

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**“USO DE TECNOLOGÍAS FINANCIERAS COMO MEJORA DE INCLUSIÓN
DE MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN EL SALVADOR”**

PRESENTADO POR:

**BARRERA HERNÁNDEZ, STEPHANY YAMILETH
MAGARÍN DE GRANADOS, DELMY YAMILETH
MELARA PARADA, ANA LAURA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADA EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**MARZO 2021
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**“USO DE TECNOLOGÍAS FINANCIERAS COMO MEJORA DE INCLUSIÓN
DE MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN EL SALVADOR”**

PRESENTADO POR:

**BARRERA HERNÁNDEZ, STEPHANY YAMILETH
MAGARÍN DE GRANADOS, DELMY YAMILETH
MELARA PARADA, ANA LAURA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADA EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**MARZO 2021
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC.ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADEMICO PHD.RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL: ING.FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA: LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
COORDINADOR GENERAL
DE PROCESO DE GRADUACIÓN: LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADORA DE PROCESO
DE GRADUACIÓN: LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE ASESOR: LIC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA RIVAS

TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA RIVAS
LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

MARZO 2021

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.

Agradecimientos

A Dios por darme las fuerzas para seguir adelante, a mi familia y amigos por el apoyo a lo largo de mi carrera y a todos los catedráticos de la Universidad de El Salvador que en algún momento compartieron sus conocimientos para que hoy sea una profesional.

Stephany Yamileth Barrera Hernández.

Quiero expresar mi agradecimiento a Dios, quien siempre llena mi vida de muchas bendiciones y a toda mi familia por estar presente en todo el proceso de estudio.

Mi agradecimiento a las autoridades y personal de la Universidad de El Salvador, por confiar en mí desde el momento en que me recibieron para hacer la prueba de admisión, por la asignación de extraordinarios docentes.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Licenciado Javier Salamanca, ya que su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo del presente trabajo de graduación.

Delmy Yamileth Magarín de Granados

Estoy muy agradecida por este proyecto, por mi vida, porque ha sido un honor estudiar en la Universidad de El Salvador, doy gracias y honra primeramente a Dios porque es el pilar de mi vida, me ha puesto en los lugares y las personas indicadas, a mis padres Miguel Melara y Emilda de Melara este título es por ellos y para ellos quiero que sepan que lo hicieron bien los amo gracias por darme lo mejor siempre. A mi hermano Eduardo Melara porque siempre me ha ayudado con su amor y paciencia. A mi tío Nelson Melara porque desde pequeña ha estado conmigo cuando más lo he necesitado. A mis compañeras Yamileth Barrera y Delmy Yamileth de Granados porque sin ellas no fuera posible este proyecto. Por último, a la memoria de mis abuelos Alfredo Melara y Marta Josefina Flores que me amaron como a una hija los extraño mucho este título va hasta el cielo.

Ana Laura Melara Parada.

Índice

Introducción	i
1. Planteamiento del problema.....	1
2. Delimitación de problema.....	3
2.1. Geográfica:	3
2.2. Temporal:.....	3
2.3. Teórica:	3
3. Justificación de la investigación	5
3.1. Interés personal:.....	5
3.2. Relevancia social:	5
3.3. Viabilidad Factibilidad:	6
4. Objetivos	7
4.1. General.....	7
4.2. Específicos	7
5. Capítulo I. Situación financiera de las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) de El Salvador	8
5.1. Definición de las MIPYMES en El Salvador	8
5.2. Antecedes de las MIPYMES en El Salvador.....	8
5.3. Análisis de la situación financiera de las MIPYMES en El Salvador	9
5.3.1. Análisis de la situación financiera de las MIPYMES en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana.	11
5.3.2. Barreras de acceso a créditos.	25
5.3.3. Implementación del marketing digital por las MYPES.	25
5.4. Análisis teórico	26
5.5. Contextualización de capítulo a la realidad investigada.....	28
6. Capítulo II. Formas de operar y ámbitos de aplicación de las Fintech para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES).....	31
6.1. Definición	31
6.2. Antecedentes de las Fintech.....	31

6.3. Formas de operar y ámbitos de aplicación de las Fintech	34
6.3.1. Plataformas de Financiación alternativa.	34
6.3.2. Récord crediticio.	37
6.3.3. Aplicaciones para pagos.	38
6.3.4. Gestión de finanzas empresariales.	41
6.3.5. Asesoramiento y gestión patrimonial.	42
6.3.6. Negociación de activos financieros y mercado de valores.	42
6.3.7. Tecnologías para instituciones financieras.	43
6.3.8. Sistema bancario digital.	44
6.3.9. Seguros.	45
6.4. El éxito de las empresas Fintech.	45
6.5. Tipos de tecnologías aplicadas por las Fintech.	46
6.6. Oportunidades del sector Fintech	47
6.6.1. Fintech frente a Instituciones financieras.	48
6.7. Desafíos del sector Fintech.	49
6.7.1. Financiación.	50
6.7.2. Captación de personal calificado y cualificado.	50
6.7.3. Adaptabilidad con las generaciones.	50
6.7.4. Seguridad y privacidad de datos.	51
6.8. Análisis teórico	52
6.9. Contextualización de capítulo a la realidad investigada.	54
7. Capítulo III. Tendencias o perspectivas de las Fintech en El Salvador para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES).	57
7.1. Perspectivas de las Fintech en El Salvador para las MIPYMES	57
7.1.1. Plataformas de Financiación alternativa.	57
7.1.2. Récord crediticio.	58
7.1.3. Aplicaciones para pagos.	59
7.1.4. Gestión de finanzas empresariales.	62
7.1.5. Asesoramiento y gestión patrimonial.	62

7.1.6. Negociación de activos financieros y mercado de valores.	63
7.1.7. Tecnologías para instituciones financieras.	64
7.1.8. Sistema bancario digital.	64
7.1.9. Seguros.	65
7.2. La relación de las Fintech con el Marketing digital	66
7.3. Análisis teórico	68
7.4. Contextualización de capítulo a la realidad investigada.	69
8. Conclusiones	71
9. Glosario.	73
10. Referencias.	74

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Clasificación de las MIPYMES en El Salvador</i>	8
Tabla 2. <i>Cantidad de empresas por departamentos en El Salvador</i>	9
Tabla 3. <i>Cantidad de empresas por clasificación en El Salvador</i>	10
Tabla 4. <i>Cantidad de empresas por sector en El Salvador</i>	10
Tabla 5. <i>Cantidad de empresas por municipio del departamento de San Salvador</i>	11
Tabla 6. <i>Cantidad de empresas por clasificación del departamento de San Salvador</i>	12
Tabla 7. <i>Cantidad de empresas por sector del departamento de San Salvador</i>	12
Tabla 8. <i>Cantidad de empresas por municipios del departamento de La Libertad</i>	13
Tabla 9. <i>Cantidad de empresas por clasificación del departamento de La Libertad</i>	13
Tabla 10. <i>Cantidad de empresas por sector del departamento de La Libertad</i>	14
Tabla 11. <i>Cantidad de empresas por municipios del departamento de Santa Ana</i>	14
Tabla 12. <i>Cantidad de empresas por clasificación del departamento de Santa Ana</i>	15
Tabla 13. <i>Cantidad de empresas por sector del departamento de Santa Ana</i>	15
Tabla 14. <i>Rango de ventas brutas mensuales de micros y pequeñas empresas</i>	16
Tabla 15. <i>Costos mensuales promedios según rango de ingresos de la MYPE</i>	17
Tabla 16. <i>Instituciones que otorgaron crédito a las MYPES</i>	20

Tabla 17. <i>MYPES con acceso a crédito por sector</i>	20
Tabla 18. <i>Rango de tasa de interés de las MYPES</i>	22

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Localización de los clientes de la MYPE	17
<i>Figura 2.</i> MYPES que solicitaron créditos para realizar actividades productivas	18
<i>Figura 3.</i> MYPES a las que les fue aprobado el crédito.....	19
<i>Figura 4.</i> Razones por las cuales les fue denegado el crédito a las MYPES.....	19
<i>Figura 5.</i> Destino para el crédito	21
<i>Figura 6.</i> Acciones realizadas ante las necesidades de financiamiento.....	21
<i>Figura 7.</i> Periodo de pago por venta de las MYPES.....	22
<i>Figura 8.</i> Mecanismo utilizado por las MYPES para favorecer la liquidez.....	23
<i>Figura 9.</i> Forma de pago a proveedores de las MYPES.	23
<i>Figura 10.</i> Áreas donde las MYPES necesitan capacitarse.....	25
<i>Figura 11.</i> Herramientas digitales utilizadas por las MYPES.....	26
<i>Figura 12.</i> Isologo de la empresa ASECOMER S.A. DE C.V.....	28
<i>Figura 13.</i> Diagrama proceso de las transferencias Fintech y Banco tradicional.	39
<i>Figura 14.</i> Imagotipo de Tienda pago	54
<i>Figura 15.</i> Logotipo de kubo financiero.....	55
<i>Figura 16.</i> Isologo de RootStock.....	56
<i>Figura 17.</i> Logotipo de fiado.....	58
<i>Figura 18.</i> Imagotipo de Lenddo	58
<i>Figura 19.</i> Isologo de Verde International	59
<i>Figura 20.</i> Logotipo de Wompi.....	60
<i>Figura 21.</i> Isologo de Pagadito.....	60
<i>Figura 22.</i> Imagotipo de Pulpo Pagos	61
<i>Figura 23.</i> Logotipo de PayWay	61
<i>Figura 24.</i> Imagotipo de Alegra	62

<i>Figura 25. Logotipo de AML Consulting</i>	63
<i>Figura 26. Imagotipo de Robinhood</i>	63
<i>Figura 27. Isologo de FacePhi</i>	64
<i>Figura 28. Isotipo de UNI</i>	64
<i>Figura 29. Imagotipo de Pulpo Life</i>	65
<i>Figura 30. Isologo de Yo Vendo Recarga</i>	70

Resumen ejecutivo

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) en El Salvador, son la mayor fuerza laboral por representar más del 90% del total de las empresas de acuerdo con el directorio del MINEC¹; asimismo, las tecnologías van evolucionando, por lo que es necesario que para que las MIPYMES tengan acceso a nuevas oportunidades de negocios estas deben incursionar en tecnologías que les ayuden a conectar de forma directa con sus clientes y asimismo que brinden soluciones financieras para llevar a cabo sus operaciones.

En la exploración de oportunidades las MIPYMES se enfrentan a una serie de problemas que obstaculizan su crecimiento, como el acceso al financiamiento; debido a que el sistema financiero, les exige requisitos, los cuales en su mayoría se les dificulta cumplir a totalidad; por lo que como consecuencia las empresas, en ocasiones recurren a la búsqueda de financiamiento por otros medios que están fuera del sistema bancario, lo que conlleva al incremento de los costos, por pagar altos intereses u comisiones, disminuyendo sus ganancias.

El objetivo de la investigación bibliográfica es determinar el impacto del uso de tecnologías financieras como mejora de inclusión de Micro, Pequeña y Mediana empresa en El Salvador; para lo cual con el ambiente de inclusión financiera en el país y la aprobación de leyes como: el comercio electrónico, la firma electrónica, el fomento, protección y desarrollo de la micro y pequeña empresa y todos los esfuerzos en temas de inclusión financiera El Salvador ha iniciado a dar pasos para regular la industria Fintech.

Las MIPYMES encuentran en el uso de las Fintech una diversidad de ámbitos de aplicación, para obtener mayores beneficios a menores costos, como: plataformas de financiación alternativas, plataformas para la verificación del récord crediticio, plataformas de pagos, gestión de finanzas y gestión patrimonial, negociación de activos financieros, uso de tecnologías y sistema bancario digital y plataformas para adquirir seguros.

¹ Se hace referencia al Ministerio de Economía de El Salvador.

Al hacer uso de tecnologías financieras las MIPYMES mejoran sus condiciones de operar debido a que logran obtener mayor financiación y llegar a nichos de mercados no cubiertos a un 100%.

El BCR con su equipo técnico han generado un ambiente propicio para la habilitación de empresas Fintech que consigan dar cobertura a las MIPYMES que la banca tradicional ha dejado a un lado; siendo importante las Fintech para la inclusión financiera por ser una posible solución, considerando que en otros países han desarrollado sistemas de puntaje alternativo a través del desarrollo de algoritmos que permiten analizar el riesgo crediticio de manera innovadora y así tomar decisiones sobre la solvencia de un cliente, ampliando a su vez el acceso de las MIPYMES a créditos bancarios, incluso teniendo poco o ningún historial crediticio.

Introducción

El presente trabajo, es un estudio monográfico que hace referencia al tema “El uso de tecnologías financieras como mejora de inclusión de Micro, Pequeña y Mediana empresa (MIPYME²) en El Salvador”

La industria de servicios financieros ha innovado incluyendo nuevas plataformas de tecnologías financieras (Fintech), siendo esta última un término compuesto del inglés formado de unir la primera sílaba de las palabras Finance y Technology, que en español se traduce como Tecnologías Financieras, la cual se utiliza para nombrar a las empresas que brindan servicios y productos financieros. Dada la importancia de las Micros, Pequeñas y Medianas empresas, es necesario identificar las barreras a las que se enfrentan para acceder a un financiamiento productivo; no obstante, en El Salvador se han realizados diferentes esfuerzos a través de algunas instituciones del Estado, para mejorar la inclusión financiera, por ser las MIPYMES el motor de la economía salvadoreña. Como es el caso de la aprobación de la Ley de Comercio Electrónico y la Firma Electrónica.

Las Fintech han incursionado en diversos ámbitos, como: la creación de productos y servicios, que van desde las finanzas empresariales; negociación en bolsa; soluciones de pagos; remesas internacionales los cuales son de beneficio para las MIPYMES.

El uso de las Fintech puede ser implementado por las MIPYMES, para lograr un mejor acceso a tecnologías, productos y servicios financieros de forma digital con menores costos, nuevas técnicas y fuentes de información, mejorando las soluciones de pago que les ayudarán a mejorar su desempeño financiero empresarial.

Este trabajo monográfico es realizado con base en el método deductivo con alcance exploratorio-descriptivo y haciendo uso de un diseño no experimental transeccional o transversal.

² Se hace referencia a la Micro, Pequeña y Mediana empresa.

1. Planteamiento del problema

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) en El Salvador desempeñan un papel importante en la economía, pues son la mayoría de la fuerza laboral del país, ya que representan más del 90% del total de las empresas de acuerdo al directorio del MINEC³; asimismo, las tecnologías evolucionan rápidamente, surgiendo así, la necesidad de buscar nuevas oportunidades de negocios. Las MIPYMES deben incursionar en tecnologías que les ayuden a conectar de forma directa con sus clientes y asimismo que brinden soluciones financieras para llevar a cabo sus operaciones.

En la búsqueda de oportunidades las MIPYMES se enfrentan a una serie de problemas que obstaculizan su crecimiento, como el acceso al financiamiento; esto debido al uso del método tradicional del sistema financiero, que exige requisitos a las micros y pequeñas empresas, los cuales en su mayoría se les dificulta cumplir a totalidad. Como consecuencia las empresas, en ocasiones recurren a la búsqueda de financiamiento por otros medios que están fuera del sistema bancario, por lo que incrementa los costos, los intereses y disminuyen sus ganancias.

El BCR⁴, CONAMYPE⁵, FUSADES⁶, BANDESAL⁷, entre otras instituciones, están realizando un importante esfuerzo en la búsqueda de soluciones para un mejor acceso al financiamiento de las MIPYMES, lo anterior se concluye debido a los datos arrojados por la encuesta económica nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017, efectuada por CONAMYPE, donde se evidencia que la banca comercial solamente le otorga créditos a un 39% de las microempresas.

El BCR con su equipo técnico han generado un ambiente propicio para la habilitación de empresas Fintech que consigan dar cobertura a las MIPYMES que la banca tradicional ha dejado

³ Se hace referencia al Ministerio de Economía de El Salvador.

⁴ Se hace referencia al Banco Central de Reserva de El Salvador.

⁵ Se hace referencia a la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña empresa.

⁶ Se hace referencia a la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.

⁷ Se hace referencia al Banco de Desarrollo de El Salvador.

a un lado; siendo importante las Fintech para la inclusión financiera por ser una posible solución, considerando que en otros países han desarrollado sistemas de puntaje alternativo a través del desarrollo de algoritmos que permiten analizar el riesgo crediticio de manera innovadora y así tomar decisiones sobre la solvencia de un cliente, ampliando a su vez el acceso de las MIPYMES a créditos bancarios, incluso teniendo poco o ningún historial crediticio.

La gestión del marketing es importante en las MIPYMES, pese a ello existen aún micros y pequeñas empresas que carecen de un departamento de marketing, sin embargo, el marketing es siempre utilizado para llevar a cabo los objetivos estratégicos empresariales, siendo importante el uso del marketing mix: producto, precio, promoción y plaza.

Según CONAMYPE (2017) el 38.8% de las MYPES⁸ carecen de capacitación sobre marketing digital y su funcionamiento, por lo que solo el 23.69% hace uso de redes sociales, sitios web o alguna aplicación móvil y el 76.14% no utiliza herramientas de internet y desconocen que el marketing está integrado por diversas herramientas que ayudan a poseer mejor presencia en internet; pues para llevar a cabo las estrategias encaminadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios, deben ser implementadas todas las herramientas para atraer nuevos negocios, crear relaciones directas y personalizadas con el público y establecer una identidad de marca.

Por lo anterior las MYPES, deben utilizar algunas herramientas como: Página web orientada al cliente, la cual debe estar estructurada para generar leads y clientes; plataforma que brinde información de utilidad para su segmento y así estar en el top de expertos en su área de negocio proporcionándole más visitas a sus sitios web; el uso adecuado de las redes sociales, realizando una buena segmentación del mercado a dirigirse para ampliar el contenido y generar engagement. Así mismo hay otros elementos importantes que se deben de utilizar según los objetivos de cada MIPYME, como SEO, SEM, Mobile Marketing, Local Search, etcétera.

⁸ Se hace referencia a las Micros y Pequeñas empresas.

2. Delimitación de problema

2.1. Geográfica:

Para efectuar el estudio monográfico se utilizó la encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa 2017, CONAMYPE, en la cual se determina que el mayor porcentaje de Pequeñas y Medianas Empresas en El Salvador, se encuentran en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana y por tal motivo las empresas ubicadas en los mencionados departamentos serán tomadas como fuente de información.

2.2. Temporal:

El aporte del estudio se hará con base en bibliografías de los años 2000 al 2019, por otra parte, el desarrollo del mismo se efectuará en el periodo de marzo a diciembre del año 2020.

2.3. Teórica:

A continuación, se dará una descripción de los elementos teóricos que permiten fundamentar la investigación, dentro de los cuales se han utilizado referencias de instituciones nacionales e internacionales, profesionales, libros, tesis y otros.

- a) Libros digitales, tesis, boletines, dossier, memoria de labores, informes y manuales:
 - Boletines de los años 2013 al 2014 de la organización CEMLA⁹: es la opinión de temas dentro de los cuales se retoma la Inclusión financiera.
 - Características de las PYMES¹⁰ salvadoreñas desde la perspectiva internacional: libro que aborda la importancia de la microempresa en El Salvador.
 - Dossier de Educación financiera: documento para reforzar las habilidades y competencias básicas en temas relacionados con la Educación financiera.

⁹ Se hace referencia al Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos.

¹⁰ Se hace referencia a las Pequeñas y Medianas empresas.

- El apoyo del estado a las micros y pequeñas empresas de El Salvador: tesis con información sobre el financiamiento proporcionado por el estado a las MYPES de El Salvador, usando el caso de una empresa del departamento de San Vicente.
- El libro blanco de la microempresa: libro que analiza el sector de la micro empresa, elaborado por un comité integrado por doce instituciones entre ellas, instituciones públicas, privadas y una universidad de El Salvador.
- Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa 2017: investigación sobre la caracterización del mercado de prestación de servicios financieros en El Salvador.
- Informe Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación: informe que describe la evolución de los avances ocurrido después del libro “Fintech: Innovaciones que no sabía que eran de América Latina”
- Fintech en el mundo la revolución digital de las finanzas ha llegado a México: libro digital que describe a las empresas Fintech, su evolución, conceptos básicos, sus desafíos y oportunidades y ejemplos de estas por el mundo.
- FINTECH-Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe: libro digital que describe desde sus inicios las Fintech ejemplificando con algunos países de América Latina.
- Ley de Firma Electrónica, Ley de fomento, protección y desarrollo para la micro y pequeña empresa, Ley de comercio electrónico y Decreto Ministerial N°28
- Manual de la Micro, Pequeña y Mediana: una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas: manual elaborado por una empresa privada que pertenece al Gobierno Alemán, donde se expresan las generalidades de una MIPYME.
- Memorias de labores del BCR del año 2011 al 2019: describe las actividades realizadas por la institución durante un año.
- MIPYMES en América Latina: libro que proporciona información sobre los problemas que enfrentan para el financiamiento.
- Plan Operativo Anual enero 2008: informe de CONAMYPE que contiene los programas y proyectos que se pretenden ejecutar.

3. Justificación de la investigación

3.1. Interés personal:

Este estudio se realizará con el interés de potenciar nuestro crecimiento académico y desarrollo profesional, por ser de mucha importancia el uso del marketing digital y la implementación de tecnologías financieras en nuestro ámbito laboral y/o como emprendedoras.

3.2. Relevancia social:

La mayoría de las empresas tienen dentro de sus objetivos ser sostenibles en el tiempo, por esto es necesario la accesibilidad al crédito, dado que los recursos económicos son de vital importancia para el crecimiento de las MIPYMES y que estas sean competitivas.

Los principales obstáculos que presentan las MIPYMES en el sistema bancario tradicional son los altos costos de transacción, falta de transparencia, dificultad de obtener información, falta de garantías, alto riesgo por la mayor tasa de morosidad, desconocimiento de nuevas tecnologías y falta de gestión.

Por lo anterior las MIPYMES deben indagar en nuevas alternativas de fortalecimiento y así buscar los recursos necesarios para ser sostenibles, como se ha visto en otras economías de América Latina.

Además de generar un ambiente favorable ante los cambios o emergencias mundiales que se viven y que empujan a los países a realizar otros tipos de transacciones para tener activo los mercados financieros y comercio para generar una estabilidad en la economía haciendo uso de diferentes plataformas tecnológicas.

3.3. Viabilidad Factibilidad:

Las MIPYMES han sido desatendidas por la banca tradicional, por ende es importante que estas adopten tecnologías digitales y otras innovaciones que las empresas Fintech tienen la capacidad de ofrecer, para ello el gobierno de El Salvador desarrolla una agenda digital que va del año 2020 al 2030, dentro de la cual, uno de los ejes es la innovación, educación y competitividad, el cual contiene lineamientos para crear un sistema de integración multisectorial para impulsar la educación en tecnología, la competitividad y el acceso a servicios de banda ancha; y mecanismos que promuevan el emprendimiento mediante un ecosistema de innovación, el impulso a la empleabilidad y el comercio apoyado en las TIC¹¹ para potenciar la gestión del conocimiento y así reducir la brecha digital.

Ese eje se basa en diferentes líneas de acción y una de ellas es la implantación de Fintech para propiciar la innovación financiera que permita la generación de productos y servicios enfocados en la facilitación de hacer negocios y tramitología gubernamental, impulsando la bancarización y la inclusión financiera, que será útil para la MIPYME.

Debido al ambiente de inclusión financiera en el país y la aprobación de leyes como: el comercio electrónico, la firma electrónica, el fomento, protección y desarrollo de la micro y pequeña empresa, etcétera, es factible obtener información y ser aplicada a un corto plazo. Asimismo, la búsqueda de información bibliográfica se encuentra de forma virtual, lo que facilita en gran medida el estudio del problema.

¹¹ Se hace referencia a las Tecnologías de la Información y Comunicación.

4. Objetivos

4.1. General

- Determinar el impacto del uso de tecnologías financieras como mejora de inclusión de Micro, Pequeña y Mediana empresa en El Salvador.

4.2. Específicos

- Identificar la situación financiera de las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) de El Salvador.
- Describir las formas de operar y ámbitos de aplicación de las Fintech para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES).
- Definir las tendencias o perspectivas de las Fintech en El Salvador para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES).

5. Capítulo I. Situación financiera de las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES) de El Salvador

5.1. Definición de las MIPYMES en El Salvador

En el Artículo 3 de la Ley de fomento, protección y desarrollo para la micro y pequeña empresa y el Plan Operativo anual de CONAMYPE (2008), clasifican a las MIPYMES de la siguiente manera:

Tabla 1. *Clasificación de las MIPYMES en El Salvador*

Clasificación	Por número de trabajadores	Ventas brutas anuales
Microempresa Art. 3 Ley MYPE	Hasta 10 trabajadores	Hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía
Pequeña empresa Art. 3 Ley MYPE	Hasta 50 trabajadores	Mayores a 482 y hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía
Mediana empresa CONAMYPE	Hasta 100 trabajadores	hasta US\$7,000,000.00

Fuente: Elaboración propia con base en información de la Ley MYPE y CONAMYPE.

5.2. Antecedes de las MIPYMES en El Salvador

Los años ochenta históricamente fueron un punto de partida en el desarrollo de las microempresas, las cuales se convirtieron en un sector de gran importancia para la generación de empleo y así evitar que la economía de El Salvador colapsara, esto debido a los cierres masivos de las medianas y grandes empresas de la época. (EL COMITÉ COORDINADOR, 1997). No obstante, únicamente la institución que otorgaba financiamiento a las MYPES era la Federación de cajas de crédito y banco de los trabajadores (FEDECREDITO), por la falta de créditos en un sistema bancarizado; para Recinos (2011) el terremoto ocurrido en 1986, dio pie al surgimiento de organismos no gubernamentales (ONGs) dirigidos a apoyar a las MYPES.

Para los años 2000 en adelante, Ruiz (2013) afirma que las instituciones que apoyan con financiamiento a las MYPES tienen un conocimiento más preciso del microcrédito, que ayudaba

a aplicar mejores métodos de créditos para adecuarlos a cada MYPE, no obstante, la falta de un sistema e instrumentos apropiados para brindar la atención adecuada era una desventaja.

En el 2014 el gobierno aprobó la “Ley de fomento, protección y desarrollo de la micro y pequeña empresa” que buscaba establecer dos criterios de clasificación de estas empresas: uno considera el número de trabajadores, el otro el nivel de ventas brutas anuales.

Las MIPYMES en el año 2016 incursionaron en el uso de las tecnologías de información y comunicación; Dini y Stumpo (2018), afirman que:

De acuerdo con una encuesta del Banco Mundial que estudia la incorporación de tecnologías maduras de información y comunicación en las empresas, en 2016, un 30,1% de empresas pequeñas salvadoreñas disponía de página web. En las empresas medianas este porcentaje ascendía al 68,7% y en las grandes al 85,2%. Las pequeñas empresas que utilizaban el correo electrónico para interactuar con sus clientes o proveedores eran el 73% en El Salvador, el 71,9% en América Latina y 65,6% en el mundo. En el caso de las empresas medianas, las empresas salvadoreñas eran el 96,4% (p. 295 - 296).

5.3. Análisis de la situación financiera de las MIPYMES en El Salvador

Tabla 2. *Cantidad de empresas por departamentos en El Salvador*

Departamentos	Nº de empresas	Porcentaje	Departamentos	Nº de empresas	Porcentaje
San Salvador	62,419	38.5%	Ahuachapán	6,251	3.9%
La Libertad	18,895	11.7%	Cuscatlán	4,305	2.7%
Santa Ana	16,572	10.2%	La Unión	4,293	2.7%
San Miguel	11,242	6.9%	Chalatenango	3,502	2.2%
Sonsonate	10,871	6.7%	Cabañas	3,141	1.9%
Usulután	8,262	5.1%	San Vicente	3,117	1.9%
La Paz	6,758	4.2%	Morazán	2,306	1.4%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC¹².

¹² Se hace referencia a la Dirección General de Estadísticas y Censos.

Como se muestra en la tabla 2, en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana se encuentran más del 60% de las empresas registradas en El Salvador, esto indica que al realizar un estudio en estos departamentos se estaría tomando más de la mitad de las empresas.

Tabla 3. *Cantidad de empresas por clasificación en El Salvador*

Clasificación	Cantidad	Porcentaje
Microempresa	155,603	96.09%
Pequeña empresa	5,153	3.18%
Mediana empresa	575	0.36%
Gran empresa	494	0.31%
(en blanco)	109	0.07%
Total general	161,934	100%

Fuente: Base de datos Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

En la tabla 3 se muestra que, según a la clasificación por ventas y cantidad de empleados, el 96.09% del total de las empresas son consideradas microempresas, esto señala la relevancia de este tipo de empresas para la economía salvadoreña.

Tabla 4. *Cantidad de empresas por sector en El Salvador*

Sector	Cantidad	Porcentaje	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Sin clasificación
Comercio	96,126	59.36%	97.8%	1.9%	0.2%	0.1%	0.0%
Servicios	44,729	27.62%	93.7%	5.4%	0.5%	0.4%	0.1%
Industria	18,692	11.54%	95.0%	3.3%	0.6%	1.0%	0.0%
Transporte	1,908	1.18%	85.5%	10.8%	2.1%	1.3%	0.3%
Construcción	362	0.22%	72%	23%	3%	2%	0%
Electricidad	64	0.04%	45.3%	35.9%	6.3%	10.9%	1.6%
Agroindustria	47	0.03%	61.7%	23.4%	6.4%	8.5%	0.0%
Minas y canteras	6	0.00%	66.7%	33.3%	0.00%	0.00%	0.00%
Total	161,934	100%					

Fuente: Base de datos Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

La tabla 4 muestra los sectores según el tipo de clasificación de las empresas. Se observa que los tres sectores más predominantes son: comercio, servicios e industria con el 98.52% del total de las empresas; además, se observa que en estos sectores más del 94% son microempresas.

Las MIPYMES en El Salvador no tienen igualdad de oportunidades en todos los sectores económicos, tal es el caso del acceso a recursos financieros que son brindados por las diferentes entidades autorizadas en el país, por lo que las micros, pequeñas y medianas empresas, no tienen las oportunidades reales que les permitan expandir sus operaciones y así mismo aumentar su productividad.

5.3.1. Análisis de la situación financiera de las MIPYMES en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana.

Con base en lo anterior se considera realizar el análisis de la situación financiera de las MIPYMES en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana.

- a) Composición de las MIPYMES en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana

Tabla 5. Cantidad de empresas por municipio del departamento de San Salvador.

Municipios	Cantidad	Porcentaje	Municipios	Cantidad	Porcentaje
San Salvador	30,338	48.60%	Aguilares	1,141	1.83%
Soyapango	7,009	11.23%	Ayutuxtepeque	715	1.15%
Apopa	4,338	6.95%	Nejapa	487	0.78%
Mejicanos	4,206	6.74%	Santiago Texacuangos	418	0.67%
Ilopango	3,214	5.15%	Santo Tomás	418	0.67%
Ciudad Delgado	2,627	4.21%	Guazapa	329	0.53%
San Martín	1,968	3.15%	Panchimalco	317	0.51%
Tonacatepeque	1,945	3.12%	El Paisnal	124	0.20%
Cuscatancingo	1,435	2.30%	Rosario De Mora	72	0.12%
San Marcos	1,318	2.11%			

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

San Salvador es el departamento con mayor cantidad de empresas a nivel nacional como se mostró en la tabla 2 siendo 62,419 empresas activas equivalentes a 38.5%; según la tabla 5 los municipios con mayor cantidad de empresas en este departamento son: San Salvador, Soyapango y Apopa debido a que el 66.78% de las empresas operan en estos municipios.

Tabla 6. *Cantidad de empresas por clasificación del departamento de San Salvador.*

Clasificación	Cantidad de empresas	Porcentaje
Microempresa	58,983	94.50%
Pequeña empresa	2,733	4.38%
Mediana empresa	351	0.56%
Gran empresa	286	0.46%
Sin clasificación	66	0.11%
Total	62,419	100%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

La tabla 6 muestra que en el departamento de San Salvador el 94.50% son microempresas, por lo tanto, se puede analizar que las microempresas son la mayor fuente de ingresos en el departamento.

Tabla 7. *Cantidad de empresas por sector del departamento de San Salvador.*

Sector	Cantidad	Porcentaje	Micro	Pequeña	Mediana	Gran	Sin clasificación
Comercio	36,054	57.76%	96.85%	2.64%	0.31%	0.14%	0.06%
Servicios	18,201	29.16%	91.69%	6.81%	0.75%	0.56%	0.18%
Industria	6,888	11.04%	91.99%	5.27%	1.03%	1.66%	0.06%
Transporte	1,029	1.65%	85.81%	10.79%	2.04%	0.87%	0.49%
Construcción	216	0.35%	67.13%	26.85%	2.78%	2.78%	0.46%
Electricidad	19	0.03%	42.11%	36.84%	10.53%	10.53%	0.00%
Agroindustria	11	0.02%	45.45%	18.18%	9.09%	27.27%	0.00%
Minas y Canteras	1	0.002%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

En la tabla 7 se muestra que las empresas en el departamento de San Salvador en su mayoría pertenecen al sector comercio con el 57.76%, seguido del sector servicios con el 29.16% y en tercer lugar el sector industria con el 11.04%, destacando la microempresa en los 3 sectores.

El departamento de la Libertad es el segundo con más empresas en el país con el 11.7%, como se puede observar en la tabla 2, en el cual hay 18,895 empresas activas.

Tabla 8. *Cantidad de empresas por municipios del departamento de La Libertad.*

Municipios	Cantidad de empresas	Porcentaje	Municipios	Cantidad de empresas	Porcentaje
Santa Tecla	5,196	27.50%	Jayaque	161	0.85%
Colón	2,830	14.98%	Tepecoyo	158	0.84%
Antiguo Cuscatlán	2,151	11.38%	Huizúcar	145	0.77%
Quezaltepeque	1,857	9.83%	Tamanique	135	0.71%
Ciudad Arce	1,625	8.60%	Talnique	105	0.56%
San Juan Opico	1,535	8.12%	Nuevo Cuscatlán	99	0.52%
La Libertad	1,313	6.95%	Comasagua	84	0.44%
Zaragoza	449	2.38%	San Matías	45	0.24%
San Pablo Tacachico	398	2.11%	Teotepeque	34	0.18%
Sacacoyo	308	1.63%	Chiltiupán	27	0.14%
San José Villanueva	235	1.24%	Jicalapa	5	0.03%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

Como se muestra en la tabla 8 la mayor actividad comercial del departamento de La Libertad es en los municipios de Santa Tecla, Colon y Antiguo Cuscatlán, debido a que el 53.86% de las empresas operan en esos municipios.

Tabla 9. *Cantidad de empresas por clasificación del departamento de La Libertad.*

Clasificación	Cantidad de empresas	Porcentaje
Microempresa	17,788	94.14%
Pequeña empresa	834	4.41%
Gran empresa	136	0.72%
Mediana empresa	127	0.67%
Sin clasificación	10	0.05%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

En la tabla 9 se muestra que, en el departamento de La Libertad el 94.14% de las empresas que operan son microempresas, por lo que se concluye que son estas las que sostienen la actividad económica en La Libertad en sus diferentes municipios.

Tabla 10. *Cantidad de empresas por sector del departamento de La Libertad.*

Sector	Cantidad	Porcentaje	Micro	Pequeña	Mediana	Gran	Sin clasificación
Comercio	10,918	57.78%	96.73%	2.60%	0.38%	0.27%	0.02%
Servicios	5,362	28.38%	91.18%	7.22%	0.73%	0.78%	0.09%
Industria	2,310	12.23%	91.60%	4.50%	1.39%	2.38%	0.13%
Transporte	226	1.20%	76.99%	15.93%	4.87%	2.21%	0.00%
Construcción	57	0.30%	70.18%	22.81%	3.51%	3.51%	0.00%
Electricidad	14	0.07%	21.43%	50.00%	14.29%	14.29%	0.00%
Agroindustria	5	0.03%	60.00%	40.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Minas y Canteras	3	0.02%	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

La tabla 10 muestra que el mayor porcentaje de empresas que operan en el departamento de La Libertad se dedican al sector comercio con un 57.78%, el 28.38% a servicios y el 12.23% a industria, de las cuales más de 90% son microempresas.

El departamento de Santa Ana posee un 10.2% de empresas de El Salvador así se observó en la tabla 2, esto lo posiciona en tercer lugar con más empresas en el territorio.

Tabla 11. *Cantidad de empresas por municipios del departamento de Santa Ana.*

Municipio	Cantidad de empresas	Porcentaje	Municipio	Cantidad de empresas	Porcentaje
Santa Ana	10,193	61.51%	Texistepeque	228	1.38%
Chalchuapa	2,243	13.53%	Santiago de la Frontera	62	0.37%
Metapán	1,610	9.72%	San Antonio Pajonal	50	0.30%
El Congo	806	4.86%	Santa Rosa Guachipilín	44	0.27%
San Sebastián Salitrillo	601	3.63%	El Porvenir	31	0.19%
Candelaria de la Frontera	339	2.05%	Masahuat	26	0.16%
Coatepeque	339	2.05%	Total	16,572	100%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

La tabla 11 muestra las empresas registradas para todos los municipios, siendo Santa Ana su cabecera la que cuenta con más empresas, seguido de Chalchuapa con 13.53% y Metapán con el 9.72%.

Tabla 12. *Cantidad de empresas por clasificación del departamento de Santa Ana.*

Clasificación	Cantidad	Porcentaje
Microempresa	16,155	97.48%
Pequeña empresa	358	2.16%
Mediana empresa	29	0.17%
Gran empresa	17	0.10%
Sin clasificación	13	0.08%
Total	16,572	100%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

La tabla 12 muestra que en el departamento de Santa Ana la microempresa sostiene la actividad económica por tener el mayor porcentaje de empresas activas con el 97.48%.

Tabla 13. *Cantidad de empresas por sector del departamento de Santa Ana.*

Sector	Cantidad	Porcentaje	Micro	Pequeña	Mediana	Gran	Sin clasificación
Comercio	10,019	60.46%	98.70%	1.10%	0.12%	0.05%	0.03%
Servicios	4,411	26.62%	95.40%	4.13%	0.20%	0.07%	0.20%
Industria	1,919	11.58%	97.45%	2.08%	0.21%	0.26%	0.00%
Transporte	185	1.12%	89.73%	8.11%	0.54%	1.62%	0.00%
Construcción	22	0.13%	72.73%	22.73%	4.55%	0.00%	0.00%
Agroindustria	8	0.05%	37.50%	37.50%	25.00%	0.00%	0.00%
Electricidad	7	0.04%	28.57%	42.86%	0.00%	14.29%	14.29%
Minas y Canteras	1	0.01%	100%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Directorio Económico 2011, DIGESTYC.

En la tabla 13 se muestra que el mayor porcentaje de empresas que operan en el departamento de Santa Ana se dedican al sector comercio, servicio e industria, siendo un 60.46%

comercio, el 26.62% servicio y el 11.58% la industria; en los tres sectores la microempresa predomina siendo más del 95% de empresas en ese departamento.

b) Condición de operación de las micros y pequeñas empresas

Con base en el Directorio Económico 2011, en El Salvador las micro y pequeñas empresas son el 99.27% de la actividad productiva. Por lo que se ha tomado en cuenta los niveles de ventas mensuales según el tamaño de las empresas.

Tabla 14. *Rango de ventas brutas mensuales de micros y pequeñas empresas.*

Tamaño de empresa Rango de ventas brutas	Microempresa		Pequeña Empresa	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
Total de país	193,084	100%	16,916	100%
US\$0.01 a US\$251.70	0	0%	0	0%
US\$251.71 a US\$476.19	0	0%	0	0%
US\$ 476.2 a US\$1,000.00	77,916	40%	0	0%
US\$1,000.01 a US\$ 2,000.00	54,926	28%	0	0%
US\$2,000.01 a US\$3,000.00	26,942	14%	0	0%
US\$3,000.01 a US\$4,000.00	11,404	6%	0	0%
US\$4,000.01 a US\$ 5,000.00	9,803	5%	0	0%
US\$ 5,000.01 a US\$10,109.95	12,093	6%	0	0%
US\$10,109.96 a US\$20,000.00	0	0%	8,573	51%
US\$20,000.01 a US\$40,000.00	0	0%	4,550	27%
US\$40,000.01 a US\$50,000.00	0	0%	1,064	6%
US\$ 50,000.01 a US\$101,036.50	0	0%	2,729	16%

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Por lo tanto, de acuerdo a la Encuesta Nacional de la micro y pequeña empresa del 2017, se puede observar en la tabla 14 que el 40% de las micro empresas el rango de ventas de US\$476.2 a US\$1,000.00, seguido por el 28% las que generan ventas entre US\$1,000.01 a US\$2,000.00; y para la pequeña empresa el 51% general ventas de US\$10,109.96 a US\$20,000.00, seguido por el 27% que genera ventas de US\$20,000.01 a US\$40,000.00. Se observa que, aunque las pequeñas empresas solo se encuentran en cuatro niveles de rango de ingresos, representan las mayores ventas brutas en comparación de las microempresas que se encuentran en seis niveles de rango de ingreso.

Tabla 15. *Costos mensuales promedios según rango de ingresos de la MYPE.*

Rango de ventas brutas	Número de empresas	Porcentaje	Costo promedio (US\$)
Total de país	317,795	100%	12,149
US\$0.01 a US\$251.70	52,103	16.4%	97
US\$251.71 a US\$476.19	55,692	17.5%	238
US\$ 476.2 a US\$1,000.00	77,916	24.5%	482
US\$1,000.01 a US\$ 2,000.00	54,926	17.3%	965
US\$2,000.01 a US\$3,000.00	26,942	8.5%	1,692
US\$3,000.01 a US\$4,000.00	11,404	3.6%	2,422
US\$4,000.01 a US\$ 5,000.00	9,803	3.1%	3,173
US\$ 5,000.01 a US\$10,109.95	12,093	3.8%	5,140
US\$10,109.96 a US\$20,000.00	8,573	2.7%	9,752
US\$20,000.01 a US\$40,000.00	4,550	1.4%	17,209
US\$40,000.01 a US\$50,000.00	1,064	0.3%	25,162
US\$ 50,000.01 a US\$101,036.50	2,729	0.9%	79,453

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

También, los costos mensuales de las MYPES están asociados con sus niveles de ventas. Por lo cual al analizar la tabla 15 los costos promedios mensuales de las microempresas se encuentran entre US\$482.00 y US\$5,140.00; por otra parte, los costos promedios registrados por las pequeñas empresas, se encuentran entre US\$9,752.00 y US\$79,453.00. De acuerdo a lo anterior, se puede concluir que, si el nivel de ingresos totales por ventas aumenta, los costos totales también aumentan.

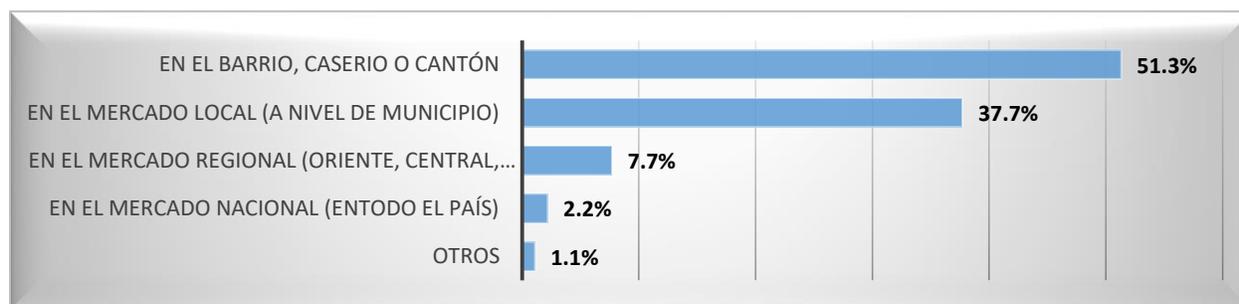


Figura 1. Localización de los clientes de la MYPE

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Para aumentar el nivel de ventas, también es importante para las MYPES saber dónde están sus principales clientes, al analizar los datos de la figura 1 sobre la localización de los clientes, el resultado obtenido fue: que el porcentaje de sus clientes que se encuentran en el mismo barrio, colonia, caserío o cantón es el 51.3%; en el mismo municipio es el 37.7%; en el mercado regional es el 7.7%; en el mercado nacional es el 2.2%; y en otros es el 1.1%. Por lo que se puede determinar que el mayor porcentaje de clientes de las MYPES se encuentran en su mismo municipio, barrio o cantón, perdiendo oportunidades de expansión de la empresa.

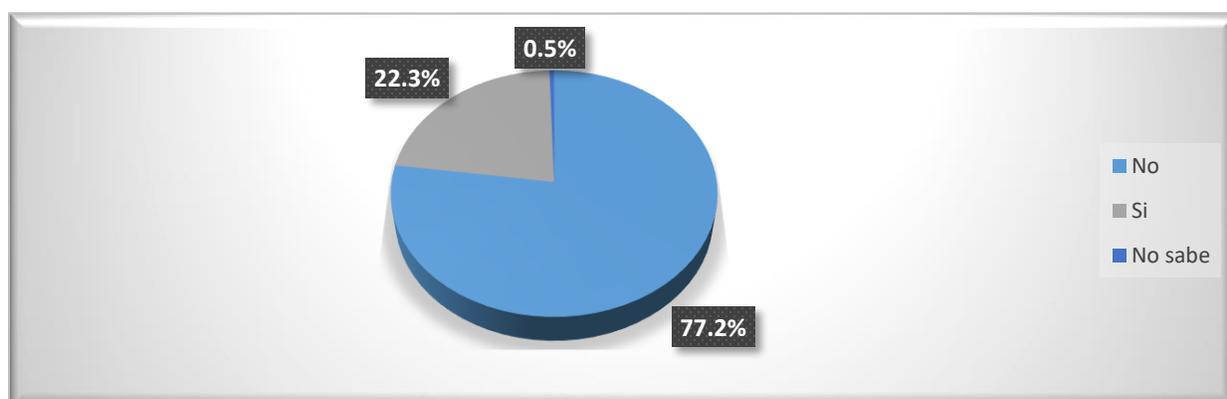


Figura 2. MYPES que solicitaron créditos para realizar actividades productivas

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Según la Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017, se observa en la figura 2 que las MYPES que solicitaron un crédito para realizar su actividad productiva, el 77.2% no solicitó crédito, 22.3% sí lo solicitó y el 0.5% no respondió. Por lo que se puede observar que las MYPES no acuden al financiamiento para realizar sus actividades productivas.

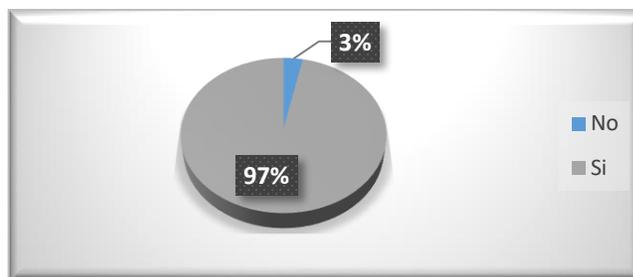


Figura 3. MYPES a las que les fue aprobado el crédito

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Por otra parte, como se indicó en la figura 2, del 22.3% de empresas que sí solicitaron un crédito, fue aprobando al 96.7%, siendo denegado al 3.3%, como se indica en la figura 3.

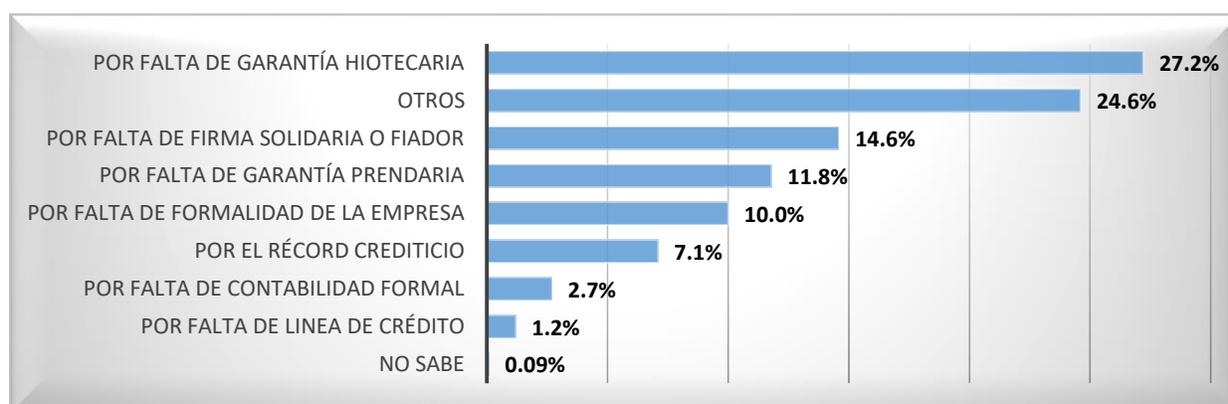


Figura 4. Razones por las cuales les fue denegado el crédito a las MYPES

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Con base a la figura 3 al 3.3% de las empresas que solicitaron un crédito no les fue concedido, por lo que en la figura 4, se muestran las razones por las cuales les fue denegado el crédito; siendo la mayor razón la falta de garantía hipotecaria con un 27.2%; por lo para que esté 3.3% al que se les denegó el crédito, pueda tener acceso a ello, es necesario crear nuevos mecanismos para que sean incluidos.

Tabla 16. *Instituciones que otorgaron crédito a las MYPES.*

Institución o persona	Micro empresa		Pequeña Empresa	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
Total de país	46,696	100.0%	3,717	100%
Banca comercial	18,005	38.6%	2,728	73%
Bancos o entidades financieras públicas	3,874	8.3%	437	12%
Cooperativa del sistema FEDECACES¹³	8,137	17.4%	99	3%
Otras cooperativas	4,188	9.0%	188	5%
ONG o fundaciones	1,723	3.7%	0	0%
Banco comunal	830	1.8%	0	0%
Prestamistas	4,184	9.0%	70	2%
Préstamo de familiar o amigo residente en el país	1,247	2.7%	44	1%
Préstamo de familiar o amigo residente en el exterior	299	0.6%	0	0%
Otros	4,048	8.7%	151	4%
No sabe	161	0.3%	0	0%

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Como se observa en la tabla 16, las instituciones con mayor porcentaje que otorgaron créditos a las microempresas son la Banca comercial y Cooperativas del sistema FEDECACES ya que otorgan créditos al 56% de estas; por otra parte, se observa que la banca comercial y bancos y/o entidades financieras públicas otorgan créditos al 85% de las pequeñas empresas. Por lo que las microempresas se ven en desventaja con relación a las pequeñas empresas al momento de buscar una institución financiera que les otorgue un crédito.

Tabla 17. *MYPES con acceso a crédito por sector.*

Sector	Microempresa		Pequeña Empresa	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
Comercio	24,373	52.2%	2,576	69.3%
Servicios	16,478	35.3%	626	16.8%
Industrial	5,742	12.3%	434	11.7%
Transporte	64	0.1%	61	1.6%
Construcción	26	0.1%	20	0.5%
Minas y canteras	13	0.0%	0	0.0%

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

¹³ Se hace referencia a la Federación de Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito de El Salvador

Al analizar tabla 17 por sector de actividad económica, se observa que para la micro y pequeña empresa el sector con mayor demanda de crédito es el comercio con un 52.2% para la micro y un 69.3% para la pequeña.

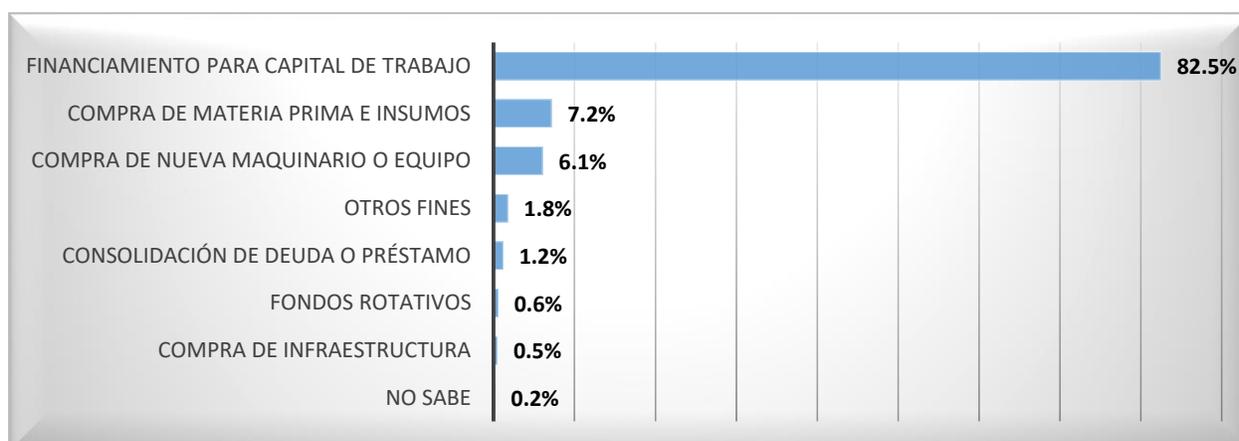


Figura 5. Destino para el crédito

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Como se muestra en la figura 5, las MYPES buscan financiamiento principalmente para utilizarlos como capital de trabajo, siendo el 82.5%. Por lo que de no tener un crédito corren el riesgo de parar operaciones.

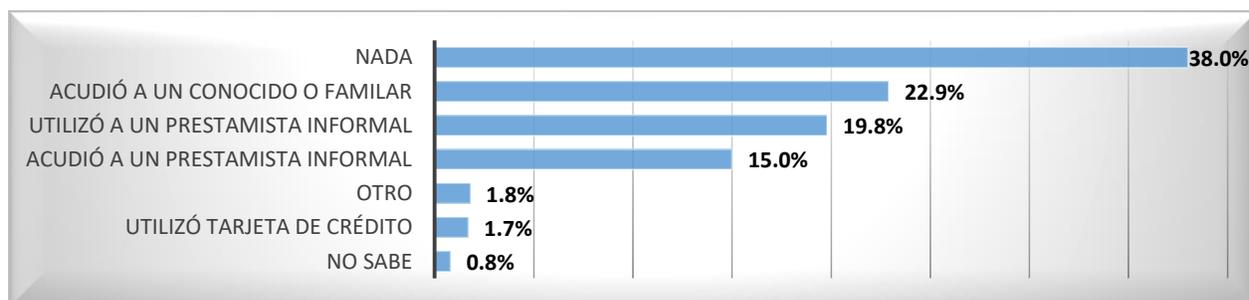


Figura 6. Acciones realizadas ante las necesidades de financiamiento.

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

Se observa en la Figura 6 que el 3.3% de las empresas que no obtuvieron acceso a un crédito el 38.0% no realizó nada para obtener un crédito, mientras que el 22.9% acudió a un conocido o familiar y el 34.80% acudió y/o utilizó un prestamista informal. Por lo que las MYPES debe tener una buena asesoría ya que el mayor porcentaje no hizo nada y el resto utilizó mecanismo que le generan mayores intereses los cuales se verán reflejados en los productos y servicios a brindar volviéndolos menos competitivos en el mercado

Tabla 18. *Rango de tasa de interés de las MYPES.*

Tasa de interés	Microempresa		Pequeña Empresa	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
Cero	1,359	2.91%	16	0.43%
Menos del 10%	9,408	20.15%	724	19.48%
Entre el 10% y 15%	13,088	28.03%	1,698	45.68%
Entre el 16% y 20%	7,754	16.61%	321	8.64%
Entre el 21% y 25%	1,650	3.53%	182	4.90%
Más del 26%	3,331	7.13%	26	0.70%
No sabe	10,106	21.64%	750	20.18%

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

La tabla 18 deja en evidencia que las micro y pequeñas empresas tiene como obstáculo una alta tasa de interés que resta competitividad en el mercado, ya que el 28.3% en la micro y el 45.68% en la pequeña empresa, el interés está en el rango entre el 10% y 15%.

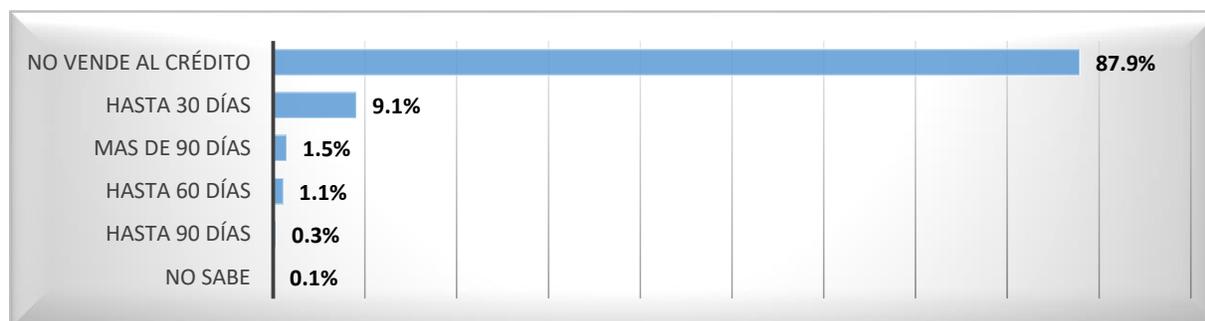


Figura 7. *Periodo de pago por venta de las MYPES.*

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

En la figura 7 se analiza que el 87.9% de las microempresas no venden al crédito, para no correr el riesgo de descapitalizarse porque en su mayoría trabaja con capital propio y necesita un retorno de inversión rápido.

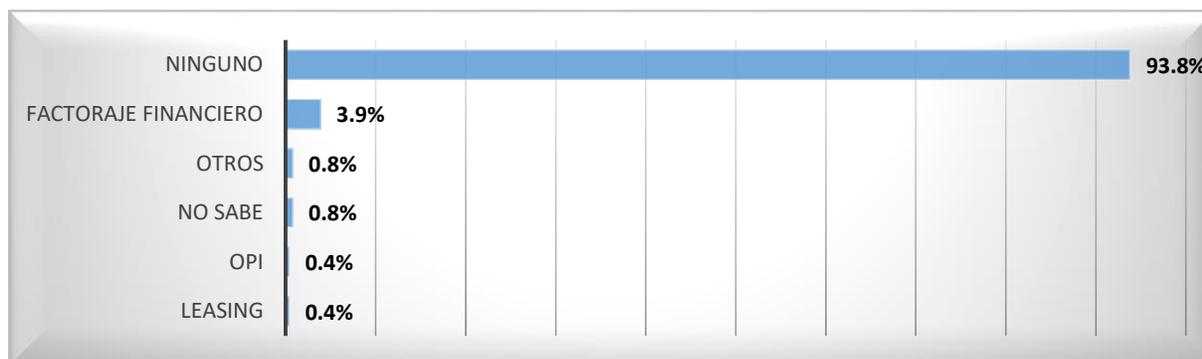


Figura 8. Mecanismo utilizado por las MYPES para favorecer la liquidez.

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

De acuerdo a la figura 8 el 93.8% de las MYPES no utiliza ningún mecanismo para favorecer la liquidez y seguir operando, por lo que se sobreentiende que pasan el día con el único capital disponible de sus ventas.

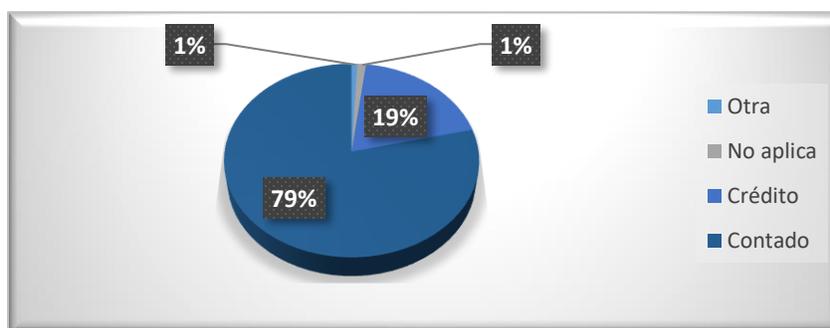


Figura 9. Forma de pago a proveedores de las MYPES.

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

De acuerdo a la figura 8 las MYPES no utilizan ningún mecanismo para fortalecer su liquidez, el cual se confirma con la figura 9, en donde muestra que el 78.8% de las MYPES su forma de pago a proveedores es al contado.

Considerando lo anterior las MYPES ubicadas en los departamentos de: San Salvador, La Libertad y Santa Ana; de acuerdo a lo indicado en los párrafos anteriores, son a las que menos se le da crédito para invertir y aumentar su patrimonio, incrementar los niveles de venta y mejorar su posicionamiento; ya que para dar el salto de micro a pequeña empresa necesita financiamiento.

Así mismo el 9% de las MYPES acuden a prestamistas como una alternativa, debido a que las entidades financieras solicitan una variedad de documentos para optar a una fuente de financiamiento, necesitan tener registros crediticios excelentes en los burós de crédito para poder aplicar con una entidad financiera, y no cuentan con suficientes garantías que son exigidas.

El número de MYPES que solicitan crédito es menor en comparación a las MYPES que no lo hacen, sin importar que al del 96% de los que solicitaron les fue aprobado el crédito; pero existen factores por las cuales los empresarios no buscan un crédito o financiamiento, dentro de los cuales están, una gran cantidad de barreras para aplicar, como: la falta de una contabilidad formal, declaraciones de IVA, falta de prendas hipotecarias, no tener fiadores, etc., por lo que les es más fácil trabajar con su propio capital.

Así como también más del 87% de las MYPES no venden al crédito ni utilizan mecanismos de factoraje, lo que produce que los empresarios tengan un retorno a corto plazo para seguir invirtiendo mes a mes, pero esto los lleva a un estancamiento como empresa.

Por otra parte, no está demás indicar que la falta de conocimiento financiero, impide que algunas MYPES no sepan cómo invertir, considerando que manejar el capital es un aspecto que lleva a que las empresas no busquen conseguir un crédito.

5.3.2. Barreras de acceso a créditos.

Las barreras de acceso a créditos son las limitantes que tienen las MIPYMES para acceder a las fuentes de financiamiento a través del sistema bancario tradicional y los bancos y/o entidades públicas. Entre las cuales se mencionan:

- a) Falta de registros contables.
- b) Falta de historial crediticio confiable de la empresa.
- c) La empresa carece de garantías para asegurar el crédito.
- d) Poco conocimiento financiero o administrativo para hacer una utilización exitosa del crédito.
- e) Alta tasa de morosidad resulta en menos créditos a las MYPES.
- f) Altas tasas de interés

5.3.3. Implementación del marketing digital por las MYPES.

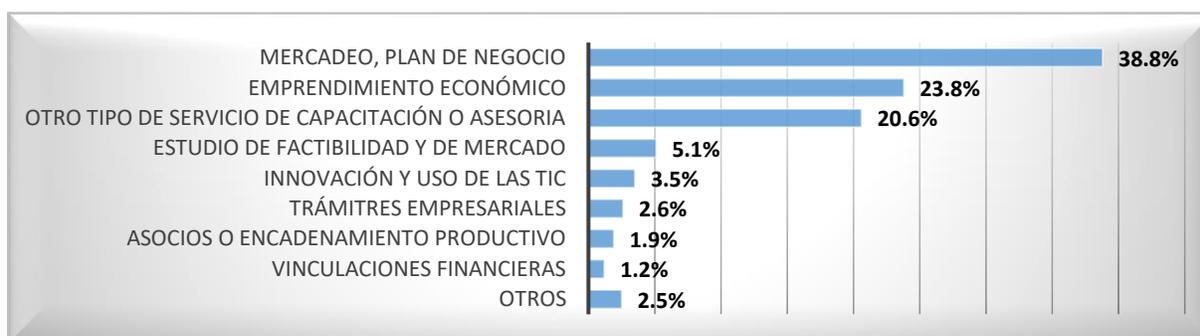


Figura 10. Áreas donde las MYPES necesitan capacitarse.

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

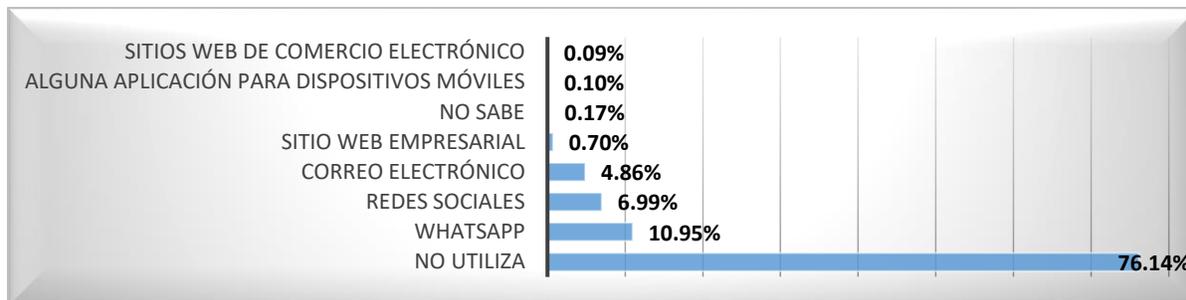


Figura 11. Herramientas digitales utilizadas por las MYPES.

Fuente: Encuesta Económica Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. CONAMYPE.

El Marketing digital es indispensable para llegar a más clientes y que la MIPYMES siga expandiéndose a todo su nicho de mercado; sin embargo, en la figura 10 se observa que el 38.8% de las MIPYES carece de un área de mercadeo y de un plan de negocio. Por lo que una de las causas que limita el crecimiento de las empresas es el poco acceso a capacitarse en herramientas tecnológicas, las cuales les ayuden a innovar en la forma de desarrollar sus procesos y que sean más efectivos. Asimismo, en la figura 11 se observa que el 76.14% no utiliza ningún tipo de herramienta digital en su empresa por lo que se confirma la importancia de que las MYPES implementen tecnologías y marketing digital.

5.4. Análisis teórico

Las empresas en El Salvador se constituyen por personas naturales o jurídicas las cuales pueden operar en cualquier sector de la económica, en donde la microempresa es conformada por un máximo de 10 trabajadores y con ventas brutas hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía; la pequeña empresa es conformada por un máximo de 50 trabajadores y con ventas brutas mayores 482 y hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y la mediana empresa es conformada por un máximo de 100 trabajadores y con ventas brutas hasta \$7,000.000.00.

Las Microempresas históricamente y en la actualidad son un sector de gran importancia para la generación de empleo y la actividad económica en El Salvador, llegando al punto de ser el

96.09% y de las cuales el 59.36% se dedican al sector comercio, además el 60.40% se ubican en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana.

Por lo anterior se analizan las empresas de los departamentos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana; en donde San Salvador tiene registradas de acuerdo al directorio económico del 2011 elaborado por la DIGESTYC, 62,419 empresas activas, de las cuales el 94.50% son microempresas y el 48.60% se ubican en el municipio de San Salvador; por otra parte en el departamento de La Libertad hay 18,895 empresas activas siendo el 11.7%, de las cuales el 94.14% son microempresas dedicadas en su mayoría al sector comercio; además en el departamento de Santa Ana que tiene registradas 16,572 siendo el 10.2% el 97.48% están catalogadas como microempresas de las cuales el 60.46% se dedican al sector comercio.

Por lo tanto, a nivel nacional predominan las microempresas que sus cliente se localizan en el mismo municipio, de las cuales 22.3% buscan créditos para realizar actividades productivas, pero al 3.3% de las MIPYMES no se les aprueban los créditos debido a diferentes razones como: falta de hipoteca, falta de firma solidaria, por el récord crediticio deteriorado, por falta de contabilidad formal, entre otros.

Por otra parte, los destinos de créditos de las MIPYMES son para financiamiento de capital de trabajo por lo que de no tener un crédito corren el riesgo de detener operaciones, la mayoría de las empresas ante la necesidad de un crédito no hacen nada, es por ello que el 87.9% no vende al crédito y por ende no utiliza ningún mecanismo para favorecer su liquidez, ya que el 78.8% paga a sus proveedores de contado. Por lo que es importante que como país se tomen medidas, para que las barreras de acceso al crédito disminuyan y las MIPYMES puedan acceder a las fuentes de financiamiento a través del sistema bancario tradicional y/o entidades públicas con bajos intereses.

Así mismo es importante que las MYPES hagan uso de estrategias digitales para llegar a más clientes y así poder expandirse a fuera de sus municipios ya que el 38.8% carece de capacitación en el área de mercadeo y plan de negocios, además el 76.14% no utiliza ninguna

herramienta de internet en su empresa, por lo que se confirma la importancia de que las MIPYMES implementen tecnologías y marketing digital.

5.5. Contextualización de capítulo a la realidad investigada

Para mayor comprensión de lo investigado en este apartado se emplea como ejemplo a la empresa Flores de Café con razón social ASECOMER S.A. de C.V., la cual es clasificada de acuerdo a la ley MYPE como microempresa, tomando en cuenta el número de empleados y ventas mensuales. La cual brinda los siguientes productos y/o servicios: Venta de café tostado, molido y en grano, asesoría en beneficio, tostaduría y comercialización de café, servicios de coffee break y eventos, comercialización de azúcar, crema para café, té y desechables.



Figura 12. Isologo de la empresa ASECOMER S.A. DE C.V.

Fuente: ASECOMER S.A. DE C.V.

Una empresa familiar fundada en agosto del 2010, originalmente la empresa se dedica a la venta de café tostado y molido sufriendo a un distribuidor, para el siguiente año se empieza a dar asesorías en los diferentes procesos del café, destacando consultoría de promoción y mercadeo, técnicas de catación, y diseño de procesos de nuevo modelo productivo/comercialización realizada a proyecto de café para la zona norte auspiciado por FOMILENIO¹⁴.

Después de realizar varias asesorías y con el asocio de otros productores, se aprovecha la coyuntura de un mercado para la producción de elotito y elote, el cual dio muy buenos frutos y

¹⁴ Se hace referencia al Fondo del Milenio

perspectivas, pero desgraciadamente, el incremento del nivel delincucional en el interior del país, hizo a la empresa retirarse de esta excelente perspectiva de negocio.

En el 2015, se inicia un proceso de alianzas con otros productores, beneficiadores, tostadores y empresas de alimentos, logrando ampliar la comercialización directamente de café tostado a empresas privadas y se inicia con servicios de preparación café servido, contando con el asocio de una compañía hermana se da atención a eventos, coffee break y acompañamiento en ferias.

A finales del 2016, ampliaron su cartera de clientes, atendiendo al sector industrial y comercial; se incursionaron a servir al sector gubernamental del país, a la fecha han concentrado sus líneas a la atención de clientes institucionales, con un gran énfasis en el sector Gubernamental del país, por tener una cartera considerable de clientes.

En esta empresa se confirma lo expuesto en la figura 11, la cual indica que no utiliza herramientas digitales, ya que actualmente la empresa carece de redes sociales y de un plan de marketing digital. Lo cual es necesario para el crecimiento de la empresa y obtener nuevos clientes y convertirlos en ventas.

En El Salvador, se ha trabajado en los últimos años en crear un ambiente de mejora en cuanto a la inclusión financiera, con la creación de diversas leyes, por ejemplo, Ley de firma electrónica, Ley de inclusión financiera, Ley de comercio electrónico; que dan pie a la utilización de diversas plataformas electrónicas, que ayudan a las MIPYMES a diversificarse en cuanto a brindar sus servicios y reducir costos, tal es el caso de la implementación de facturas electrónicas

Uno de los factores claves de las Fintech es proporcionar financiamiento productivo que las MIPYMES necesitan, y es por ello que sería una alternativa fácil y rápida para las empresas, sin algunos requisitos que el sistema financiero les exige.

Con la implementación de Tecnologías Financieras (Fintech), las MIPYMES tendrán menos barreras de acceso a créditos y financiamientos productivos, ya que estas crean condiciones para que la información fluya de forma más rápida y que los requisitos solicitados por las entidades financieras sean más fáciles de cumplir.

Las MIPYMES, podrán tener acceso a créditos y financiamiento con menores intereses y a menos plazos, debido a que la mayoría de empresas financieras Fintech operan de forma virtual y no tienen tantos costos fijos que agregar al momento de desembolsar el crédito.

Es importante mencionar que no solo el acceso a un crédito o financiamiento productivo ayudará a las MIPYME en su desarrollo, por ello deben hacer uso de las plataformas digitales, que están a disposición ya sea de forma orgánica o pagada, las cuales les serán de beneficio para atraer a nuevos segmentos de mercado

Así mismo las empresas además de utilizar tecnologías financieras, deben invertir en medios digitales, para promocionarse y esto les ayuden a tener mayor contacto con los clientes a un menor costo y ganar nuevos segmentos e incremento en las ventas.

Hay diversos desafíos que se deben superar en El Salvador, como por ejemplo la elaboración de una Ley Fintech como marco regulatorio que ayude a promover la innovación en el sector, utilizando casos de éxito de Latinoamérica y la Región, debido a que tienen salidas estratégicas que ayudan a generar mayores ingresos y mejor retorno a los inversionistas.

6. Capítulo II. Formas de operar y ámbitos de aplicación de las Fintech para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES).

6.1. Definición

Para (Financial Stability Board, 2017), define Fintech como: “innovación financiera tecnológicamente habilitada que podría dar lugar a nuevos modelos comerciales, aplicaciones, procesos o productos con un efecto material asociado en los mercados e instituciones financieras y la provisión de servicios financieros” (citado por, el BCR, 2018, p. 4).

6.2. Antecedentes de las Fintech

El BANCOMEXT¹⁵, manifiesta que a lo largo de la historia se han visto una gran cantidad de hechos claves para el desarrollo de la tecnología financiera, como:

En 1967 fue inaugurado el primer cajero automático (ATM) del mundo por Barclays, que “consolidó la migración de los servicios financieros de analógicos a digitales” (BANCOMEXT, 2018, p. 12).

Algunos desarrollos clave de esta etapa fueron, en las áreas de pago, las mesas de compensaciones para el intercambio entre bancos de Inglaterra y Estados Unidos. En el área de valores, el establecimiento del NASDAQ¹⁶ en 1971 y el final de las comisiones fijas de valores, así como el desarrollo del Mercado Nacional de Valores, los cuales marcan la transición del comercio físico de los títulos a negociaciones totalmente electrónicas. Adicionalmente, fue en este periodo cuando la mayoría de los bancos reemplazaron sus formas de papel a formatos computarizados y comenzaron a administrar el riesgo a través de tecnologías desarrolladas para ello.

(BANCOMEXT, 2018, p.12)

¹⁵ Se hace referencia al Banco Nacional de Comercio Exterior

¹⁶ Se hace referencia a la National Association of Securities Dealers Automated Quotation.

En 1995 se utilizó la primera cuenta de cheques en línea por Wells Fargo. Además, en 1998 fue fundada la plataforma de procesamiento de pagos online Pay-Pal. “Para principios del siglo XXI, todos los procesos de los bancos se habían digitalizado por completo” (BANCOMEXT, 2018, p.13).

En este contexto, la digitalización dio lugar a datos mejor organizados que conducían a una mejor comprensión del riesgo de crédito tomado por los prestatarios de tal forma que permitió una oferta de productos mejor alineados con los perfiles de los consumidores. (BANCOMEXT, 2018, p. 13)

En el año 2009 fue lanzada la primera criptomoneda (Bitcoin), también en el año 2011 Google permite a los consumidores utilizar su Smartphone para hacer pagos mediante Google Wallet. Así mismo en el año 2016 fue el lanzamiento de la compra con Apple Pay, utilizando iPhone o Apple Watch. “Se puede concluir que Fintech ha recorrido un largo camino. Ha transitado de cajeros automáticos y pagos electrónicos simples, a una banca funcionando totalmente en línea, e incluso a monedas digitales” (BANCOMEXT, 2018, p. 11).

El Salvador carece de una ley Fintech, no obstante, las instituciones gubernamentales como el BCR y la SSF¹⁷ han avanzado en temas de inclusión financiera, siendo así que, en el año 2019, ocurrieran sucesos relevantes, tales como:

- a) Reformas a la Ley para Facilitar la Inclusión Financiera: El BCR participó en las mesas técnicas de trabajo, convocadas por la Comisión Financiera de la Asamblea Legislativa para revisar la propuesta de reformas a la Ley para Facilitar la Inclusión Financiera. (BCR, 2019, p. 31)

¹⁷ Se hace referencia a la Superintendencia del Sistema Financiero

- b) El Proyecto de Ley para la Inclusión Digital Universal: El objeto de este proyecto de Ley es promover el desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento con la finalidad de aprovechar los beneficios del acceso y uso masivo de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones, estableciendo la coordinación entre todos los participantes.
(BCR, 2019, p. 32)
- c) Creación del Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera: en octubre de 2019 el presidente de la República aprobó el Decreto Ejecutivo No. 28 “Creación del Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera” (BCR, 2019, pp. 33-34). El cual fue publicado en el Diario Oficial en Número 196, Tomo No 425, el 18 de octubre de 2019.
- d) Nuevos Productos y Servicios Financieros: En Sesión No. CD- 01/2019, el Consejo Directivo del BCR aprobó la solicitud del Banco Cuscatlán El Salvador S.A., para efectuar operaciones con Forward de Moneda, de conformidad a lo dispuesto en el literal w) del Artículo 51 de la Ley de Bancos, y para efectos de ofrecer dicho producto a sus clientes se le indicó a dicha entidad que debe proceder a solicitar a la Superintendencia del Sistema Financiero el depósito del contrato respectivo. Asimismo, en esa misma sesión, el Consejo Directivo aprobó la modificación al cuadro Anexo a los “Lineamientos Mínimos para operaciones con instrumento Forward de Moneda que deben cumplir los Bancos para ofertarlos en el mercado local”, la cual entró en vigencia desde el 1 de febrero de 2019.
(BCR, 2019, p. 34)
- e) “Encuesta Nacional de Acceso al Crédito de las MIPYMES: llevada a cabo con recursos aportados por la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI) y bajo el proceso de Libre Gestión número 124/2019” (BCR, 2019, p. 34).
- f) La Asamblea Legislativa de la República de El Salvador aprobó la Ley de Comercio Electrónico, en el decreto N°463 considerando:

Que, en los últimos años, las tecnologías de información y comunicación-TIC han cambiado la vida de las personas y la forma de hacer negocios, transformando el mundo mediante su combinación con internet; siendo común en la actualidad, que se acuerden contratos y se adopten decisiones a través de este medio que facilita la vida cotidiana y posibilita la realización de transacciones de bienes y servicios, a un menor costo de tiempo y dinero.

(Ley de Comercio Electrónico N° 27, 2019)

6.3. Formas de operar y ámbitos de aplicación de las Fintech

Las Fintech han incursionado en muchos ámbitos los cuales pueden ser utilizados por las MIPYMES, como por ejemplo: la creación de productos y servicios, que van desde las finanzas empresariales; negociación en bolsa; soluciones de pagos; remesas internacionales; etc. los cuales son de beneficio para que las MIPYMES tengan un mejor acceso al sistema financiero.

De acuerdo a lo anterior a continuación se mencionan los ámbitos Fintech que son aplicables para las MIPYMES:

6.3.1. Plataformas de Financiación alternativa.

Son sitios donde las MIPYMES pueden financiar o adquirir participación de proyectos en bienes inmuebles y/o raíces; adquirir participación accionaria en otras empresas; así como también, agentes externos brindan créditos en línea a las MIPYMES; además los usuarios de las plataformas pueden comprar facturas o cuentas por pagar de otras empresas u ofrecer préstamos respaldados por ellos. A este tipo de Fintech se les denominan de la siguiente manera:

a) Crowdfunding

Existen MIPYMES que carecen del apoyo para acceder a financiamiento del sistema bancario tradicional por diversos factores, por ello buscan otras fuentes alternativas de

financiación, es por ello que una alternativa es el uso de las Fintech crowdfunding, la cual se dedica a compartir financiación de un proyecto en el cual pueden colaborar varias personas, así como también convocatoria abierta para reunir fondos y así ejecutar un proyecto.

De acuerdo a lo anterior, si las MIPYMES necesitan financiamiento puede acudir a un crowdfunding en lugar de acudir a una entidad financiera del sistema bancario tradicional, por lo que por medio de pequeñas aportaciones que pueden ser de otra empresa o de personas pueden conseguir el financiamiento necesario.

Los tipos de crowdfunding a los que pueden optar las MIPYMES son:

- i. Crowdfunding no financiero: Los inversores brindan de manera solidaria financiamiento, ya que no es necesario para la MIPYME dar una contrapartida monetaria, existen dos formas de crowdfunding no financiero:
 - Crowdfunding de donación: Los inversionistas no reciben ningún beneficio a cambio de donar fondos para alguna obra o proyecto.
 - Crowdfunding de recompensa: Los inversionistas donan los fondos los cuales no serán reembolsados, pero el inversionista recibirá una retribución la cual puede ser un descuento, el acceso a una promoción o el producto que ayuda a financiar su fabricación.

- ii. Crowdfunding financiero: Los inversores brindan financiamiento a un proyecto o una empresa a cambio de obtener beneficios económicos, existen tres formas de crowdfunding financiero de acuerdo al tipo de inversión:
 - Crowdfunding inmobiliario: es la adquisición de un bien inmueble por varios inversionistas, los cuales tienen ganancias proporcionales a su inversión, la cual puede ser por alquiler o venta del inmueble.
 - Crowdlending: Un grupo de inversionistas brindan dinero en forma de préstamo a una empresa, para lo cual antes de otorgar el préstamo llegan a un acuerdo sobre el plazo y el tipo de interés.

- Crowdequity: Las empresas buscan fuentes de financiamiento vendiendo acciones de su empresa, para lo cual los inversionistas no tendrán reembolso por volverse accionistas, pero si reciben ingresos por los dividendos o vendiendo sus acciones a otros inversionistas.

Estas Fintech deben ser transparentes con la información presentada a los inversionistas para que tengan opción de escoger los proyectos en los que invertirán, las condiciones y la cantidad.

b) Préstamos Fintech

Las MIPYMES por lo general requieren liquidez de forma rápida la cual no suele ser atendida de esa forma por el sistema bancario tradicional, por lo cual las Fintech han encontrado una oportunidad para brindar microcréditos de forma más rápida, aprovechando el uso de las nuevas tecnologías de gestiones financieras.

Los préstamos brindados por las Fintech se basan en otorgar financiación de pequeñas cantidades de dinero, para los cuales no se solicitan garantías. Asimismo, el análisis del riesgo es con base a las características de las empresas y no a la información contable, por lo que a su vez aprovechan las nuevas tecnologías para analizar el riesgo utilizando información de las redes sociales u otra información de libre acceso obtenida por internet, ya sea de la empresa como del dueño.

Las empresas Fintech suelen utilizar sistemas inteligentes, ejemplo de esto es el Big Data con el cual se pueden ejecutar la calificación crediticia de forma rápida del solicitante del crédito y así las MIPYMES puedan acceder fácilmente a los microcréditos. Estos microcréditos suelen soportar un mayor tipo de interés por ser un crédito rápido debido a que el capital prestado es propio de las Fintech y no proviene de ningún inversionista.

Algunos beneficios que proporcionan las Fintech a la realización de los microcréditos o préstamos son:

- i. **Facilidad de financiamiento:** Por ser plataformas online y con dinero propio de las Fintech, ofrecen créditos más flexibles con intereses más atractivos lo cual es una alternativa viable de financiamiento para las MIPYMES.
- ii. **Análisis innovador del riesgo crediticio:** El uso de tecnologías para analizar la información es un nuevo método para determinar el riesgo crediticio de las MIPYMES, incluso si estas no tuvieran ningún historial crediticio.
- iii. **Brindar liquidez más flexibilidad y con eficiencia:** Realizan compra de facturas, quedan, letras de cambio a las MIPYMES para que estas puedan tener liquidez de forma rápida.

6.3.2. Récord crediticio.

La mayoría de MIPYMES no cuenta con información financiera que los bancos solicitan al momento de realizar una solicitud de crédito, por lo que los bancos evitan brindar crédito a la mayoría de estas por los costos que generan la recopilar de información crediticia, debido que a los sectores que han acudido las MIPYMES para obtener un crédito son sectores informales.

Pero con las Fintech de este tipo obtener esta información crediticia es más fácil y a bajo costo debido a que utilizan base de datos de plataformas como las redes sociales, telefonía móvil, pagos electrónicos o fuentes alternativas como cuentas de energía eléctrica; ya que las MIPYMES que no cuentan con estados financieros formales, la mayoría hacen uso de celulares, realizan pagos electrónicos y poseen cuentas de Facebook, de las que se pueden obtener la información crediticia. Al momento de rastrear la información recopilada en la web se puede verificar si el prestatario tiene capacidad de pago, por lo que está Fintech es efectiva para las MIPYMES con acceso limitado a créditos.

6.3.3. Aplicaciones para pagos.

Las aplicaciones de pago son las utilizadas para la administración y transmisión de dinero mediante aparatos inteligentes; plataforma en línea diseñada para el envío de dinero al extranjero; aparatos móviles como puntos de venta y plataformas virtuales para la aceptación, autorización y procesamiento de pagos, dentro de algunos servicios que este tipo de Fintech brindan se encuentran:

- a) Servicios transaccionales de divisas y medio de pago.

Este tipo de Fintech es de beneficios para las MIPYMES al momento de exportar o importar un producto, lo que ayudaría a disminuir la comisión de transacciones por divisas, ya que en la actualidad uno de los problemas que tienen las MIPYMES con la internacionalización es que las comisiones por las transacciones de cobros o pagos que generan las divisas son altas. Con este tipo de Fintech se podrá conocer con anticipación el costo de las transferencias de divisas, es decir, el cobro de comisión de la plataforma por brindar el servicio, asimismo el tipo de cambio real de mercado que se aplicará.

El sistema bancario tradicional depende de bancos intermediarios, a diferencia de las Fintech que tienen procesos más optimizados que no dependen de bancos intermediarios. Como se muestra en la figura 13, en la que se muestra que cuando se utiliza un banco del sistema bancario tradicional, el pagador envía la solicitud de pago la cual el banco del pagador la convierte en transferencia y al mismo tiempo este la envía al banco corresponsal registrado en el país que emite la divisa, ese banco recurre a la cámara de compensación de cheque para ejecutar el pago entre los bancos corresponsales para luego hacer llegar la transferencia al beneficiario; a diferencia del uso de una Fintech que del pagador pasan al banco de las Fintech para la realización de la compensación de cheque y ser enviado al beneficiario.

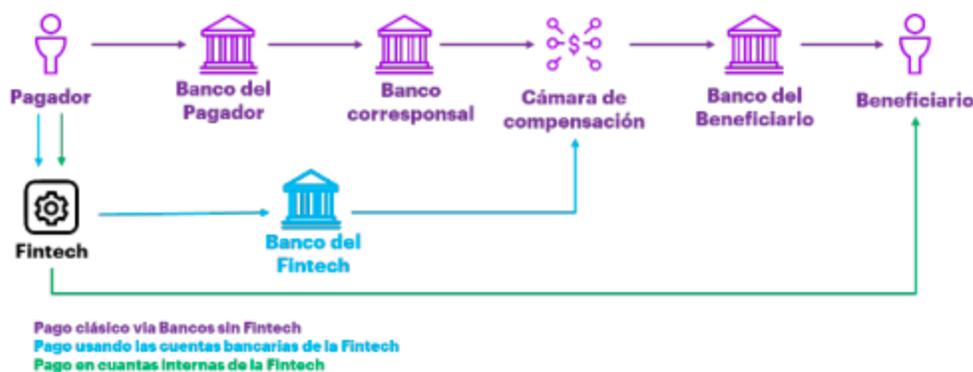


Figura 13. Diagrama proceso de las transferencias Fintech y Banco tradicional.

Fuente: Fundación para la Innovación Financiera y la Economía Digital.

Por lo anterior, cuando las MIPYMES realizan transacciones desde de una cuenta bancaria a las cuentas Fintech suelo pasar lo siguiente:

- i. Realizar una transferencia: las Fintech tiene en varios países cuentas bancarias abiertas con diferentes divisas por lo que esto es beneficioso, al momento de realizar una transferencia se ejecuta como una transferencia local y no internacional.
- ii. Pago con tarjeta de crédito o débito: las Fintech brindan tarjetas de crédito y débito a sus clientes para la realización pagos en medios electrónicos y presenciales y también retirar dinero en efectivo de los cajeros.
- iii. Pago en cuentas internas de la Fintech: si tanto el pagador como el beneficiario poseen una cuenta en la misma Fintech, pueden trasladarse de forma directa los fondos entre las cuentas internas de este y el beneficiario. Al recibir los fondos el beneficiario decide si moverlos a su cuenta bancaria o realizar los pagos desde su cuenta Fintech con los diferentes métodos de pago.

En la actualidad el comercio electrónico es un nuevo canal de distribución económica, fácil y de gran alcance a cualquier hora del día durante todo el año. Por lo que existen empresas especializadas en pagos que han ayudado a crear sistemas que permiten a los consumidores acceder de forma segura, así como a administrar y emplear mecanismos para identificación y poder realizar pagos o transacciones desde aparatos inteligentes.

b) Pasarela de Pago.

Este tipo de Fintech utiliza tecnología la cual permite realizar pagos de manera rápida, simple, segura y con un costo mínimo, la cual sustituye los pagos en efectivo. Con las Fintech de tipo pasarela de pago los servicios de cobros y pagos pueden ser por los siguientes medios:

- i. Códigos QR (del inglés Quick Response code, “código de respuesta rápida”): es un medio de pago innovador que transforma a los dispositivos móviles en un monedero electrónico, que puede ser utilizado por oferentes y consumidores, con el objetivo que los pagos se efectúen de forma rápida por parte de los consumidores y así disminuir el uso del dinero en efectivo, así como también es una gran ventaja para los comercios debido a que pagan menos comisiones.
- ii. Enlace de pago: es un medio de pago para realizar cobros de productos o servicios que por lo general se utiliza por medio de redes sociales, que consiste en la generación de un enlace de pagos con el valor de la venta, el cual es enviado al cliente por diferentes medios, por ejemplo: Whatsapp, correo electrónico, Facebook Messenger, etc., con el cual se recibe el pago en el instante y de forma segura. Es de beneficio para las MIPYMES que no tienen página web y realizan ventas por Internet.
- iii. Botón de pago: es un medio de pago el cual es colocado en el sitio web de forma sencilla y segura de la empresa o vendedor, para lo cual se crean un enlace de pago que se incorpora al botón y se coloca en la página web el cual será visualizado por los clientes y al momento de pagar darán clic en el botón para completar la información de compra y posterior redirigir al cliente a la página web. El botón de pago tiene la finalidad de facilitar las ventas, tener un registro actualizado de las ventas en tiempo real, notificaciones inmediatas de la compra para el vendedor y el consumidor, así mismo se redirige al cliente a la red social o página web de la empresa para el conocimiento de otros productos o servicios.

- iv. Carrito de compra: su funcionalidad es a través de un software que permite a los clientes agregar los productos seleccionados al carrito de compras, una de sus funciones es la realización de ventas en línea, asimismo ofrece a los clientes la facilidad que con un clic comprar los productos desde cualquier lugar, para mejor funcionalidad del carrito de compras es necesario integrar plugins para la creación de listas inteligentes, personalizar correos electrónicos, agregar mejores criterios, creación de informes, etc.

- v. Portal de pagos recurrente: esta solución permite realizar cobros automatizados los cuales son realizados de forma periódica (diario, mensual, anual), para ahorrar tiempo y dinero; los productos o servicios recurrentes que se pueden incluir son recibos, membresías, pólizas, suscripciones, etc., los cuales son autorizados previamente por tu cliente.

- vi. API: es una pasarela de pago que permite a la empresa procesar las transacciones registradas desde distintas aplicaciones como sitios web, aparatos inteligentes, respuesta de voz interactiva, entre otras; asimismo se puede personalizar checkout según las necesidades de la empresa sin necesidad que el cliente se salga del sitio web durante la realización de la compra.

6.3.4. Gestión de finanzas empresariales.

Son sitios en línea para la oferta y provisión de facturas electrónicas; sitios en línea para la administración contable y/o administración financiera y plataforma digital para la administración de cuentas por cobrar y recuperación de deuda.

6.3.5. Asesoramiento y gestión patrimonial.

Son Fintech que dan opción a las MIPYMES de formar parte de una red de inversores para poder intercambiar conocimiento acerca de valores bursátiles o activos financieros; son de gran utilidad para las MIPYMES, ya que ayuda a gestionar su balance de activos financieros.

Por otra parte, con este tipo de Fintech también se cuenta con plataformas de asesoría y gestión automatizada con el uso de asesores robotizados, en las que las MIPYMES realizan como primer paso una prueba para conocer el tipo de riesgo y las rentabilidades que podrían tener, luego las Fintech realizan los análisis para recomendar una cartera de inversión online que se ajuste a cada MIPYME, este de tipo de Fintech es conocida como “Robo Advisor”, la cual es de gran utilidad para las MIPYMES por sus principales características, las cuales son:

- a) El cobro de comisiones bajas.
- b) Facilidad de acceso desde cualquier dispositivo que cuente con internet, lo cual conlleva a un ahorro de tiempo
- c) Se pueden invertir pequeños capitales, lo cual es beneficioso para las MIPYMES, ya que en caso de tener exceso en sus activos serán de baja cuantía.

6.3.6. Negociación de activos financieros y mercado de valores.

Son Fintech para la compra y/o venta de divisas extranjeras y/o acciones para MIPYMES, de las cuales hay dos grupos que brindan estos servicios:

- a) Sistemas automáticos de comercio: son sistema de especulación con base a comercios cuantitativos creado por especialistas. Las MIPYMES pueden formar parte de un Sistema Automático de Comercio de las siguientes maneras:
 - i. Abrir cuenta de valores por medio de una sociedad de valores o corredor de bolsa, los cuales ejecutan las órdenes en nombre del cliente.

- ii. Participación indirecta mediante una sociedad de valores que brinda asesorías y se encarga de enviar información a los clientes para que estos den las órdenes.
 - iii. Vía alquiler, en la cual el desarrollador dará el consentimiento para el uso del programa durante el periodo contratado al cliente.
- b) Comercio social: son plataformas Fintech en la cual los comerciantes comparten en tiempo real su operativa y cliente puede replicar a través del agente de bolsa con el que trabajen

6.3.7. Tecnologías para instituciones financieras.

Verificación y autenticación de personas para acceso y autorización de transacciones financieras; conocimiento de clientes en su relación con los proveedores de servicios financieros; prevención de fraude y gestión de riesgos operativos; aplicación de tecnología relativa a los rasgos físicos para verificar identidades y protocolo tecnológico que facilita, asegura, refuerza y ejecuta contratos/acuerdos.

Debido a la importancia de la seguridad de la información en las plataformas digitales, la identificación de los clientes se ha vuelto una prioridad para no correr el riesgo de la pérdida de información o que esta sea manejada de forma inadecuada, de ciberataques o lavado de dinero; es por esto que para las MIPYMES es importante contar con empresas que brinden estos servicios, el cual puede ser proporcionado por las Fintech.

Es por ello que las Fintech han sido creadas para facilitar los proceso de onboarding para brindar mayor seguridad y flexibilidad, lo cual ayudará a reducir el tiempo de los procesos, asimismo, se dedican a brindar soluciones de autenticación biométrica y/o identificación electrónica, como por ejemplo, no solo es la tradicional contraseña, sino que, se puede utilizar el reconocimiento facial, de voz y la huella dactilar.

El que las MIPYMES hagan uso de este tipo de tecnologías mejora la experiencia del consumidor, ya que, con una mejora en la seguridad, puede demostrar su identidad de manera más rápida. Por otra parte, las Fintech también permiten a las MIPYMES simplificar sus procesos, contratar outsourcing para llevar sus procesos de identificación y reducir los costos.

6.3.8. Sistema bancario digital.

Son entidades financieras con prestación de productos y servicios digitales, dentro de las cuales están:

- a) Transferencias interbancarias: son transacciones innovadoras que permite conexión entre los bancos nacionales para permite a los usuarios realizar transferencias de dinero a través de las bancas en línea de cada banco, las transacciones que se pueden realizar son: depósitos a cuentas de ahorro y corriente, pago de préstamos y tarjetas de crédito, los cuales pueden ser propias del banco o así otro banco.
- b) Aplicaciones para transferencias: son transacciones digitales dentro del mismo banco que realizan los usuarios, ya sea para realizar compras o realizar transferencias de dinero. Para realizar dichas transacciones ambas partes deben poseer cuenta con el mismo banco o entidad financiera.
- c) Neobancos: son los que permiten realizar trámites online de cuentas de ahorro, tarjetas de débito y crédito u otros, ya que se caracterizan por no disponer de un establecimiento físico. Asimismo, las empresas o usuarios ya no tienen que desplazarse a una sucursal bancaria para retirar dinero, esto genera un ahorro en este coste.

Las características principales de este tipo de Fintech son: ofrecen tarjetas de débito, cuentas de ahorro y algún otro producto al igual que los bancos del sistema bancario tradicional pero con la diferencia que los neobancos son digitales y con una atención

más personalizada disminuyendo así los procesos burocráticos, lo que genera un mayor engagement o conexión entre el usuario y el neobanco, otra característica es que no poseen licencia como banco por lo que no puede funcionar de forma independiente, esto conlleva a que deben de fijar acuerdos con los banco del sistema bancario tradicional para que sus depósitos sean garantizados.

6.3.9. Seguros.

Son plataformas digitales exclusivamente para el sector de seguros las cuales hacen uso de los avances de tecnologías y de la digitalización para hacer crecer al sector, brindando nuevos modelos de negocios y mejorando la cadena valor del negocio. A estas Fintech también se le conocen como “insurtech” Algunos tipos de seguros que están dentro del sector, son: plan de ahorro, de salud, de vida, de viaje, de bienes y todo riesgo, seguro de hogar, de vehículos, de mascotas, etc.

6.4. El éxito de las empresas Fintech.

Las Fintech son exitosas debido al análisis del ámbito financiero y la resolución parcial o completamente de los problemas detectados, para transformarlos en servicios eficientes y eficaces agregándoles el uso de las nuevas tecnologías.

Las Fintech son de beneficio para los consumidores por proveer servicios de forma más eficiente a costos operativos más bajos, los cuales en la mayoría de veces están disponibles en tiempo real por medio de cualquier dispositivo móvil y plataformas online. Asimismo, uno de los enfoques de las Fintech es atender clientes poco o no atendidos por el sistema financiero tradicional, los cuales de otra forma no tendrían acceso a productos financieros.

6.5. Tipos de tecnologías aplicadas por las Fintech

Las empresas Fintech al utilizar nuevas tecnologías en sus productos y servicios de manera más eficiente logran bajos costos y mayor funcionalidad, entre las principales tecnologías se pueden destacar:

- a) Interfaces de programación de aplicaciones: son códigos, herramientas y protocolos que autorizan a dos programas para comunicarse entre sí e intercambiar información, como por ejemplo: acceder a la información financiera de una persona.
- b) Inteligencia Artificial y aprendizaje automático: son procesos ejecutados por computadoras o máquinas capaces de realizar tareas y resolver problemas por sí mismas, como por ejemplo: el almacenamiento y procesamiento de datos, el reconocimiento de voz y la toma de decisiones.
- c) Internet de las Cosas: son las cosas cotidianas conectadas a internet, como por ejemplo: el uso de teléfonos móviles para el pago de facturas, compras, servicios al cliente, servicios de seguridad y transacciones financieras diversas.
- d) Análisis de Big Data: es el proceso de analizar grandes volúmenes de datos imposibles de realizar de manera tradicional, como por ejemplo: predecir tendencias de clientes, optimizar la cadena de suministros, desarrollo de productos e innovaciones, control de riesgos, etc.
- e) Tecnologías de Registros Distribuidos: son tecnologías que autorizan el registro, intercambio y sincronización de datos y transacciones entre una gran cantidad de usuarios ubicados en diversos sitios, como por ejemplo: contratos inteligentes, registros de propiedades, blockchain, remesas internacionales, etc.
- f) Servicios en la nube: son servicios para almacenar, administrar y procesar datos a través de internet, como por ejemplo: tiendas de aplicaciones, aplicaciones web, servicios de almacenamiento de datos, etc.
- g) Criptografía: es el método para proteger datos y documentos a través de la utilización de formatos seguros o el cifrado de información, como por ejemplo: autenticar la identidad de usuarios, protección de traslados electrónicos de fondos, autenticación de firma digital, etc.

- h) Biométrica: es el uso de tecnología que captura y almacena de forma digital rasgos (huella, voz, rostros, iris) de un individuo para aumentar la seguridad de las transacciones financieras, como por ejemplo: desbloqueo de una aplicación financiera móvil, huella como una evidencia en un proceso de firma, etc.

6.6. Oportunidades del sector Fintech

La atención al cliente es un punto primordial para cualquier negocio, es por ello que se vuelve crucial para las Fintech conocer a profundidad su nicho de mercado y que sus clientes se sientan satisfechos con los productos y servicios recibidos.

El uso de tecnologías para proporcionar servicios personalizados a un mayor número de clientes a bajos costos es por lo cual las Fintech son tan aceptadas, pero se vuelve un desafío no dejar de lado el elemento humano que aún es necesario para ofertar una mayor accesibilidad, conveniencia y productos personalizados a sus clientes. Por tal motivo los factores que influyen en una experiencia positiva para los clientes son:

- a) La personalización: servicios individuales a través del uso de datos disponibles del cliente.
- b) Interacción intuitiva: el diseño de los procesos claros en las plataformas con el objeto que los usuarios tengan una magnífica experiencia.
- c) Funcionalidad: soluciones innovadoras para satisfacer las necesidades del cliente.
- d) Conveniencia: uso del servicio en cualquier momento, lugar y hora a través de cualquier dispositivo.
- e) Perspectivas proactivas: es usar la información del cliente para conocer de antemano sus necesidades y lograr agregar valor a su experiencia.
- f) Velocidad: recibir un servicio de forma rápida evitando los retrasos o minimizándolos lo mayor posible.

Las necesidades de los clientes de tecnologías son diferentes a las necesidades de los clientes de servicios tradicionales, las cuales se enlistan a continuación:

- a) Atención 24/7: el uso de tecnologías permite que la atención sea en cualquier lugar, momento y hora.
- b) Interacción a través de la web: con el uso de redes sociales se propicia un espacio para la atención de forma más directa.
- c) Acceso a servicios online: cada vez más el acceso a servicios a través de cualquier tipo de red se vuelve primordial para los clientes.
- d) Información segmentada y de calidad: el uso de tecnologías ayuda a recopilar y procesar información que personaliza las necesidades de los clientes.
- e) Disposición de todos los canales digitales: El acceso a los servicios a través de cualquier dispositivo facilita las operaciones, pues el cliente no tiene que trasladarse para realizarlas.

6.6.1. Fintech frente a Instituciones financieras.

El uso de tecnologías para ofertar productos y servicios financieros y alcanzar un mercado que las instituciones financieras tradicionales han dejado a un lado, ha entregado a las Fintech la confianza y lealtad de los clientes actuales. Las diferencias entre las Fintech y las instituciones financieras tradicionales son:

- a) Nuevos modelos de negocios: al hacer uso de tecnologías que se expanden a más lugares las Fintech han introducido nuevos modelos de negocios como el préstamo peer-to-peer (P2P), que conecta a los prestatarios y los negocios que necesitan fondos directamente.
- b) Servicios más rápidos: las Fintech al utilizar diversas tecnologías logran ampliar el acceso y la velocidad con la que pueden prestar sus servicios y así mejora la experiencia del cliente.

- c) Servicios transparentes y gratuitos: constantemente informan sobre cualquier costo que se genere por adelantado, como también brindan sus servicios de forma gratuita.
- d) Personalización: el uso de la información que se puede obtener mediante el uso de tecnologías es la que permite a las Fintech prestar productos y servicios individuales a sus clientes.
- e) Presión sobre márgenes y cuotas: las Fintech operan de forma online, por lo tanto, los costos de operación son más bajos y por ende los servicios que prestan son a menores precios.
- f) Modelado predictivo: al utilizar plataformas financieras las Fintech disponen de herramientas que les permiten analizar el comportamiento de sus clientes para poder así dirigir las ofertas conforme al cliente.
- g) Distribución innovadora: La constitución de empresas Fintech ha obligado al sistema financiero tradicional a innovar la forma de distribución de sus productos.
- h) Acceso a segmentos no atendidos: Servicios y soluciones innovadoras a bajos costos permiten a las Fintech proporcionar servicios convenientes capaces de llegar a segmentos desatendidos por las instituciones financieras tradicionales.
- i) Eficiencia operacional: Con el ingreso de las Fintech se han reducido las barreras de acceso lo que obliga al sistema financiero tradicional a optimizar sus procesos.
- j) Análisis avanzado de datos: Ayuda a las empresas Fintech a tener una mayor gestión, lo que implica menores costos y mayor eficiencia.

6.7. Desafíos del sector Fintech

El número de empresas emprendedoras que están implementando innovaciones tecnológicas en el sector financiero cada vez es mayor, por lo que ha aumentado el sector Fintech. No obstante, las Fintech enfrentan desafíos para llegar a convertirse en una opción adicional para las MIPYMES, los cuales se mencionan a continuación:

6.7.1. Financiación.

Es importante obtener una fuente de financiamiento para llevar a cabo las diferentes fases de implementación de una Fintech, debido a que en ocasiones no se cuenta con capital propio para financiar el proyecto, por lo que se deben buscar opciones de financiamiento.

6.7.2. Captación de personal calificado y cualificado.

Encontrar personal cualificado en la etapa inicial de las Fintech es de gran desafío, debido a la incertidumbre que existe del éxito o fracaso de la empresa, ya que de eso dependerá el poder pagar salarios competitivos y atraer al personal idóneo, ya que las grandes empresas existentes, al personal bien cualificado, les brindan salarios atractivos y esto puede dificultar formar el mejor equipo.

Algunas características que deben cumplir el personal cualificado y calificado son: flexibilidad, fácil adaptación a los cambios, capacidad de análisis, proactivo, innovador, liderazgo, capacidad de trabajar en equipo, orientación al cliente, técnicas de comunicación, manejo de equipo ofimático, conocimiento de diseño gráficos, programador, conocimiento en programación, etc.

6.7.3. Adaptabilidad con las generaciones.

Los Millennials marcan la pauta a las Fintech, pero es necesario que estas se adapten a otras generaciones, por ejemplo: los baby boomer, generación X y Z, con el objetivo de ajustar los procesos para que sean de más fácil acceso que la banca tradicional. Por esto las Fintech deben buscar proyectar una imagen como la banca tradicional, pero a su vez ser innovador y vanguardista para las anteriores generaciones.

6.7.4. Seguridad y privacidad de datos.

La seguridad de la información que se comparte a través de los dispositivos a menudo puede perderse o ser robada, es por ello que, por tratarse de servicios en línea, la seguridad y la privacidad son elementos importantes para las Fintech.

El análisis de las quejas presentadas por los clientes con relación a violaciones a la seguridad y a la privacidad de sus datos, sirven para que las Fintech desarrollen medidas apropiadas para la protección de la información. Además, el uso de plataformas permite recopilar una mayor cantidad de información de los clientes que se utiliza para ser analizada y asegurar la retención de los clientes.

La protección de los datos proporcionados por los clientes representa un reto para las Fintech. Es por estos, que existe la ciberseguridad la cual se define como una capa de defensa para la información que se procesa, transporta y almacena en cualquier tipo de dispositivo para reducir las amenazas que la ponen en riesgo.

Por lo anterior, es importante para las Fintech dotarse de sistemas capaces de actuar en cualquier circunstancia de pérdida, mal uso o robo de datos, con la finalidad de no perder la confianza de los clientes y del mercado; para disminuir los riesgos de una mala reputación que pueda afectar al negocio. El sistema de ciberseguridad es una exigencia de todos los clientes, inversores, reguladores y el conjunto de la sociedad.

Según el Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. (2018), para aumentar la seguridad de los sistemas online es importante el uso de las siguientes herramientas:

- a) Protección contra el código malicioso malware: Conocido también como antivirus, es imprescindible para cualquier organización, sin importar su actividad o tamaño, además es importante ir más allá de sistemas informáticos, puesto de trabajos o servidores, y reunir todos los aspectos que se relacionan con la movilidad. La gran

cantidad de distintos tipos de malware y su evolución, se transforman en una de las amenazas más difíciles de atender. (p. 80)

- b) Protección Antifraude o Phishing: El engaño, se ha convertido en una de las prácticas más usadas en internet, tanto para infectar miles de dispositivos, como para conseguir datos de los usuarios. Aquí no existen herramientas para combatir estas amenazas, se tiene que contar con el sentido común y desconfiar de lugares sospechosos (p. 80)
- c) Ser previsivos: Estas herramientas permiten conseguir, por varios medios, la supervivencia de la organización o empresa después de un inconveniente de seguridad. Dentro de esta solución se encuentran, copias de seguridad en la nube o en otros dispositivos, que mantienen a salvo la información de la empresa, la cual es indispensable para poder desempeñar sus funciones. También existen otras soluciones como las herramientas de recuperación de sistemas, la cual permiten restaurar un sistema desde un punto situado antes del ataque (p.81)
- d) Protección de comunicaciones: Estas soluciones se encargan de proteger a la organización de un grupo de amenazas, como los ataques de denegación de servicios, accesos no autorizados o la interceptación de las comunicaciones. También debemos tener en cuenta que las amenazas no solo pueden partir desde Internet, sino también del interior de las empresas, es por ello que la protección de las comunicaciones es imprescindible cuando existen varias oficinas o sedes en varias partes del mundo (p. 81)

6.8. Análisis teórico

Las Fintech son innovaciones que aprovechan las herramientas tecnológicas para prestar servicios financieros, además, buscan cubrir necesidades que el sistema financiero tradicional no cubre.

La historia muestra como el desarrollo de tecnologías han mejorado las formas de cómo se hacen transacciones financieras; como por ejemplo, la migración de los servicios financieros de analógicos a digitales con el primer cajero automático, la digitalización de todos los procesos bancarios y el uso de monedas digitales como el Bitcoin.

Las Fintech ofrecen una diversidad de ámbitos donde pueden ser aplicables, tales como: plataformas de financiación donde se pueden adquirir acciones en otras empresas, líneas de créditos, comprar facturas o cuentas por pagar; aplicaciones para pagos donde mediante el uso de dispositivos inteligentes pueden hacerse transmisiones de dinero; gestión de finanzas empresariales donde pueden llevar la administración contable, financiera, cuentas por cobrar y la provisión de facturas digitales; Negociación de activos financieros y mercado de valores donde se puede compra y/o vender divisas extranjeras y/o acciones; seguros donde se ofrecen servicios digitales para el sector de seguros; historiales crediticios que puede ser utilizados para la medición de riesgo crediticio de los cliente y aplicación de tecnología relativa a los rasgos físicos para verificar identidades y protocolo tecnológico que facilita, asegura, refuerza y ejecuta contratos/acuerdos.

Para entregar sus servicios las Fintech utilizan diversas tecnologías, como: interfaces de programación los cuales mediante códigos, herramientas y protocolos autorizan a dos programas para comunicarse entre sí e intercambiar información; inteligencia Artificial y aprendizaje automático; internet de las Cosas que utiliza cosas cotidianas conectadas a internet para ofrecer servicios financieros; análisis de Big Data con el cual se analizan grandes volúmenes de datos para predecir tendencias de clientes; tecnologías de registros distribuidos que autorizan el registro, intercambio y sincronización de datos y transacciones entre una gran cantidad de usuarios, servicios en la nube; criptografía que utilizan formatos cifrados y seguros para proteger datos; y la biométrica la cual mediante tecnología captura y almacena de forma digital rasgos como huella, voz, rostros e iris de un individuo para aumentar la seguridad de las transacciones financieras.

El sector Fintech es un generador de oportunidades a las MIPYMES siendo el enfoque al cliente un punto primordial para los negocios, por lo que conocer el nicho de mercado es importante para que los clientes se sientan satisfechos con los productos y servicios, por ello las Fintech toman en cuenta elementos para una experiencia positiva del cliente, como: la personalización, la interacción intuitiva, la funcionalidad, la conveniencia, las perspectivas proactivas y la velocidad. Asimismo, las necesidades de tecnologías de los clientes no son iguales a las necesidades tradicionales ya que por ser necesidades tecnológicas los clientes esperan atención

24/7, interacción a través de la web; acceso a servicios online, información segmentada y de calidad y disposición de todos los canales digitales.

También, es importante mencionar que entre las Fintech y las instituciones financieras tradicionales existen diferencias, como: las Fintech son un generador de nuevos modelos de negocios; sus servicios son más rápidos, transparente y/o gratuitos; los costos de operación son más bajos; hay más herramientas que permiten analizar el comportamiento de los clientes; distribución innovadora; capacidad de llegar a segmentos desatendidos por el sistema financiero tradicional; reducción en las barreras de acceso y mayor eficiencia.

Por otra parte el sector Fintech se enfrenta a desafíos: siendo uno de ellos la seguridad y privacidad de datos, ya que, la información que se maneja de forma virtual suele compartirse de manera más fácil o puede ser robada, por lo que la mayoría de los clientes como las MIPYMES tiene temor de este tipo de servicios, por lo que la protección de los datos proporcionado por los clientes representa un reto para las Fintech, y están deben dotarse de sistemas capaces de actuar en cualquier circunstancia de pérdida, mal uso o robo de datos, con la finalidad de no perder la confianza de los clientes.

6.9. Contextualización de capítulo a la realidad investigada.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2017), algunos ejemplos de empresas Fintech con éxito en América Latina son:



Figura 14. Imagotipo de Tienda pago

Fuente: Tienda Pago (2019)

Tiene origen en Estados Unidos, sus fundadores son: Dan Cohen y Gabriel Sternberg, y es una plataforma digital que permite a los pequeños comercios en mercados emergentes financiar su inventario semanal de bienes de consumo, creando un ecosistema de pago sin dinero en la cadena de suministro de bienes de consumo. En la actualidad Tienda Pago opera en Venezuela, Perú y México, y tiene contratos firmados con importantes compañías de distribución que operan a nivel nacional. Gracias a Tienda Pago, los comercios pueden comprar todos los productos y aumentar sus ventas y márgenes de beneficio, generar más ingresos y crear un historial crediticio formal. En 2016 Tienda Pago consiguió una ronda de capital liderada por Accion Venture Lab (p. 20).



Figura 15. Logotipo de kubo financiero

Fuente: Kubo (2019)

Su origen es México, fundada por Vicente Fenoll, Alfredo Acevedo y Rogelio Monroy, es la primera comunidad online de servicios financieros entre personas en México (“peer to peer lending”) y la primera en América Latina que es autorizada y regulada por la autoridad financiera (Comisión Nacional Bancaria y de Valores en México). Es una plataforma donde solicitantes de crédito con buen historial crediticio obtienen mejores condiciones de tasa de interés y plazos, mientras que los inversionistas que prestan a los acreditados obtienen mejores rendimientos por sus inversiones. Actualmente kubo.financiero cuenta con una tasa de interés anual promedio del 30.26%, ha otorgado 6,729 préstamos (\$159 millones de pesos mexicanos), tiene 6,616 clientes y crece a un 300% por año. En su ronda Serie A, la startup levantó 7.5 millones de USD que se invertirán en estrategias de mercadotecnia para captar más clientes, fortalecer tecnológicamente toda la plataforma, lanzar nuevos productos, sumar pagos electrónicos, pagos de servicios y alianzas con compañías de seguros (p. 23).



Figura 16. Isologo de RootStock

Fuente: RSK (2019)

Argentina es el país de origen, sus fundadores son: Diego Gutiérrez Zaldívar y Sergio Lerner, y es una plataforma descentralizada de contratos inteligentes asegurada por la red Bitcoin.

El objetivo de RSK es añadir valor y funcionalidad a la red de Bitcoin a través de la implementación de contratos inteligentes, pagos instantáneos y mayor escalabilidad. Sergio Lerner, Chief Scientist y co-fundador de RSK afirma que la máquina virtual es seis veces más rápida que la de su competidor, Ethereum. El pasado marzo de 2016 RSK anunció que consiguió levantar \$1 millón de USD para desarrollar su plataforma, en una ronda liderada por Bitmain Technology, el mayor productor de minería hardware de bitcoin del mundo, Consilium, una firma líder de Blockchain y Digital Currency Group, el exitoso grupo inversor neoyorquino. Esta financiación permitirá a RSK Labs expandir su presencia actual en Latinoamérica hacia Asia, Europa y Estados Unidos con el objetivo de alcanzar la inclusión financiera a quienes hoy se encuentran fuera del sistema financiero tradicional (p. 31).

7. Capítulo III. Tendencias o perspectivas de las Fintech en El Salvador para las Micros, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES).

7.1. Perspectivas de las Fintech en El Salvador para las MIPYMES

Dado el esfuerzo en temas de inclusión financiera El Salvador ha iniciado a dar pasos para regular la industria Fintech, la cual incluye el uso de nuevas formas de tecnología financiera como: pagos y transacciones con dinero virtual, bancos virtuales, entre otros; pero las Fintech aún no están operando como tales, por lo que el BCR y la SSF están tratando de estar actualizados con el desarrollo de la industria de tecnología financiera. Uno de los grandes desafíos es la creación de una ley para la regulación específica para Fintech, la cual indique el marco normativo de creación, desarrollo y operación de las Fintech.

Las Fintech son una tendencia mundial que los países están adoptando, por lo que también El Salvador busca estar a la vanguardia e implementarlas para el futuro por ser una forma de hacer transacción por las MIPYMES. Es por ello que existen startup Fintech (empresas Fintech en su etapa inicial). De acuerdo a la Asociación ASAFINTECH¹⁸ existen al menos 7 empresas Fintech en El Salvador, dentro de las cuales están: FIADO, LEVERANS, CREDI CLOUD, entre otras, de las cuales hasta el momento de investigación de este documento no están operando como tal, sino que están en la etapa de conocer al mercado y desarrollo.

No obstante, de acuerdo a las nuevas tendencias se tienen perspectivas del funcionamiento de las Fintech en El Salvador, como las que se indican a continuación:

7.1.1. Plataformas de Financiación alternativa.

En El Salvador se consideró como ejemplo la Fintech FIADO APP, la cual opera como una plataforma de herramientas tecnológicas en el rubro de las tecnologías de la información y la

¹⁸ Asociación Salvadoreña de Tecnología Financiera.

comunicación, que a través de sus herramientas tecnológicas permite que terceros puedan conceder préstamos a los usuarios.



Figura 17. Logotipo de fiado

Fuente: Facebook (2020)

FIADO APP es una Fintech que utiliza una aplicación móvil, que no requiere de un largo proceso de aprobación, en la cual solo se debe elegir la cantidad de dinero a prestar y el tiempo para el pago del préstamo y luego la aplicación calcula la cuota mensual a pagar. El retiro del efectivo se hace en puntos de servicios autorizados. Además, la información se resguarda en servidores cumplen con estándares de seguridad ISO/IEC 27001:2013, PCI-DSS, PII e HIPAA.

7.1.2. Récord crediticio.

Las Fintech dedicadas a la utilización de datos alternativos para la obtención de récord crediticios aún no operan en El Salvador, pero se consideran como ejemplos a LenddoEFL y Verde Internacional, pues son Fintech que a nivel internacional brindan servicios digitales de recopilación y análisis de información financiera.



Figura 18. Imagotipo de Lenddo

Fuente: Facebook (2019)

Es una Fintech que utiliza datos alternativos para su análisis y toma de decisiones, mediante la creación, recopilación y análisis de una amplia gama de fuentes como: teléfonos móviles, huella digital y psicométricos, evalúan el riesgo crediticio de cualquier persona. Además, de brindar servicios de puntuación de créditos derivado de datos sociales y comportamiento en línea del cliente y la verificación de identidad para evitar el riesgo de fraude



Figura 19. Isologo de Verde International

Fuente: Verdeintl (2020)

Es una Fintech que facilita herramientas para bancos e instituciones de créditos utilizando buros históricos de créditos, datos macroeconómicos u otras fuentes como pagos de energía eléctrica, para generar una búsqueda avanzada de la información crediticia.

La utilización de los factores anteriores para la obtención de información crediticia mejora la exactitud de las calificaciones tradicionales, aumentando la tasa de aceptación de créditos.

7.1.3. Aplicaciones para pagos.

En el mercado financiero salvadoreño se encuentran Fintech dedicadas a las transferencias y pagos totalmente digitales, como por ejemplo: Wompi, Pagadito, Pulpo pagos y PayWay, estas últimas tres están afiliadas a ASAFINTECH.

Además, este tipo de Fintech debe apegarse a las leyes y normas establecidas en el país, como por ejemplo: el Sistema de Cámaras de Compensación de Transacciones Electrónicas de

Pagos (ACH, por sus siglas en inglés, Automated Clearing House), el cual es un sistema que intercambia las órdenes de pagos entre los participantes de la transacción financiera; ISO 20022, la cual es la norma para el intercambio de información de forma electrónica y ISO/IEC 27001, la cual es la norma que detalla los requisitos para la gestión de la seguridad de la información.



Figura 20. Logotipo de Wompi

Fuente: Wompi (2020)

Es una Fintech que opera como pasarela de pago, en la cual a través de un link generado en la página se le envía al cliente para la realización del pago el cual es únicamente por medio de tarjeta de crédito y débito. Este servicio es de gran apoyo para las MIPYMES, ya que minimiza el tiempo de pago y cobro por tan solo una pequeña comisión del 2.5%.



Figura 21. Isologo de Pagadito

Fuente: Pagadito (2020)

Es una Fintech de tipo pasarela de pagos presente en 9 países, que brinda servicios de pasarela de pago como por ejemplo transferencias de dinero; pagos en línea donde se podrán recibir los pagos por las ventas en redes sociales; facturación electrónica; cobros por medio de correo electrónico; envío de links de pagos a los clientes y retiros bancarios en bancos locales.

Pagadito es una plataforma con un modelo seguro y confiable pues están certificados con PCD DSS, Nivel 1.



Figura 22. Imagotipo de Pulpo Pagos

Fuente: Pulpo Pagos (2020)

Esta Fintech es de tipo pasarela de pagos, ya que los clientes transfieren su dinero por diferentes medios como supermercados, farmacias y puntos AKI pago en todo El Salvador. Las MIPYMES reciben el dinero a través de una cuenta bancaria o Tigo Money. Esta Fintech es ideal para los emprendedores y comerciantes del sector formal e informal, ya que el registro es gratis, no cobran membresía, el pago por cada transacción es del 3% más IVA, los pagos se reciben de forma remota, fácil y sin papeleos, no es necesario contar con una página web, es compatible con las redes sociales, Facebook, Whatsapp e Instagram.



Figura 23. Logotipo de PayWay

Fuente: Pay Way (2020)

Es una Fintech medio de pago, que ofrecer servicios de integración y automatización de pagos a través de la interacción de sus servicios con los instrumentos de pago ya existentes y los sistemas informáticos de los clientes, cuenta con más de 15 empresas afiliadas y en todas se ha contribuido al incremento de pago por suscripción, efectividad en el cobro y reducción de mora.

Los productos y servicios que ofrecen son: el PayWay subscription, el cual es un sistema de suscripción y procesamientos de cargos automáticos y el PayWay one, este es el sistema de

pago virtual diseñado para ser adaptados a los sitios web de los comercios afiliados, el cual incluye un canal de pagos para promover e impulsar sus ventas en línea

7.1.4. Gestión de finanzas empresariales.

El tipo de Fintech dedicada a la gestión de finanzas empresariales aún no opera en el mercado salvadoreño, pero se considera como ejemplo a la Fintech Soluciones Alegra S.A.S.



Figura 24. Imagotipo de Alegra

Fuente: Alegra (2020)

Es un Fintech dedicada a la realización de factura mediante un sistema de facturación; a la administración dentro de la cual organiza y controla los inventarios, controla y administra los gastos, ordena información de clientes y proveedores y brinda reportes en tiempo real; y a la contabilidad con la que controla y concilia las cuentas bancarias. Todo esto para tener una buena administración y crecimiento de las MIPYMES que hagan uso de ellas.

7.1.5. Asesoramiento y gestión patrimonial.

En el mercado financiero salvadoreño operan Fintech dedicadas al asesoramiento patrimonial, como por ejemplo: AML consulting la cual además está afiliada a ASAFINTECH.



Figura 25. Logotipo de AML Consulting

Fuente: amlconsulting (2020)

Esta Fintech es de tipo de asesoramientos, ya que brindan asesorías en materia de prevención del Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, además otorgan acceso a bases de listas de cautela, de personas expuestas políticamente, sanciones internacionales, ayudan a reducir tiempos, agilizar procesos de análisis, fortalecer la seguridad de la información resguardada, asimismo, cuentan con un centro de formación especializados en programas de antilavado de activos, gobiernos corporativos y gestión integral de riesgos, cuenta con más de diez años de experiencia brindando asesorías de programas de cumplimiento en Instituciones del sistema financiero y no financiero del país.

7.1.6. Negociación de activos financieros y mercado de valores.

Las Fintech dedicadas a la negociación de activos financieros y el mercado de valores aún no operan en El Salvador, pero se considera como ejemplo a la Fintech Robinhood Financial LLC.



Figura 26. Imagotipo de Robinhood

Fuente: Robinhood (2020)

Es una Fintech que permite la negociación de acciones de forma digital con costos cero, además el uso de la plataforma es amigable, tanto para los principiantes como para los expertos. Esta Fintech ofrece una variedad de productos financieros a bajos costos y sin comisiones

7.1.7. Tecnologías para instituciones financieras.

Las Fintech dedicadas a brindar servicios tecnológicos a instituciones financieras aún no operan en El Salvador, pero se considera como ejemplo a la Fintech FACEPHI BIOMETRÍA S.A., la cual la adaptado sus protocolos y políticas según la Ley orgánica 3/2018 sobre la protección de datos personales y garantía de los derechos digitales y el Reglamento (UE) 2016/679.



Figura 27. Isologo de FacePhi

Fuente: FACEPHI (2020)

Es una empresa dedicada a brindar tecnologías de Reconocimiento Facial y Biometrías móviles al sector financiero, el producto es utilizado por los bancos y las empresas Fintech. La utilización de estas tecnologías proporciona ahorros, atraen clientes y fideliza a los ya existentes debido a la implementación de la seguridad en las transacciones.

7.1.8. Sistema bancario digital.

La Fintech UNI es un ejemplo de empresa dedicada a las transacciones interbancarias de forma digital que opera en el mercado salvadoreño.



Figura 28. Isotipo de UNI

Fuente: uni (2020)

Brinda servicio de Transferencias entre los diferentes bancos del sistema financiero de la red de la Asociación Bancaria Salvadoreña (Abansa), en la cual las transferencias se realizan por medio de las aplicaciones o banca en línea de cada banco afiliado. Uni envía el contrato al banco o institución que recibirá la transferencia para que sea aprobado y se realizarán solamente las que no se puedan procesar. Las transacciones son realizadas en el corto plazo entre dos a cinco horas en días hábiles.

7.1.9. Seguros.

En el mercado financiero salvadoreño se encuentran Insurtech dedicadas al sector seguros, como por ejemplo: Pulpo Life BECP Ventures, Inc., la cual está afiliada a ASAFINTECH



Figura 29. Imagotipo de Pulpo Life

Fuente: Pulpo Life (2020)

Es un Fintech Insurtech con cobertura en todo El Salvador, cuyos planes de asistencia están diseñados para reducir el gasto en salud de toda la familia, mascotas y atención médica en casa, ya que ofrecen una solución para recibir las consultas sin salir de casa. Los productos de esta Fintech están respaldados por SSF. Los planes de salud que brinda son:

- a) Plan Salud mujer
- b) Plan Salud niños y niñas
- c) Plan Salud familia
- d) Plan Salud adulto mayor
- e) Plan Salud hombre

- f) Plan Salud dental
- g) Seguro de accidentes personales
- h) Seguro de vida

Las Fintech anteriormente mencionadas son de gran ayuda al sector MIPYMES por brindar soluciones a problemas de acceso a financiamiento, como: gestión empresarial, impulsar sus ventas, disminución de costos, obtener liquidez, etc.; a las cuales se les haría difícil acceder a estos servicios si no existieran este tipo de empresas.

7.2. La relación de las Fintech con el Marketing digital

La Fintech es un término que se refiere al uso de tecnologías financieras como una alternativa al sistema financiero tradicional ya que corresponde a servicios financieros online, lo cual no solo por ser digitales, sino que también por crear modelos de negocios innovadores.

De lo anterior la relación con el marketing digital, es que el marketing digital se refiere a la implementación de innovaciones y estrategias en medios digitales. De acuerdo a esto, el marketing digital y las Fintech tienen relación en lo siguiente:

- a) Uso de plataformas digitales: ya que son sitios que almacenan diferentes contenidos de las empresas en internet que puede ser en forma de texto, visuales, audios, videos, etc. y que es utilizado por los usuarios para conocer información sobre la empresa, las cuales pueden ser ejecutables en diferentes sistemas operativos. Por ejemplo: el uso de redes sociales, correo electrónico y páginas web.
- b) Atención al cliente: ya no se espera que los consumidores lleguen a los establecimientos pues de forma virtual se puede llegar en cualquier momento, de forma más rápida, eficiente y con un mayor alcance al consumidor. Por ejemplo: la atención al consumidor 24/7, la disponibilidad de la información y rápida resolución.
- c) Creatividad e innovación: ambos buscan llegar a nichos que no han sido cubiertos, aportando transparencia, rapidez y eficacia. Por ejemplo: la forma de comunicarse con

el consumidor, la forma de presentarle la información al consumidor y la creación de nuevos servicios.

- d) Uso de base de datos: ayuda a hacer un análisis de los consumidores para satisfacer sus necesidades de productos y/o servicios con mayor precisión. Por ejemplo: saber que productos ofrecer de acuerdo a la información del segmento.
- e) Utilización de aparatos digitales y aplicaciones: el aporte de valor que otorga al consumidor creando una relación de confianza por ofrecer al cliente lo que necesita en el momento idóneo. Por ejemplo: uso de aplicaciones para móviles, tablet y computadoras.
- f) Implementación de tecnologías de inteligencia artificial: el uso de tecnología artificial que interactúe con el consumidor para crear una experiencia satisfactoria de atención al consumidor. Por ejemplo: el uso de chatbot para atender solicitudes y consultas de los consumidores.

Según un estudio realizado sobre redes sociales por Analitika (2018), se constata que, existe relación del marketing digital y las Fintech, ya que dicho estudio destaca que las empresas deben utilizar las redes sociales para aumentar su visibilidad, mejorar la atención al cliente, mantener su imagen y posicionamiento, fidelizar a los consumidores, entre otras, las cuales son parte del marketing digital y que deberían ser parte de las Fintech por ser puramente digitales.

Es importante indicar que existen estándares internacionales en regulación del Sistema Financiero y que son aplicables a las Fintech como lo son los acuerdos de Basilea, por lo que debido a la emisión de nuevas normas requiere en muchos casos de la modificación de ciertas leyes como por ejemplo la Ley de Bancos, así como también realizar cambios en procesos de Gobiernos Corporativos, es decir realizar modificaciones en las estructuras organizacionales de las entidades encargadas de la supervisión como el caso del BCR, las cuales tienen que estar acorde a los estándares de Basilea.

7.3. Análisis teórico

Todos estos esfuerzos tienen como resultado la inclusión financiera para las MIPYMES, pues se traza el camino para que las empresas Fintech desarrollen sus actividades en El Salvador, logrando trasladar el sistema financiero tradicional a una era digital.

El desarrollo de las actividades de las Fintech se traduce para las MIPYMES como nuevos servicios que facilitan los trámites bancarios ahorrando tiempo y costos.

En la actualidad en El Salvador existen startups Fintech que son empresas en su etapa inicial con una variedad de líneas de negocios como: pagos, transferencias, préstamos, insurtech, regtech, entre otras, a pesar de no existir aún una ley para la regulación específica de las Fintech se vuelve un desafío para el BCR realizar las regulaciones con un marco normativo para su desarrollo. Es por ello, que las Fintech son una gran propuesta para las MIPYMES, pues cada vez más los mercados se vuelven digitales.

Por lo anterior hacer uso de una empresa Fintech abre un abanico de posibilidades para las MIPYMES, pues su variedad de líneas de negocios, cubren la mayoría de necesidades financieras de las MIPYMES, como en el uso de las tecnologías para la gestión y el asesoramiento patrimonial con la Fintech AML consulting que brinda asesoría en prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo; las pasarelas de pagos como Pagadito, Wompi, Pulpo Pagos y PayWay; gestión de seguros como Pulpo Life; etc.

Las MIPYMES se enfrentan a restricciones o barreras para acceder a un crédito en sistema bancario tradicional por lo que las Fintech pueden ser otra opción ya que a través de plataformas digitales pueden ser utilizadas por cualquier empresa sin importar las condiciones de esta.

El uso de plataformas digitales como medios para almacenar y difundir información de las empresas, la atención personalizada de los clientes en tiempo real, la facilidad para crear nuevos productos y servicios mediante el análisis de bases de datos y respuestas de los usuarios y el uso

de aparatos digitales, inteligencia artificial y aplicaciones, son algunas relaciones que tienen las Fintech con el Marketing digital y que sirven para que las MIPYMES implementen estrategias en medios digitales.

Las MIPYMES buscan liquidez, pero es difícil que esta sea atendida de forma rápida por el sistema bancario tradicional, por lo cual las Fintech han tomado en cuenta esta oportunidad para atender este tipo de necesidades y por ser pequeñas cantidades de dinero brindan estos microcréditos de formas rápida, así mismo el tipo de interés puede variar por ser capital propio de las Fintech.

7.4. Contextualización de capítulo a la realidad investigada.

En El Salvador algunos bancos del sistema financiero cuentan con una plataforma en línea para realizar diversas transacciones como es el caso del Banco Agrícola con su banca en línea y la aplicación banca móvil; dichas plataformas pueden ser utilizadas con dispositivos móviles y/o computadoras para realizar diferentes transacciones bancarias, de forma accesible y segura desde cualquier lugar.

En Banco Agrícola, por medio de su banca en línea y la aplicación banca móvil, se pueden realizar las siguientes transacciones, pago de servicios, apertura de cuenta de ahorro cuenta fácil, realizar transferencias, cobro de remesa, ahorro programado, solicitar productos pre aprobados, transferencias QR, notificación de viajero, transferencias UNI, retiro de efectivo sin tarjeta, pagos de servicios y recarga a celulares.

Además, en El Salvador está constituida la asociación ASAFINTECH la cual es una red activa que apoya las empresas Fintech, en la cual cuenta con un banco aliado como el Banco Atlántida, por parte del gobierno se tiene de aliado al Banco Central de Reserva, a diferentes organismos de cooperación y a universidades como la ESEN. Por ser la única asociación constituida en El Salvador se han tomado como referencia las Fintech miembros de esta asociación, y tiene como principales líneas de negocios pagos digitales, préstamos, insurtech y regtech, las

cuales tienen varios años de operar y otras tienen poco tiempo. Todas las empresas Fintech cumplen con las leyes actuales de El Salvador que corresponden con su rubro:



Figura 30. Isologo de Yo Vendo Recarga

Fuente: Yo Vendo Recarga (2017)

Es una multiplataforma dedicada a brindar servicios en línea de recarga por medio de la app, de las operadoras telefónicas claro, Digicel, Movistar y Tigo en El Salvador. YoVendoRecarga, es parte de GlobalPay la cual con base en economía colaborativa en donde el usuario utiliza el teléfono que ya posee para ponerlo a trabajar realizando la descarga de la aplicación la cual está disponible para Android e IOS, esta aplicación se diseñó para que los usuarios pudieran comprar saldo de una forma más fácil y rápida, por medio del uso de un teléfono inteligente, asimismo GlobalPay cuenta con páginas web para recibir pagos y recargas a nivel nacional o de salvadoreños en el exterior, la cual se llama paga-todo.com y cuenta con mil vendedores y 350 puntos de venta.

Esta plataforma está diseñada para que pueda ser utilizada por cualquier persona que cuente con un negocio como tiendas de conveniencia, restaurantes, comedores, entre otras; así como también para estudiantes que desean emprender y generar ingresos extras, ya que para registrarse en la aplicación solo se necesita ser mayor de edad. Dentro de los beneficios se puede mencionar hasta un 5% de comisión por cada monto depositado.

8. Conclusiones

En El Salvador las MIPYMES son el motor de la economía por ser más del 95% de las empresas, no obstante tienen muchas barreras para el acceso a créditos y/o financiamiento por parte del sistema bancario tradicional, debido al alto nivel de endeudamiento, a no tener un récord crediticio, a que algunas no cuentan con contabilidad formal, por falta de garantías, etc., por lo cual se ven obligadas a buscar otras fuentes de financiamiento a alto interés en el sector informal.

Más del 38% de las MIPYMES no hacen uso del marketing y carecen de un plan de negocio, así como también no cuentan con conocimientos de uso de plataformas digitales, es por ello que no logran llegar a otros nichos de mercados y expandirse. Por lo que es importante que las MIPYMES implementen el uso de plataformas tecnológicas para adaptarse a las tendencias digitales.

Con la gestión realizada por el Banco Central de Reserva, como institución encargada de formular, analizar, evaluar y velar la ejecución de políticas públicas del sector financiero, se aprobaron dos Leyes importantes como son: la Ley de Comercio Electrónico y la Ley de Firma Electrónica, las cuales permiten a las MIPYMES la implementación del comercio electrónico.

Las MIPYMES encuentran en el uso de las Fintech una diversidad de ámbitos de aplicación, para obtener mayores beneficios a menores costos, como: plataformas de financiación alternativas, plataformas para la verificación del récord crediticio, plataformas de pagos, gestión de finanzas y gestión patrimonial, negociación de activos financieros, uso de tecnologías y sistema bancario digital y plataformas para adquirir seguros.

Al hacer uso de tecnologías las Fintech logran llegar a nichos de mercados que el sistema bancario tradicional no cubre a un 100% por los costos que estos les generan. Las Fintech son de beneficio debido a que los servicios que brindan son más eficientes a costos operativos más bajos, disponibles en tiempo real por medio de cualquier dispositivo móvil, servicios personalizados y plataformas online.

Las Fintech enfrentan varios desafíos para consolidarse y convertirse en una opción adicional para las MIPYMES, como: la obtención de financiación para el funcionamiento de esta, encontrar personal cualificado para la etapa inicial de la Fintech, la adaptabilidad con las generaciones y obtener mecanismos para la seguridad y privacidad de datos, por lo que deben encontrar los medios para solventar los desafíos y generar confianza a las MIPYMES para su utilización.

Las Fintech se relacionan con el Marketing digital en el uso de plataformas digitales, atención al cliente, creatividad e innovación, uso de base de datos, utilización de aparatos digitales y aplicaciones e implementación de tecnologías de inteligencia artificial; por ende, son de beneficio para las MIPYMES, debido a que con el uso de tecnologías se alcanzan mayores clientes.

9. Glosario

Bancarización: el grado y el nivel de uso de productos y servicios bancarios dentro de la economía de una población específica y también se relacionan con la facilidad de acceso, penetración económica y nivel de utilización de recursos por parte de la población

Bitcoin: Se trata de dinero electrónico (virtual) y no oficial que puede utilizarse como medio de intercambio en operaciones comerciales

Criptomoneda: moneda digital producida por una red pública en lugar de cualquier gobierno, que utiliza la criptografía para asegurar que los pagos se envían y reciben de forma segura.

Financiamiento: el mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores

Finanzas empresariales: son aquellas que están relacionadas con el análisis y estudio de las variables empresariales que permiten maximizar el valor del accionista. Para ello se toman decisiones de tipo económico a través de diferentes herramientas con la finalidad de crear capital, crecer y adquirir más negocios.

Microcrédito: en economía y finanzas, es la extensión de préstamos muy pequeños a prestatarios pobres que típicamente carecen de un colateral, un empleo fijo o un historial de crédito verificable.

10. Referencias

Alegra (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa].

<https://www.alegra.com/>

AML Consulting. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa].

<https://amlconsulting.com.sv/>

AMP Credit Technologies. (s.f.). *Logotipo y eslogan de la empresa* [Imagen adjunta].

LinkedIn.<https://www.linkedin.com/company/amp-creditech>

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador. (2014, 25 de abril). *Ley de fomento, protección y desarrollo para la micro y pequeña empresa*. Diario Oficial N° 90.

<https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/3F7F7BD6-9F79-459F-8793-A059A8D79744.pdf>

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador. (2019, 31 de octubre). Ley de comercio electrónico. Diario Oficial N° 27. <https://www.diariooficial.gob.sv/diarios/do-2020/02-febrero/10-02-2020.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). *FINTECH-Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*.

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/FINTECH-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-Caribe.pdf>

Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. (2018). *Fintech en el mundo la revolución digital de las finanzas ha llegado a México*. <https://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Fintech.pdf>

Banco Central de Reserva de El Salvador. (2019). *Memoria de labores 2019* (ejercicio 86). <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/480907844.pdf>

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2008). *Plan Operativo Anual enero 2008*. <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/conamype/documents/plan-operativo-anual>

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña empresa. (2017). *Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa 2017*. <https://www.conamype.gob.sv/download/encuesta-nacional-de-la-mype-2017/>

Dini, M. & Stumpo, G. (2018). *MIPYMES en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf

EL COMITÉ COORDINADOR. (1997). *El libro blanco de la micro empresa*. http://redmujeres.org/wp-content/uploads/2019/02/libro_blanco_microempresa.pdf

FacePhi. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa]. <https://www.facephi.com/es/>

Fiado App. (27 de abril de 2020). Logotipo y eslogan de la empresa [*Imagen adjunta*]. Facebook. <https://www.facebook.com/104823894505076/photos/a.104823941171738/127016335619165/>

Fundación para la Innovación Financiera y la Economía Digital, Asociación Española de Financieros de Empresa & Accenture. (2020). *Análisis de los servicios fintech en medios de pagos internacionales*. https://static1.squarespace.com/static/58f5c0f729687f87762e115c/t/5ef09044b2f7643f149a096a/1592823879365/fifed_fintech_report_2020.pdf

Kubo Financiero. (1 de octubre de 2019). *Logotipo de la empresa* [Imagen adjunta]. Facebook.

<https://www.facebook.com/kubofinanciero/photos/a.321507504572467/25408440426387>

[91](#)

Lenddo EFL. (03 de junio de 2019). *Isotipo de la empresa* [Imagen adjunta]. Facebook.

<https://www.facebook.com/LenddoEFL/photos/a.1625445797731946/241409677886684>

[0/](#)

Pagadito (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa].

<https://pagoseguro.pagadito.com/2018/12/26/tarifas-y-comisiones-pagadito-pagos-en-linea/>

PayWay (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa].

<https://www.payway.sv/site/>

Pulpo Life. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa].

<https://www.pulpo.life/>

Pulpo pagos (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa].

<https://dashboard.pulpopagos.com/register>

Recinos, I. (2011). *El apoyo del estado a las micro y pequeñas empresas de El Salvador. Caso: programa de dotación de calzado escolar en el departamento de San Vicente*. [Trabajo de grado, Universidad de El Salvador]. Repositorio Institucional de la Universidad de El Salvador.

http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/1017/1/El_Apoyo_del_Estado_a_las_MYPES_de_E._S..pdf

Robinhood. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa]. <https://robinhood.com/us/en/>

Rootstock. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa]. <https://www.rsk.co/>

Sistema Financiero y Tecnologías: La era de las Fintechs, 3-4.
[https://www.bcr.gob.sv/regulaciones/documentos/Sistema Financiero y Tecnologias La Era de las Fintechs.pdf](https://www.bcr.gob.sv/regulaciones/documentos/Sistema_Financiero_y_Tecnologias_La_Era_de_las_Fintechs.pdf)

Ruiz, S. (2013). *La empresa pequeña. El Salvador Coyuntura Económica*, 1(2), pp. 31-33.
<http://revistas.ues.edu.sv/index.php/coyunec/article/view/427/359>

Tienda pago. (2019). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa]. <https://www.tiendapago.com/>

UNI. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa]. <http://uni.com.sv/>

Verde International. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa]. <https://verdeintl.com/#/home>

Wompi. (2020). [Sitio web donde se muestra la información de la empresa]. <https://wompi.sv/>

Yo Vendo Recarga. (18 de enero de 2017). *Isotipo de la empresa* [Imagen adjunta]. Facebook.
<https://www.facebook.com/yovendorecarga/photos/a.1644295299189716/1924784724474104>