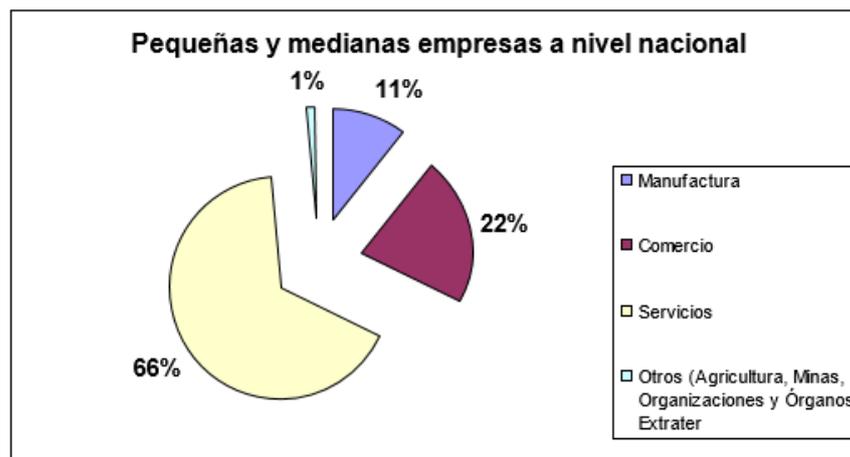


Figura 1. Distribución de Pymes por actividad productiva.
Elaboración: Observatorio Pyme

Las Pymes son empresas que por su estructura son más fáciles de adaptar a los cambios que exige el mundo globalizado. Tal como indicó Ekos (2013), “las Pymes forman parte de la economía por la generación de efectos directos e indirectos a través de su ejercicio normal de negocio; la formación de empleo y competencia dejan como resultado un aumento de productividad, ingresos y, con ello, un alto beneficio social. Son retos por cumplir el asesoramiento para la implantación de mejoras en la gestión operacional que incida en su eficiencia, su dinamismo y soporte institucional”

Para el análisis de la solución planteada justamente el sector seleccionado son las Pymes que están afiliados al sistema de tarjeta de crédito y débito que utilizan el p.o.s. Existen empresas grandes que en su mayoría ofrecen el servicio de tarjeta de crédito y débito, no obstante, no utilizan el p.o.s. sino un sistema integrado. Ejemplo: Mi Comisariato y Supermaxi en sus cajas operan este tipo de equipos.

2.1.3 Referentes empíricos

Nuevas formas de medios de pago se están creando a nivel mundial. Y el Ecuador no es la excepción, con la introducción de la tecnología ha permitido que las empresas sean estas públicas o privadas logren incursionar en este campo con el fin de darle más facilidades a sus usuarios.

El ejemplo más cercano para el país es el dinero electrónico, el Banco Central del Ecuador (2014) lo define de la siguiente manera: “El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 en su objetivo número ocho indica que el sistema económico mundial requiere renovar su concepción a fin de priorizar la igualdad en las relaciones de poder sobre el crecimiento económico y el capital. Así se permitirá la inclusión económica y social de millones de personas, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la regulación del sistema económico.

En este marco, el Banco Central del Ecuador (BCE) desarrolla nuevos mecanismos que faciliten el acceso a diversos servicios financieros. El dinero electrónico es el medio de pago electrónico, gestionado privativamente por el BCE, denominado en dólares de los Estados Unidos de América de conformidad con lo establecido en el Código Orgánico Monetario y Financiero, que se intercambia únicamente a través de dispositivos electrónicos, móviles, electromecánicos, fijos, tarjetas inteligentes, computadoras y otros, producto del avance tecnológico. (Resolución No.005-2014-M de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera) Además, es un servicio sin fines de lucro, de bajo costo y más seguro para la ciudadanía. Al ser administrado por el BCE evita problemas de compatibilidad entre diferentes sistemas y monopolios, como ha sucedido en algunos lugares del mundo.

La tecnología digital está ganando terreno en todo ámbito, a nivel global. El BCE trabaja para que las ventajas tecnológicas del siglo XXI estén al servicio de toda la ciudadanía”

Se muestran a continuación el esquema de apertura de cuenta, carga de dinero y pago en establecimientos:

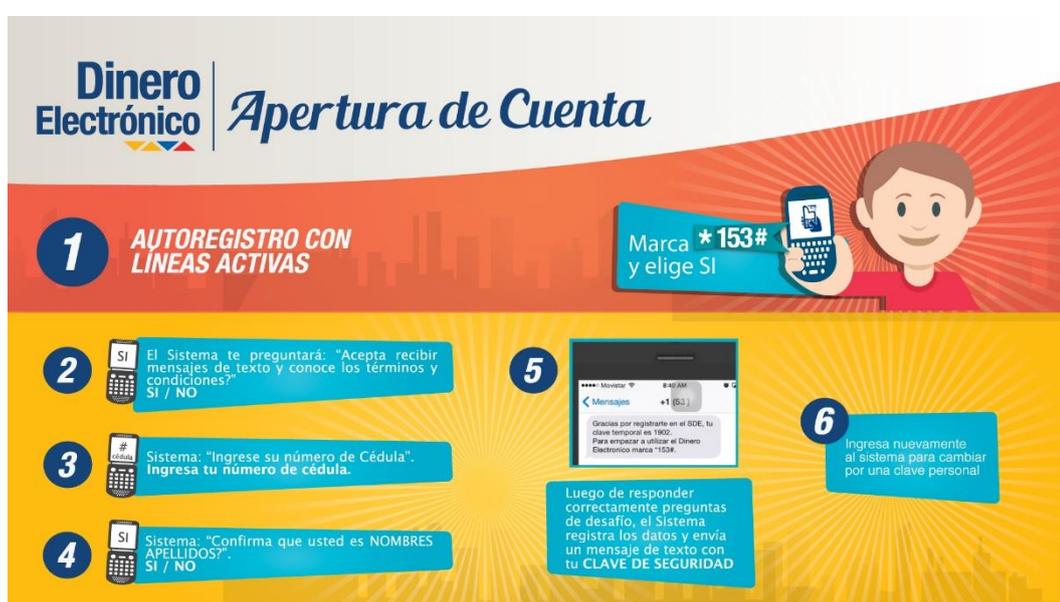


Figura 2. Apertura de cuenta
Elaboración: Banco Central del Ecuador



Figura 3. Carga de dinero.
Elaboración: Banco Central del Ecuador.



Figura 4. Pago en establecimientos.
Elaboración: Banco Central del Ecuador.

2.2 Marco Metodológico

Para este estudio, se utilizará la investigación teórica basada en la bibliografía. Por otra parte, se complementará con la investigación de campo basada en encuestas.

A continuación, se adjunta la Matriz Categorías-Dimensiones-Instrumentos-Unidad de análisis (CDIU) para explicar la investigación que se realizará en el presente estudio:

Tabla 2. *Matriz CDIU*

Categorías	Dimensiones	Instrumentos	Unidad de Análisis
Cultural	Utilización de las nuevas tecnologías.	- Encuestas	- Cantón Guayaquil; Mayores de Edad; Sector formal; establecimientos afiliados al sistema de tarjetas de crédito y débito
Económico	Eficiencia en costos	- Encuestas	- Cantón Guayaquil; Mayores de Edad; Sector formal; establecimientos afiliados al sistema de tarjetas de crédito y débito

Fuente: Capacitación UPID Universidad de Guayaquil

Elaboración: Enzo Dávila Casilari

2.2.1 Categorías

El comercio electrónico en las Pymes tiene repercusión en muchos ámbitos, en especial en el cultural y económico. Debido a que existe diversas dudas e incertidumbre por parte de los usuarios. Además, que es indudable que existe un impacto positivo en la parte económica al utilizar nuevas tecnologías.

2.2.2 Dimensiones

Cuando se incorpora una nueva tecnología es normal que inicialmente exista cierta resistencia, lo cual se estabiliza al cumplirse la curva de aprendizaje. Esto sucedió en los establecimientos afiliados al sistema de tarjeta de crédito y débito cuando se migró al p.o.s. con lectura de tarjeta con chip años atrás. Los establecimientos se fueron adaptando a medida que tenían capacitación y con la utilización en una venta real.

Por otra parte, se tiene previsto con la inclusión del nuevo medio de pago que exista una reducción de costos en la operación lo cual tiene un impacto a nivel económico.

2.2.3 Instrumentos

El instrumento a utilizar es la encuesta. La encuesta la define Thompson (2010) como “un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”

2.2.4 Unidad de Análisis

Las unidades de análisis a la cual se realizarán las investigaciones son los propietarios de los establecimientos afiliados al sistema de tarjeta de crédito y débito que sean Pymes en la ciudad de Guayaquil. Se escogió este segmento porque se requiere conocer la apertura que tienen los establecimientos al momento de utilizar esta nueva modalidad de medio de pago.

2.2.5 Gestión de datos

Se decidió utilizar como método empírico a la encuesta, con el objetivo de obtener información primaria que permitirá conocer la opinión de los propietarios de los establecimientos afiliados al sistema de tarjeta de crédito y débito que sean Pymes en la ciudad de Guayaquil.

2.2.6 Criterios Éticos

Los principios éticos usados son los siguientes:

- La elección de las personas encuestadas se debe por motivos directamente relacionados con la investigación;
- Se transparentó y socializó con los encuestados el propósito de la investigación;
- No se vulneró la intimidad de los encuestados.

2.2.7 Resultados

En base a la información proporcionada por los encuestados, se exponen los resultados a continuación:

1. ¿Su establecimiento es una Pyme?

Tabla 3. Pregunta 1

Su establecimiento es Pyme	No. Encuestados	%
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

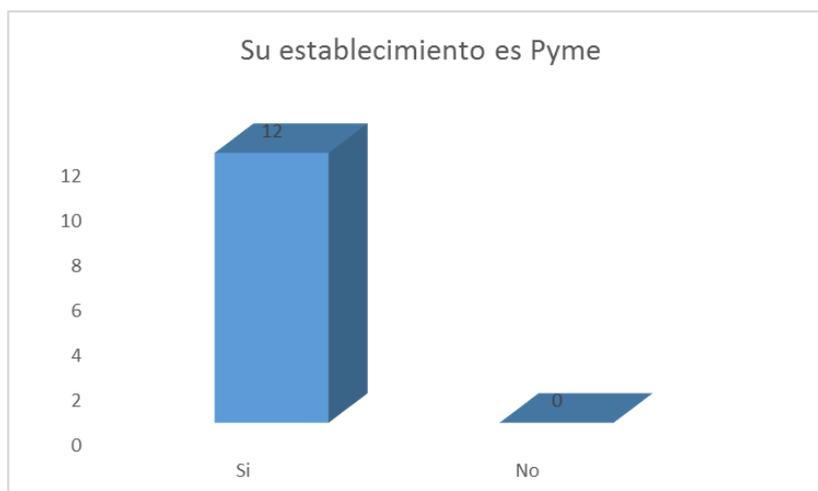


Figura 5. El establecimiento es Pyme

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

El 100% de los propietarios de los establecimientos son Pymes.

2. Indique en qué rango de edad promedio se encuentra el personal que factura en su establecimiento

Tabla 4. Pregunta 2

Rango de edad del personal que factura	No. Encuestados	%
18 a 24	1	8%
25 a 31	10	83%
32 a 38	1	8%
39 a 45	0	0%
46 a 52	0	0%
53 a 59	0	0%
60 a 66	0	0%
Mayor a 66	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

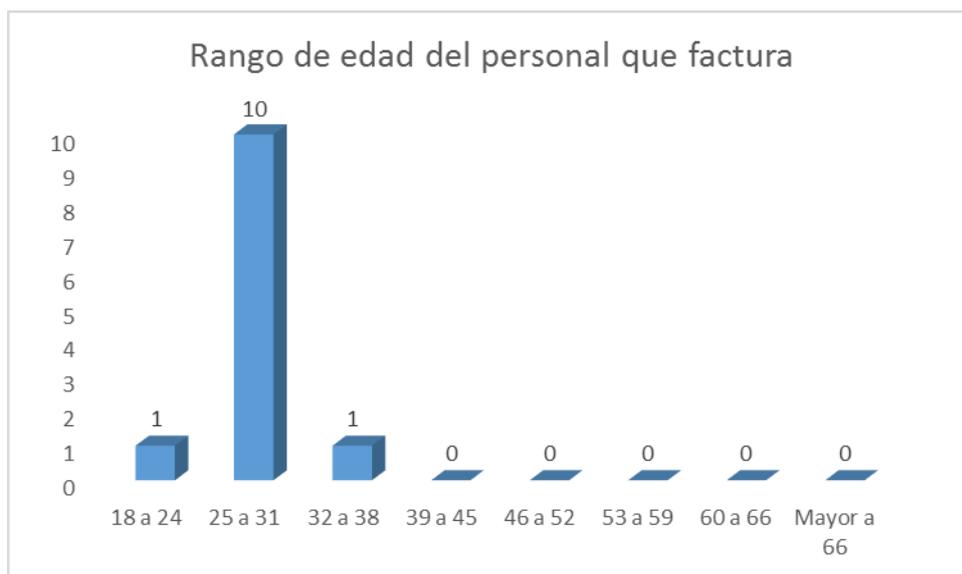


Figura 6. Rango de edad del personal que factura

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

El 83% del personal que factura en los establecimientos comprende la edad de 25 a 31 años. El 8% corresponde tanto a la edad de 18 a 24 años como la de 32 a 38 años. Lo cual nos indica que la población que trabaja en estos establecimientos son muy jóvenes permitiendo que se adapten más rápido a las tecnologías.

3. Indique el nivel de escolaridad promedio del personal que factura en su establecimiento.

Tabla 5. Pregunta 3

Nivel de escolaridad del personal que factura	No. Encuestados	%
Primaria	0	0%
Secundaria	11	92%
Universitario	1	8%
Profesional	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

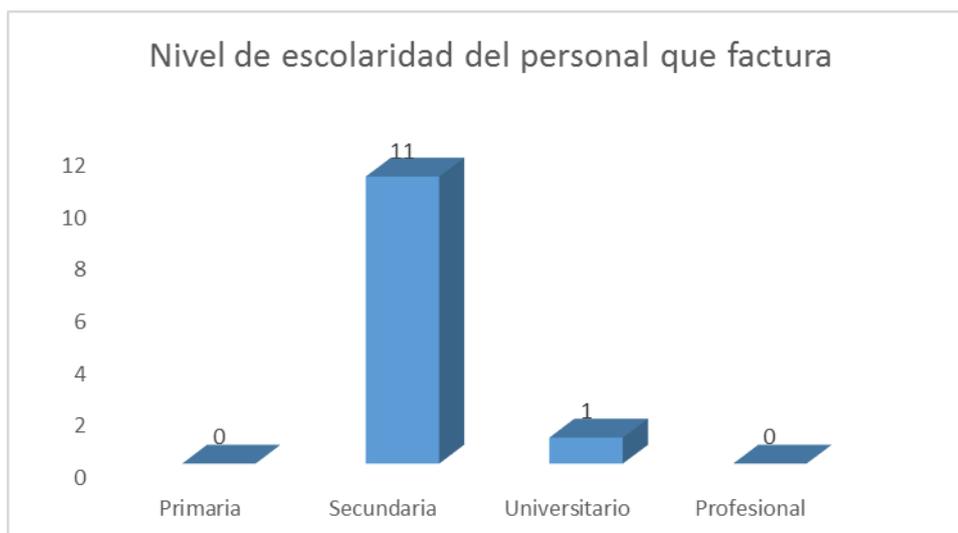


Figura 7. Nivel de escolaridad promedio del personal que factura

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

La mayoría del personal que factura ha cursado por la secundaria, el cual representa un 92%. Por otra parte, sólo una persona encuestada es universitaria. Se demuestra el poco acceso de nuestros jóvenes en la universidad.

4. ¿Su establecimiento está afiliado a alguna red de sistema de tarjeta de crédito o débito?

Tabla 6. Pregunta 4

Está afiliado a alguna red	No.	
	Encuestados	%
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

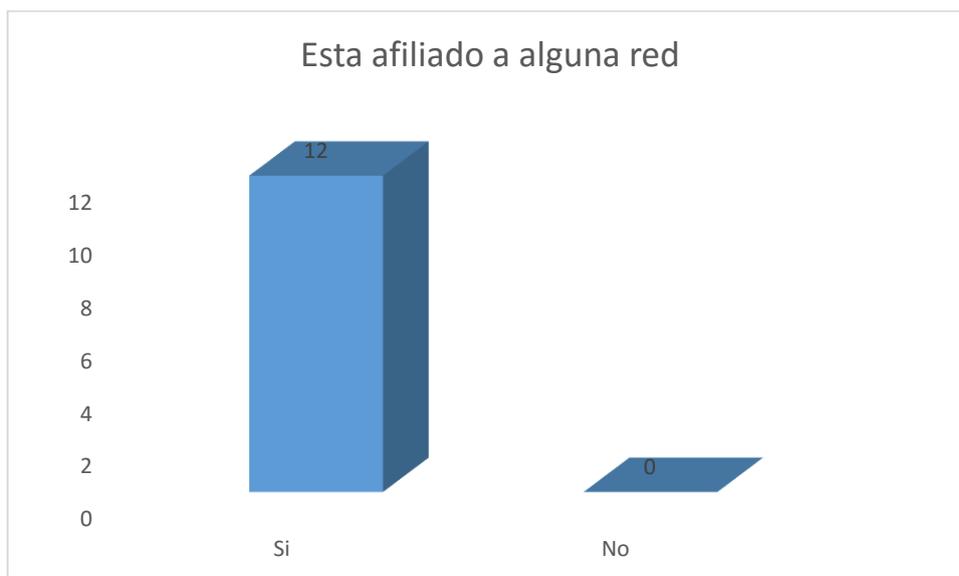


Figura 8. Afiliación a alguna red del sistema de tarjeta de crédito y débito

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

La totalidad de los establecimientos de la muestra están afiliados por medio de una red al sistema de tarjetas de crédito y débito.

5. ¿Indique a que redes está afiliado su establecimiento?

Tabla 7. Pregunta 5

A que redes está afiliado su establecimiento	No. Encuestados	%
Datafast	10	83%
Medianet	2	17%
Red de apoyo	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

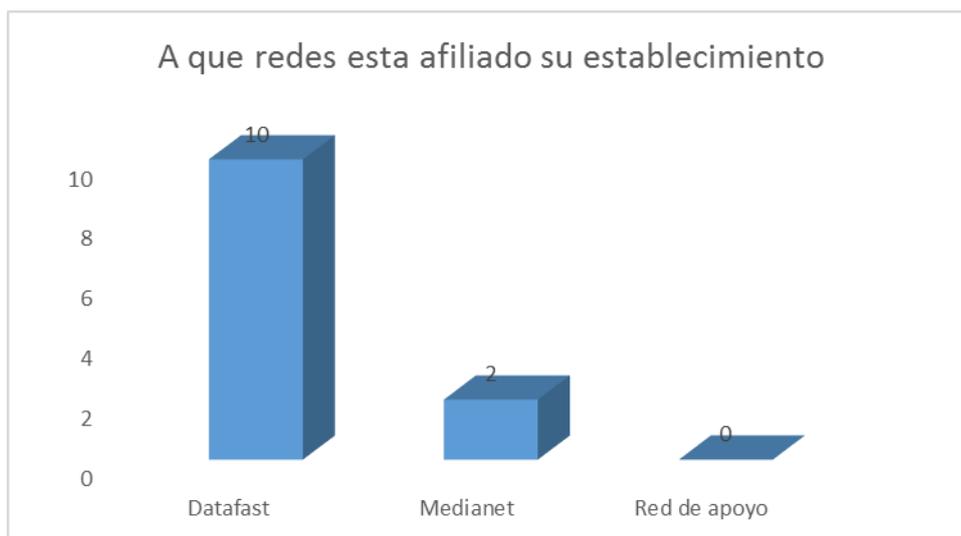


Figura 9. Redes que están afiliados los establecimientos

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

El 83% de los encuestados están afiliados a la red Datafast. Mientras que un 17% a Medianet. Ningún de los encuestados está afiliado a la Red de apoyo. Se afirma que la red Datafast es la líder del mercado.

6. Identifique las características de su equipo p.o.s.

Tabla 8. Pregunta 6

Características del equipo p.o.s.	No.	
	Encuestados	%
Inalámbrico	6	50%
Dial (línea telefónica)	6	50%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

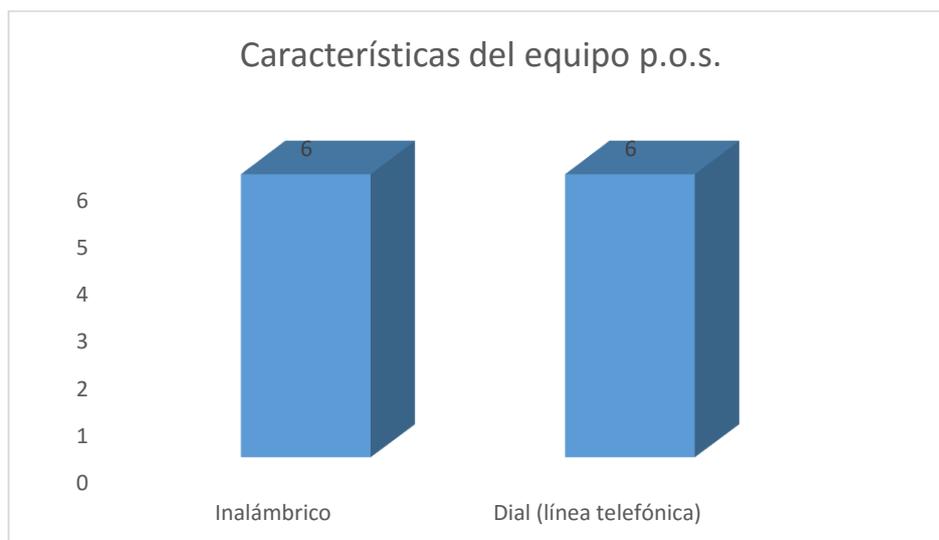


Figura 10. Tipos de p.o.s.

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

Existen 2 opciones de modalidad de equipos p.o.s. que ofrecen las distintas redes. La investigación nos muestra que los establecimientos tienen los equipos inalámbricos y por medio de línea telefónica por partes iguales.

7. ¿El personal que factura en su establecimiento maneja aplicaciones de dispositivos móviles?

Tabla 9. Pregunta 7

Manejo de aplicaciones por parte del personal que factura	No. Encuestados	%
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

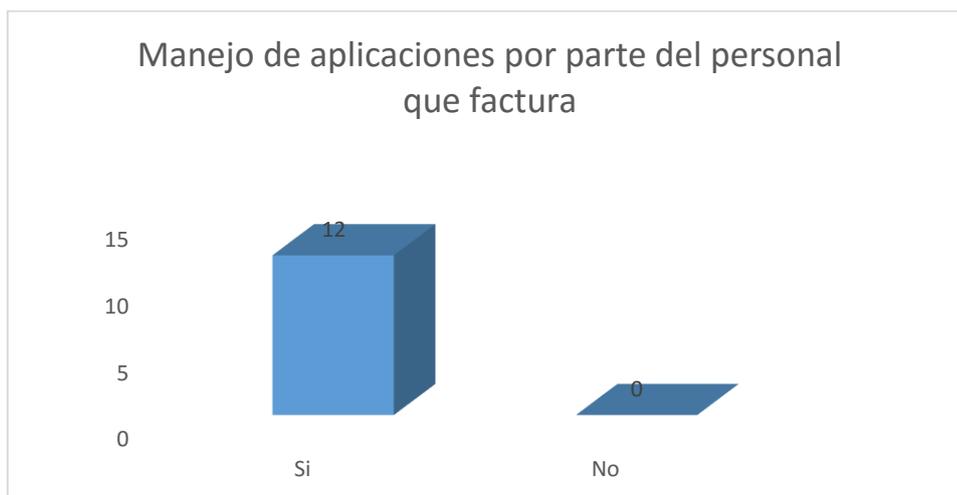


Figura 11. Manejo de aplicaciones por parte del personal que factura

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

El 100% de los encuestados indicaron que el personal conoce y maneja las aplicaciones que ofrecen los dispositivos móviles. Sin duda los jóvenes que utilizan esta tecnología operan con facilidad las aplicaciones iniciando por las redes sociales.

- 8. ¿Si le presentaran una solución de medio de pago, de tal manera que el cliente utilice su Smartphone para realizar la compra y su establecimiento ya no requiera del uso del equipo p.o.s. (el cual tiene un costo por compra o alquiler) sino del uso de un dispositivo móvil como celular o tablet, Ud. estaría dispuesto a cambiarse a esta nueva modalidad?**

Tabla 10. Pregunta 8

Estaría dispuesto a cambiarse a la nueva modalidad de medios de pago	No. Encuestados	%
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

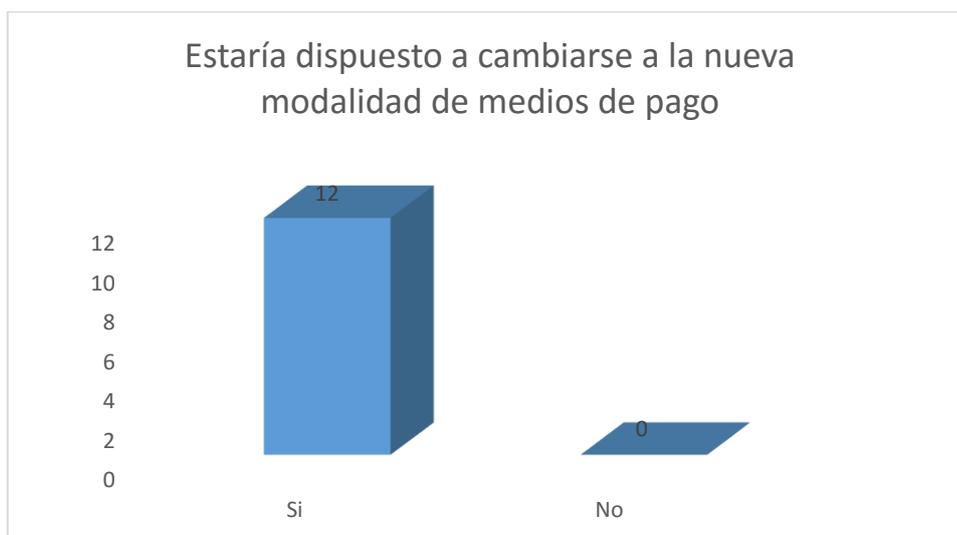


Figura 12. Se cambiaría a la nueva modalidad de medios de pago.

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

La totalidad de los encuestados indicaron que estarían dispuestos a migrar la nueva facilidad de medios de pago. Las preguntas que antecedieron daban la pauta de lo que responderían los establecimientos sobre la solución propuesta la cual es categórica.

- 9. De los siguientes beneficios escoja 3 que considere de mayor importancia para su negocio.**

Tabla 11. Pregunta 9

Escoja 3 beneficios que considere de mayor importancia	No. Encuestados	%
Disminuir costos de operación	10	28%
Seguridad en transacción	9	25%
Facilidad experiencia usuario	4	11%
Menor consumo de papel	5	14%
Movilidad	8	22%
Total	36	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.

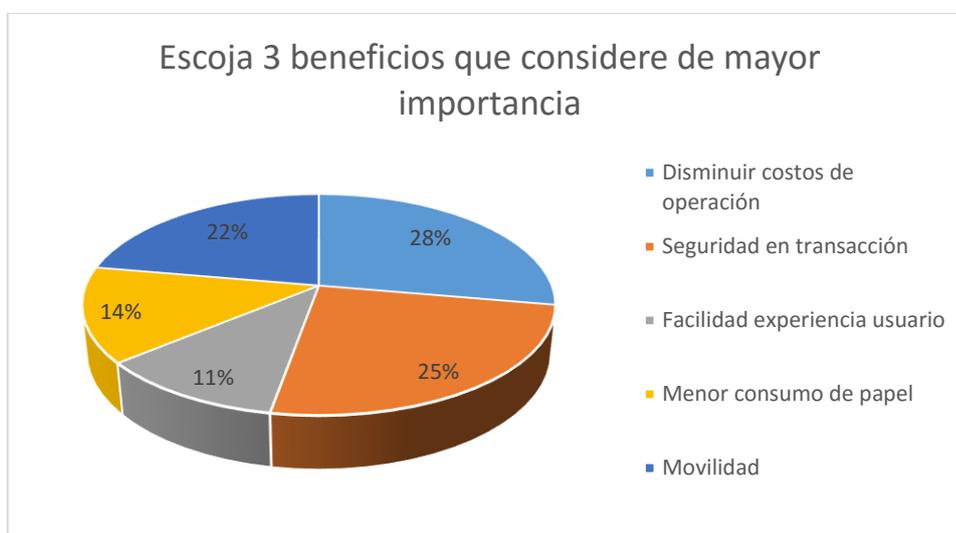


Figura 13. Beneficios de la nueva modalidad de medios de pago

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

Los beneficios más relevantes fueron la disminución de costos de operación con un 28%, la seguridad en la transacción con un 25% y la movilidad con un 22%. Las opciones con menor ponderación fueron la de menor consumo de papel con un 14% y con un 11% la facilidad de experiencia usuario. Todo empresario está en busca de ser más eficiente y la reducción de costos es una de las formas de hacerlo.

10. De los siguientes medios de comunicación escoja 3 que considere de mayor importancia para que los clientes se informen de esta nueva modalidad de pagos.

Tabla 12. Pregunta 10

Escoja 3 medios de comunicación que considere de mayor importancia para difundir la nueva modalidad	No. Encuestados	%
Boletines	4	11%
SMS	5	14%
Web	7	19%
Redes sociales	12	33%
Publicidad en el establecimiento	8	22%
Total	36	100%

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaborado por: Enzo Dávila C.



Figura 14. Medios de comunicación de la nueva modalidad de medios de pago

Fuente: Encuesta nueva modalidad de medio de pago Pymes efectuada el 27/02/2016

Elaboración: Enzo Dávila C.

Análisis descriptivo

El medio de comunicación con mayor puntaje son las redes sociales que obtuvieron un 33%. De ahí le siguen la publicidad en el establecimiento con un 22%, la web 20%, mensajería por SMS con un 14% y finalmente boletines electrónicos con un 11%.

Los usuarios tornan su mirada a las redes sociales y los empresarios aprovechan esa tendencia para pautar tus productos y servicios por ese canal.

2.2.8 Discusión

Se puede destacar que la herramienta utilizada para la investigación, como la encuesta, brinda un soporte muy valioso para determinar que la solución propuesta tiene una alta aceptación entre las Pymes consultadas. Sin duda que los beneficios del medio de pago propuesto les permite a los establecimientos comparar con el sistema que actualmente manejan a través del p.o.s. Viendo en éste las deficiencias ya revisadas como el alto costo del equipo, el manejo de papel, la inseguridad que está atado al manejo del plástico por parte de los clientes.

Las tendencias expuestas indican que los usuarios cada vez más están utilizando estas tecnologías amigables, traducidas en los dispositivos móviles. No obstante, hubiera sido determinante realizar una investigación direccionada a los usuarios con el fin de conocer su opinión acerca de la solución de medio de pago propuesto. Seguramente se ratificaría que están preparados para el uso de su Smartphone como herramienta de pago.

3 PROPUESTA

Después de haber abordado minuciosamente las diferentes perspectivas del mundo globalizado al hablar de las nuevas tendencias y así mismo enfocándonos en los retos que tienen las Pymes. Se torna muy atractivo la solución de medios de pago propuesto orientado a los establecimientos afiliados al sistema de tarjetas de crédito y débito.

Este medio de pago va a permitir realizar la transacción reemplazando la tarjeta física por una aplicación en el Smartphone de los clientes, así como reemplazara el p.o.s. de los establecimientos por medio de un dispositivo móvil sea este tablet o Smartphone. A esta solución la he denominado: **PayHare**.



Figura 15. Logo PayHare
Elaboración: Enzo Dávila C.

Las palabras PayHare traducido al español significa “Pago Liebre” lo que se quiere transmitir que el pago por medio de este sistema será: ágil, rápido, descomplicado, vanguardista, sencillo, seguro. Así mismo PayHare fonéticamente suena de manera similar PayHere, que traducido al español significa “Pague Aquí”

Como se había referido anteriormente existen 3 redes que administran todo el sistema de tarjetas de crédito y débito. Siendo la red Datafast la más representativa del país al acoger a los bancos más grandes del Ecuador como lo son: Pichincha, Guayaquil y Pacífico. Por tal motivo se sugiere que sea Datafast la empresa que brinde este servicio ya que podrá cubrir la mayor cantidad de clientes usuarios de las tarjetas de crédito y débito.

(Datafast, 2016)

A continuación, se detalla el esquema que involucra tanto al cliente como el establecimiento:

- Clientes y establecimientos se descargan la aplicación por medio de Google Play o App Store



Figura 16. Pantallas de interfaz PayHare
Elaboración: Enzo Dávila C.

- Se muestra la aplicación para tarjetas habientes donde puede registrar sus tarjetas.



Figura 17. Pantallas de interfaz PayHare
Elaboración: Enzo Dávila C.

- Se muestra la aplicación para Establecimientos



Figura 18. Pantallas de interfaz PayHare
Elaboración: Enzo Dávila C.

- El tarjetahabiente después de autenticarse deberá solicitar un código temporal que dura cinco minutos al inicio del proceso de compra. También deberá escoger la tarjeta que previamente registró.

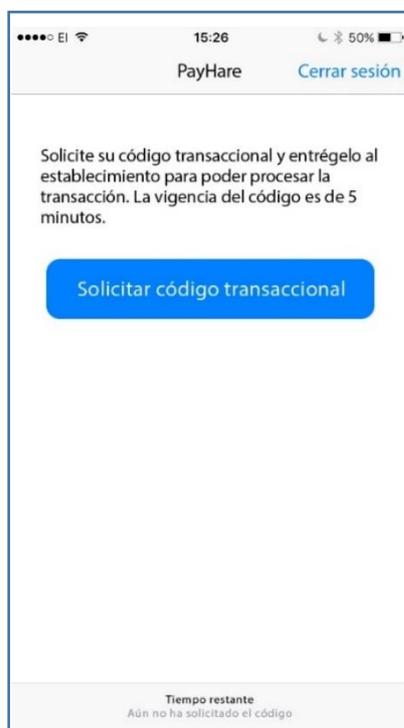


Figura 19. Pantallas de interfaz PayHare
Elaboración: Enzo Dávila C.



Figura 20. Pantallas de interfaz PayHare
Elaboración: Enzo Dávila C.

- A su vez el comercio selecciona la opción de tipo de crédito (corriente o diferido), ingresa el valor del bien o el servicio. Ingresa el código temporal, el cual contiene de forma encriptada la información de la tarjeta. Al momento de autorizar el valor por parte del banco emisor, se procede a firmar el voucher digital, que posteriormente se envía por correo electrónico tanto al cliente como al comercio. Así se evita el desperdicio de papel, optimizando recursos.

The screenshot shows a mobile application interface for creating a new voucher. At the top, there is a status bar with signal strength, Wi-Fi, time (15:26), and battery (50%). Below the status bar, there are three buttons: "Cancelar" (Cancel), "Nuevo PayHare" (New PayHare), and "Procesar" (Process). The main content area displays the following information:

- Valor: 50,00
- Tipo de Crédito: Contado
- Código transaccional de Cliente:
- E-mail de recepción de voucher: enzodavila@hotmail.com

Below this information is a large rectangular box with a thin border, containing the text "Dibuje su firma aquí" (Draw your signature here).

Figura 20. Pantallas de interfaz PayHare
Elaboración: Enzo Dávila C.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se pudo corroborar que aparte de novedosa la herramienta “PayHare” sería de mucha utilidad para las Pymes que de manera constante buscan opciones que les permita ser más competitivos en sus diferentes nichos de mercado. En la investigación de mercado se pudo constatar la aceptación por parte de los establecimientos respecto a la propuesta de medio de pago. Factores como la reducción de costos fueron determinantes ya que los montos que se manejan tanto para la compra como el alquiler de los p.o.s. son elevados. Así mismo se valoró la movilidad que permite la herramienta, dado que les da la alternativa a los establecimientos de abrir sus fronteras de negocio teniendo la capacidad de visitar a sus clientes y poderles cobrar de manera ágil y segura.

Se recomienda a los Bancos y a las redes que operan el sistema de tarjeta de crédito y débito que aprovechen las tecnologías disponibles para el beneficio de los usuarios. Siempre tienen que estar en la búsqueda de que exista una mejor eficiencia en los procesos, dándole seguridad a los tarjetahabientes y sobretodo amigable con el medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranaz, J. (2009). *Desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles sobre la plataforma android de google*. Madrid.
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Dinero electrónico*. Obtenido de <http://www.dineroelectronico.ec/index.php/dineroelectronico/que-es-el-dinero-electronico>
- Bautista, M. (14 de abril de 2015). *Marvenait*. Obtenido de <http://marvenait.blogspot.com/2015/04/tipos-de-comercio-electronico.html>
- Datafast. (2016). *Datafast*. Obtenido de <http://www.datafast.com.ec/>
- Ecuador inmediato. (26 de diciembre de 2011). *Ecuador inmediato*. Obtenido de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=164125&umt=banca_incorporara_chips_inteligentes_a_tarjetas_credito_y_dabito_en_2012
- Einnova. (14 de Enero de 2015). <http://www.einnova.com/aplicaciones-moviles/disenio-aplicacion-movil-comercio-electronico>.
- Ekos . (2013). Pymes: Contribución clave en la Economía. *Ekos*, 28-32.
- El Comercio. (14 de abril de 2015). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-internet-smartphones-redes-sociales.html>
- El Universo. (2010). *El secuestro 'express' altera el ritmo de vida de las víctimas*. Guayaquil: El Universo.
- Observatorio de la seguridad de la información. (2010). *Guía sobre seguridad y privacidad en el Comercio Electrónico*.

Observatorio Pyme. (Enero de 2012). *Las Pymes y su situación actual* . Obtenido de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (16 de junio de 2015). *Profeco*. Obtenido de http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp

Resolución de la CAN N° 1260. (2009). *Resolución de la CAN N° 1260*.

Taleva Salvat, O. (2009). *Diccionario Tributario* (Primera ed.). Buenos Aires: Valletta Ediciones.

Thompson, I. (Septiembre de 2010). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a dueños de establecimientos de pymes en la ciudad de Guayaquil.

PREGUNTA 1: ¿SU ESTABLECIMIENTO ES UNA PYME?

SI **NO**

SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA, CONTINUAR CON LA PREGUNTA 2

PREGUNTA 2: INDIQUE EN QUÉ RANGO DE EDAD PROMEDIO SE ENCUENTRA EL PERSONAL QUE FACTURA EN SU ESTABLECIMIENTO

18 a 24 25 a 31 32 a 38 39 a 45
46 a 52 53 a 59 60 a 66 Mayor a 66

PREGUNTA 3: INDIQUE EL NIVEL DE ESCOLARIDAD PROMEDIO DEL PERSONAL QUE FACTURA EN SU ESTABLECIMIENTO

PRIMARIA
SECUNDARIA
ESTUDIANTE UNIVERSITARIO
PROFESIONAL

PREGUNTA 4: ¿SU ESTABLECIMIENTO ESTA AFILIADO A ALGUNA RED DE SISTEMA DE TARJETA DE CREDITO O DEBITO?

SI **NO**

SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA, CONTINUAR CON LA PREGUNTA 5

PREGUNTA 5: ¿INDIQUE A QUE REDES ESTA AFILIADO SU ESTABLECIMIENTO?

DATAFAST MEDIANET RED DE APOYO

PREGUNTA 6: IDENTIFIQUE LAS CARACTERÍSTICAS DE SU EQUIPO P.O.S

INALÁMBRICO DIAL (LÍNEA TELEFÓNICA)

PREGUNTA 7: ¿EL PERSONAL QUE FACTURA EN SU ESTABLECIMIENTO MANEJA APLICACIONES DE DISPOSITIVOS MOVILES?

SI NO

PREGUNTA 8: ¿SI LE PRESENTARAN UNA SOLUCIÓN DE MEDIO DE PAGO, DE TAL MANERA QUE EL CLIENTE UTILICE SU SMARTPHONE PARA REALIZAR LA COMPRA Y SU ESTABLECIMIENTO YA NO REQUIERA DEL USO DEL EQUIPO P.O.S. (EL CUAL TIENE UN COSTO POR COMPRA O ALQUILER) SINO DEL USO DE UN DISPOSITIVO MÓVIL COMO CELULAR O TABLET, UD. ESTARÍA DISPUESTO A CAMBIARSE A ESTA NUEVA MODALIDAD?

SI NO

PREGUNTA 9: DE LOS SIGUIENTES BENEFICIOS ESCOJA 3 QUE CONSIDERE DE MAYOR IMPORTANCIA PARA SU NEGOCIO

Disminuir costos de operación

- Mayor seguridad en la transacción, pues no requerirá de la tarjeta física**
- Mayor facilidad a los clientes por la experiencia usuario**
- Menor consumo de papel, pues la firma se realizará directamente en la pantalla del dispositivo móvil**
- Posibilidad de poder ampliar el negocio, movilizándolo a la fuerza de ventas al sitio donde se encuentre el cliente**

PREGUNTA 10: DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACION ESCOJA 3 QUE CONSIDERE DE MAYOR IMPORTANCIA PARA QUE LOS CLIENTES SE INFORMEN DE ESTA NUEVA MODALIDAD DE PAGOS

- Boletines**
- SMS**
- WEB**
- Redes sociales**
- Publicidad en el establecimiento**

Anexo 2. Tabulación de Encuestas

PREGUNTAS DE LAS ENCUESTAS

Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9					10				
									Cos tos	Seguri dad	Facili dad	Me nos pap el	Amp liar nego cio	Bolet ines	S M S	W eb	Red es soci ales	Publicidad establecim ientos
1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0
2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1
3	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1
4	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0
5	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1
6	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0
7	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1
8	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1
9	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1
10	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1
11	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1