

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



**“TECNOLOGÍA FINANCIERA, APOYO AL INCREMENTO DE VENTAS EN
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL SALVADOR”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

**ANGEL CAMPOS, DAYSI MARLENE
PERAZA MARTÍNEZ, KARLA VANESSA
VAQUERO HERNÁNDEZ, BRENDA SARAÍ**

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

**MARZO DE 2022
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADÉMICO: PDH. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL: MSC. 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:** MAF. 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. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
TRIBUNAL EVALUADOR: LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
LIC. DANIEL MAURICIO VILLACORTA
LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA

MARZO DE 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia quiero agradecer a Dios y a la Virgen de Guadalupe por ser mi guía e iluminarme para poder terminar un logro tan importante en mi vida. Agradezco a mis padres, por su amor y apoyo incondicional. A mi hermana y mi novio, por siempre motivarme a seguir adelante cuando sentía que no podía y por confiar en mí, también agradezco a los docentes de la Universidad de El Salvador por ser mis mentores en la carrera. Y finalmente y no menos importante a mis amigas y compañeras de tesis por haber luchado juntas en cada etapa de este trabajo y apoyarnos en todo y lograr juntas un peldaño más en nuestras vidas.

Daysi Marlene Angel Campos

Agradezco a Dios principalmente por iluminar mis pasos, fortalecer mi carácter y darme la sabiduría necesaria para continuar mis estudios. A mi madre y a mi padre por su sacrificio para apoyarme y animarme a seguir adelante, por sus consejos y apoyo, ellos han sido mi roca; a mi hermana por ser mi apoyo incondicional; a mis compañeras de trabajo de graduación por su motivación, paciencia y amistad en todo el proceso; a mis amigos y a los docentes y asesores de la Universidad de El Salvador por su motivación a seguir adelante compartiendo su conocimiento.

Karla Vanessa Peraza Martínez

Quiero expresar mi agradecimiento a Dios y María Auxiliadora, por ser los principales pilares, quien con sus bendiciones llenan siempre mi vida y la de toda mi familia. A mis padres, Ana Hernández y Fredi Pocasangre por todo su amor, su fe y apoyo incondicional en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida. Gracias a mis hermanos, que siempre me han motivado en los momentos difíciles de esta carrera. Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades que hacen de la Universidad de El Salvador una excelente alma mater. A mis amigas Daysi y Karla por ser parte de este logro que culminamos.

Brenda Saraí Vaquero Hernández

INDICE

CONTENIDO	Nº
INFORME EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
Capítulo 1 Planteamiento del problema y marco teórico.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Descripción del problema.	1
1.1.2. Delimitación de la investigación.....	1
1.2. Objetivos de investigación	2
1.2.1. General.....	2
1.2.2. Específicos	2
1.3. Marco teórico	3
1.3.1. Impacto del COVID-19 en las ventas de las PYMES.....	3
1.3.2. Tecnologías financieras	12
1.3.3. Adaptabilidad de las tecnologías financieras en PYMES durante y después del COVID-19.....	26
Capítulo 2 Metodología de la investigación	36
2.1. Método de investigación	36
2.1.1. Enfoque de investigación.....	36

2.2. Tipo de estudio	36
2.2.1. De acuerdo al objetivo de investigación	36
2.2.2. Según el alcance.....	36
2.3. Unidad de análisis	36
2.4. Diagnóstico y análisis de la información	37
Capítulo 3 Aporte de la investigación.....	41
3.1. Análisis teórico y contextualización a la realidad investigada.....	41
3.2. Conclusiones	48
3.3. Recomendaciones.....	49
GLOSARIO	50
REFERENCIAS.....	56
ANEXOS	59

INFORME EJECUTIVO

Durante los últimos años ha tomado auge la implementación de las tecnologías financieras llamadas o conocidas como fintech (anglicismo derivado de la palabra financial technologies), como parte de la innovación de las empresas, algunos autores mencionan que las tecnologías financieras surgieron en los años 70 y marcan el inicio de la era digital o era de la información, que consiste en el acceso y uso de datos para brindar mejores experiencias, lo que cambió la forma de producir bienes y servicios que benefician a la industria en su disminución de costos operativos.

En El Salvador el uso de las tecnologías financieras por parte de los usuarios no fue aceptada de forma inmediata sino durante y después del confinamiento provocado por el SARS-COVID-19 en el año 2020, puesto que limitó la movilidad a los establecimientos de compras, esto generó la necesidad de utilizar plataformas digitales para realizar pagos de servicios y obligaciones financieras, compras sin contacto, etc.

La mayor parte de establecimientos afectados por esta situación fueron las pequeñas y medianas empresas, las cuales se clasifican según su volumen de ventas brutas anuales y el número de colaboradores, en el caso de las Pequeñas empresas sus ventas deben ser mayores al equivalente a 482 salarios mínimos y hasta 4,817 salarios mínimos y poseer hasta 50 trabajadores. La mediana empresa debe generar ventas brutas anuales de hasta \$7 millones y contar con hasta 100 colaboradores. La mayoría de la PYMES se dedican al sector servicios.

A raíz de la cuarentena dictada por la presidencia de la república en marzo de 2020, muchas pequeñas y medianas empresas se vieron obligadas a cerrar operación en algunas sucursales y otra parte tuvo que cerrar completamente, ya que no contaban con un modelo de negocios y recursos adecuados para continuar operando. En el presente trabajo se menciona un caso práctico real de una mediana empresa de franquicias que opera en el país que fue golpeada por esta situación.

La investigación de esta problemática se realizó por el interés de conocer el crecimiento en las ventas de las pequeñas y medianas empresas en El Salvador con la creación e implementación de las tecnologías financieras.

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías financieras (conocidas como fintech anglicismo derivados de la palabra financial technologies) hace referencia a los servicios financieros cuya prestación está ligada a ofrecer soluciones a los usuarios por medio de plataformas digitales, hoy en día proponen oportunidades de modelos empresariales innovadores que ayudan a la inclusión financiera y a competir en el mercado.

Lo que detonó el incremento del uso de las plataformas digitales en el último año (principalmente del área financiera), fue el confinamiento a raíz de la pandemia por SARS COVID-19, se entiende por pandemia al brote epidémico que afecta a varios continentes al mismo tiempo, esto permitió a las empresas ofrecer diversidad de soluciones a los usuarios y consumidores a través de la creación e implementación de estas plataformas.

La presente monografía tiene como propósito mostrar el comportamiento de las ventas en las pequeñas y medianas empresas con la implementación de las fintech en sus modelos de negocios a pesar de la crisis generada por la pandemia COVID-19.

La investigación se desarrolla en 3 capítulos. El capítulo I contiene el planteamiento del problema, la descripción de la problemática, la delimitación, los objetivos y el marco teórico, donde se desarrollan definiciones teóricas relacionadas con el tema de investigación.

En el capítulo II se describe el método de investigación, el enfoque que daremos al estudio, las unidades de análisis que tomaremos de base para la investigación y el diagnóstico y análisis de la investigación, en el que se encuentra la riqueza del capítulo.

Dentro del capítulo III se expone el aporte de la investigación, que detalla el análisis teórico y contextualización a la realidad investigada, así como las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, se presentan los anexos de la investigación.

Capítulo 1 Planteamiento del problema y marco teórico

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Descripción del problema.

Según el Banco Central de Reserva de El Salvador (2021), la tecnología financiera ha impactado grandemente a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), a raíz de la pandemia SARS-COVID19 desde 2020 en el país, su desarrollo se ha incrementado por la facilidad de las operaciones en el sector financiero, lo que ha provocado un alza de las ventas.

En la actualidad los usuarios y consumidores prefieren servicios con mejores experiencias electrónicas para tener acceso a las plataformas digitales desde cualquier lugar para realizar sus transacciones, consultas y pagos.

En el año 2020 los empresarios se adaptaron a la situación por el cierre de varias sucursales de sus negocios, ya que no podían abrir sus puertas a la venta presencial, lo que llevo a que perdieran el miedo a incursionar en ventas en línea por medio de plataformas digitales (WhatsApp, tienda en línea, etc.). La Ley de Inclusión Financiera ha facilitado que personas naturales y jurídicas puedan tener acceso a los servicios financieros que en el art. 1 inciso 1° “Propiciar la inclusión financiera, fomentar la competencia en el sistema financiero, así como reducir costos para los usuarios y clientes del referido sistema, estableciendo las regulaciones mínimas para requisitos de constitución, autorización, operación, capital, garantías y causales de revocatoria de operación de las Sociedades Proveedoras de Dinero Electrónico”.

1.1.2. Delimitación de la investigación

1.1.2.1. *Temporal.*

Basaremos el estudio en informes estadísticos y bibliográficos en el periodo del año 2019 al 2021, para determinar el impacto del COVID 19.

1.1.2.2. Teórica.

Al tratarse de una monografía para la investigación se utilizarán herramientas como la bibliografía disponible en internet, algunos libros digitales del autor Eloi Noya, revistas digitales del Banco Central de Reserva de El Salvador y CONAMYPE, entrevistas a personas del área de innovación financiera y leyes vigentes en el país emitidas por la Superintendencia del Sistema Financiero.

1.2. Objetivos de investigación

1.2.1. General

Analizar el comportamiento de las tecnologías financieras en las operaciones de las pequeñas y medianas empresas en el país, para interpretar el comportamiento de las ventas en la zona metropolitana de San Salvador, durante la situación generada por COVID 19.

1.2.2. Específicos

- Analizar el comportamiento de ventas de las PYMES entre el 2019 y 2020 para evaluar el impacto de la pandemia COVID 19.
- Identificar el impacto de la penetración de las tecnologías financieras en las operaciones comerciales de las PYMES.
- Determinar el grado de adaptación de las tecnologías financieras en los modelos de negocios en las PYMES en El Salvador a través de los comportamientos derivados de la pandemia COVID 19.

1.3. Marco teórico

1.3.1. Impacto del COVID-19 en las ventas de las PYMES

La enfermedad del COVID-19 es causada por el nuevo coronavirus SARS-COV2, que se detectó por primera vez en Wuhan, China, el 01 de diciembre 2019, se transmite por medio de contacto directo por una persona contagiada, que expulse o tosa en superficies y deje el virus, sus síntomas son la tos, fiebre, dolores de garganta, dolores de cabeza, insuficiencia respiratoria, casi igual que a una Neumonía.

Este mortal virus, se propago por todo el mundo excepto en la Antártida, lo cual vino afectar no solo el área de salud, si no también creo una crisis económica y social en todos los países del mundo, por lo que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaro Pandemia mundial el 11 de marzo de 2020.

En El Salvador, el presidente de la Republica Nayib Bukele ordenó cuarentena nacional a partir del 11 de marzo de 2020, restringiendo el bloqueo de todas las entradas al país para no propagar el virus a la población. Esto provocó el cierre de pequeñas y medianas empresas a nivel nacional, las tiendas, teatros, restaurantes, bares etc. cerraron.

La situación provocó que las personas perdieran sus trabajos e ingresos, sin saber cuándo volverían a la normalidad; las empresas que dependen del turismo, tenían hoteles vacíos y playas desiertas.

La pandemia ha hecho visible problemas estructurales del modelo económico y las carencias de los sistemas de protección social y los regímenes de bienestar, en donde los grupos más vulnerables son las mujeres, estratos de ingresos bajos y medio-bajos, trabajadores informales, trabajadoras domésticas remuneradas, niños, niñas y adolescentes (NNA), jóvenes, personas mayores, población rural, pueblos indígenas, afrodescendientes, personas con discapacidad, migrantes y personas en situación de calle. (CEPAL,2020)

Por su lado, el Gobierno de El Salvador tomó diferentes medidas para evitar la propagación del virus como por ejemplo: distanciamiento social y confinamiento obligatorio que se extendió entre los meses de marzo y junio, restricción de la movilidad por parte de la población, situaciones que han orillado al cierre de cadenas de restaurantes tales como The Green House, Skillets, El Pinche, Go Green, Crepe Lovers entre otros negocios que nos brindan productos o servicios de primera necesidad; también insto a que en la medida de lo posible, el personal hagan teletrabajo en los sectores e industrias, entre otras. Estas medidas pusieron en riesgo el funcionamiento de un gran número de empresas, y con ello el fenómeno social de pobreza y desigualdad, según lo menciona la CEPAL, puede hacer que el país esté a punto de enfrentar la mayor crisis en la historia.

Según Novoa (2020) las empresas se vieron afectadas según los sectores de la economía dependiendo su actividad, ya que en ese momento solo se permitían las actividad tales como; la producción y distribución de alimentos, industrias del agua, los farmacéuticos y sus cadenas de distribución, servicios de seguridad, gasolineras, energía eléctrica e instituciones financieras, por tal razón otros sectores se vieron afectados como es el turismo ya que se restringieron las aglomeraciones y lugares públicos para no propagar el virus.

La emergencia por el COVID-19 en las actividades de las empresas salvadoreñas tienen un panorama disuasivo con una negatividad, basado en la investigación dirigida por Guevara Mira del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (ver ilustración 1).

Son pocas las empresas que han logrado realizar ajustes y cambios completos en sus modelos de negocio para acoplarse a la situación económica actual. Si bien es cierto, es muy complicado anticiparse a situaciones como una emergencia de carácter mundial como es la pandemia de COVID-19, las empresas como dinamizadoras de la economía deben prepararse constantemente para responder y adaptarse a las condiciones de cambios continuos del entorno donde prevalece la ley del mercado.

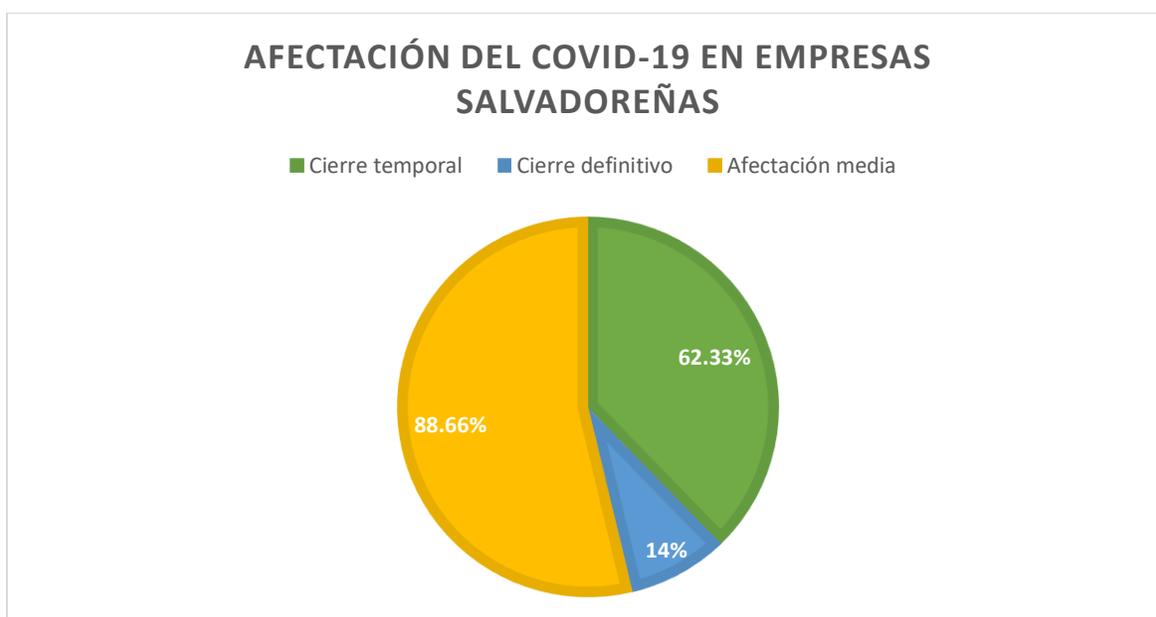


Ilustración 1. Fuente: Elaboración propia con datos de Cartagena, H. B., Pacheco Cruz, E. A., Palacios Chávez, S. E., Tovar Osegueda, D. E. (2020).

Como mencionábamos anteriormente una cadena de restaurantes que decidió cerrar temporalmente por las dificultades que se presentaban en medio de la pandemia fueron: The Green House, Skilllets, Go Green, El Pinche y Crepe Lovers, a través de un comunicado en sus redes sociales declararon: “Nos vemos obligados a cerrar temporalmente, con ingresos casi a cero, nuestras fuerzas se han ido agotando, y por falta de apoyo y claridad de fases de reapertura por parte del Gobierno, y medidas limitadas como la falta de transporte público, hemos alcanzado nuestra etapa insostenible y son oxígeno para continuar con nuestras puertas abiertas”, detalló la empresa en el comunicado. (ver ilustración 2).

También agregaron que tuvieron que adaptarse a las decisiones que se fueron tomando a medida avanzaba la pandemia en el país, pero llegaron al punto en que ya no pueden hacerlo.

Otras empresas que también suspendieron sus labores y cerraron sus puertas fueron las panaderías Ban Ban, La Tecleña, Mister Pan, que se unieron a Pan Sináí para cerrar operaciones. Asimismo, panadería Lido hizo su cierre temporal de su sección de elaboración de pasteles.



El Salvador 

¡Nos despedimos con un hasta pronto!

A partir de este 16 de Mayo, desde el corazón de nuestras cocinas queremos agradecer a todos y cada uno de nuestros apreciados clientes por apoyar nuestras marcas, que desde hace más de 12 años han sido trabajadas por un grupo de 4 mujeres emprendedoras. De igual manera, a nuestros valiosos colaboradores, proveedores, aliados y amigos por todo el apoyo recibido hasta hoy.

Nos vemos obligadas a cerrar temporalmente, con ingresos casi a cero, nuestras fuerzas se han ido agotando, y por la falta de claridad de fases de reapertura en El Salvador, y medidas limitadas como la falta de transporte público, hemos alcanzado una etapa insostenible y sin oxígeno, para continuar con nuestras puertas abiertas.

Respondimos y nos adaptamos a medida todo iba cambiando, pero a pesar de haber puesto nuestro empeño extraordinario, les tenemos que anunciar el cierre temporal de operaciones.

Estamos muy agradecidos por el amor y preferencia hacia nuestras restaurantes, y nos despedimos con la confianza puesta en Dios y Nuestra Santísima Virgen, que regresaremos tan pronto escuchemos los planes de un futuro más claro.

#FuerzaRestaurantes #JuntosSaldremosAdelante

The Green House SKILLETS **EL PINCHE**
El Salvador  

Ilustración 2. Fuente: Publicación del 15 de mayo de 2020 en plataforma Instagram. Tomado de la red social oficial de Restaurante El Pinche.

La situación en ese momento sobre las ventas no era muy favorable, según estudio elaborado en el año 2020 por la universidad Jose Simeon Cañas, hubo más de 50% de empresas que se encontraban activas en lo que iba del 2020 que afirmaron haber sentido una disminución considerable de sus ventas, por debajo de su promedio mensual. Las empresas no estaban positivas en cuanto a sus proyecciones, veían un 50% en sus estimaciones de sus ventas en los próximos meses.

Con respecto a las demás obligaciones y la incertidumbre de liquidez a corto plazo, el cumplimiento de los pagos de los compromisos adquiridos para el funcionamiento de las empresas, entre los meses de mayo y junio de 2020, estuvieron en serias dificultades. Sin embargo, en la

mayoría de los casos mostraron optimismo al proyectarse a más de seis meses, considerando que la situación de confinamiento finalizaría pronto y que regresarían a sus actividades.

El Salvador presentó la mayor reducción en la actividad económica y las exportaciones, comparado con los países de Centroamérica según la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES). Ya que las políticas públicas implementadas en el país, deterioraron más profundamente la actividad productiva y el empleo, comparado con la región. El COVID-19 golpeó a todos los países; en la medida que pasaban los meses se pudieron ir evaluando la calidad, eficacia y los acuerdos que se tomaron frente a la crisis, para enfrentar adecuada o inadecuadamente la pandemia. Hasta julio del 2020, 229 empresas –el mayor número en la década– dejaron de exportar, principalmente pequeñas y microempresas (PYME); será importante impulsar planes de apoyo para evitar mayores pérdidas (Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, 2020, pág. 14)

La Cámara de Comercio e Industrias de El Salvador (CAMARASAL) realizó una encuesta entre sus socios en el periodo del 17 al 23 de marzo del 2020, las cuales fueron 301 empresas consultadas de los sectores comercio, industria y servicio, siendo 44% son microempresas, 32% pequeñas empresas y el resto son medias y grandes empresas (Ver ilustración 3). El 85% tuvo una reducción en sus ventas, así como también una de cada dos empresas consultadas sufrió una reducción en sus ventas mayor a 50% y algunos hasta del 75%.

Según CAMARASAL las ventas por la pandemia en la mayoría de empresas del país sufrieron una gran caída, por las medidas que se optaron por el gobierno salvadoreño.

El presidente de la gremial, Jorge Hasbun, comentó que para ese año fue difícil que la economía incrementara y que posiblemente los diferentes sectores tuvieran ingresos parcialmente a cero, como es el caso del turismo.

"Se va a hacer una nueva encuesta, hay empresas que quizás les había bajado 75 % su actividad y ahora les habrá bajado 100 %, es decir estarán a cero. La CAMARASAL representa

2,500 empresas, 90 % de estas son micro, pequeñas y medianas, la MIPYME, de todos los sectores y en toda la República", dijo Hasbún.

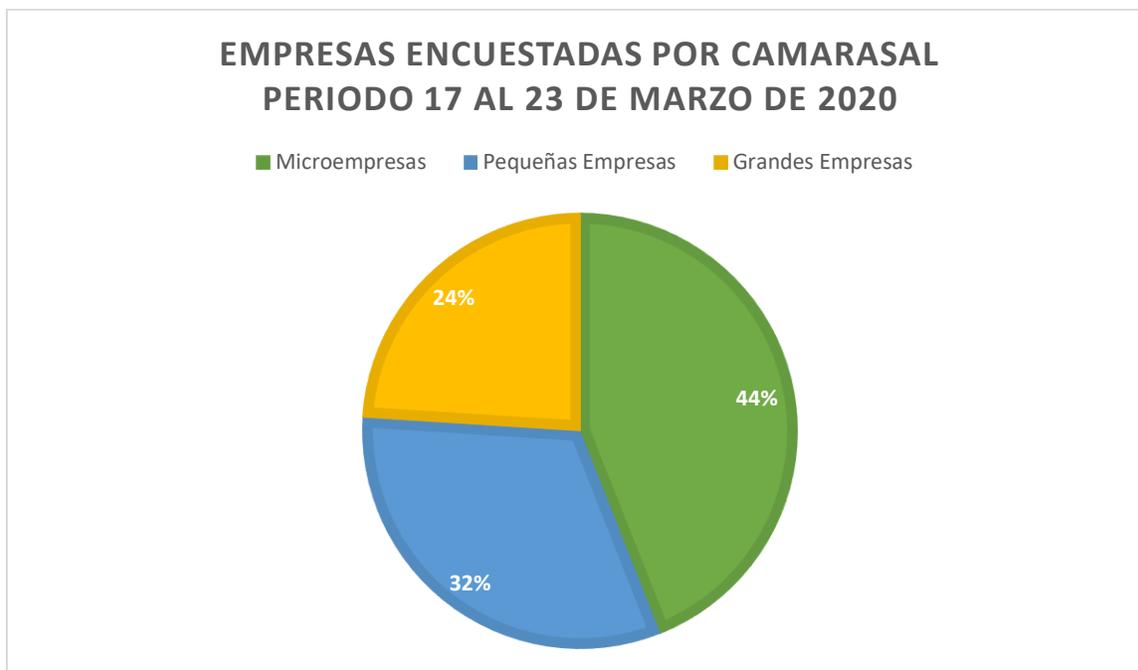


Ilustración 3. Fuente: Elaboración Propia con datos de CAMARASAL (2020)

A partir del 2021, la Federación de Cámaras de Comercio de Centroamérica (FECAMCO) llevó a cabo, a través de sus seis Cámaras de Comercio integrantes, una encuesta entre el 15 de enero al 28 de febrero de 2021, donde el 71% de las empresas encuestadas indicó que en relación con el 2019 había tenido pérdidas que ascienden a US\$321 millones, lo que significa que en promedio cada negocio dejó de percibir cerca del US\$415 mil. Mientras que, un 29% de los encuestados indicó ganancias que totalizan US\$94 millones; lo que en promedio representa US\$327 mil por empresa.

“La encuesta reafirma el impacto negativo que ha tenido el manejo económico de la crisis en la región; ya que como consecuencia de la pandemia nuestras empresas reportan que un 30% de los empleos que generaban fueron suspendidos o perdidos también producto de cierres y

restricciones de movilidad”, señaló Raúl Delvalle, presidente de FECAMCO en una entrevista realizada por el periódico digital elsalvador.com el 10 de marzo de 2021.

Asimismo, los efectos de la pandemia incrementaron los compromisos financieros de un 51% del total de los encuestados por FECAMCO; a su vez que el 37% logró concretar alguna negociación con la banca para sobrellevar las deudas. El 48% de las empresas que lograron dicho acuerdo fue para aumentar los plazos de pago de los compromisos y un 35% obtuvo opciones de refinanciamiento. El 52% de los encuestados indicaron que la oferta crediticia no se apegaba a las necesidades generadas por la pandemia.

Dicha encuesta también dio como resultados interesantes en relación con el e-commerce. El 44% de las empresas encuestadas se vieron obligadas a utilizar esta herramienta para operar durante la pandemia y solo un 32% ya lo hacía desde antes de la pandemia.

Existen tres principales dificultades en la implementación del e-commerce que plantearon las empresas tales como: poco tráfico, dificultad para ampliar las formas de pagos y falta de conocimientos técnicos. Mientras que los tres principales beneficios fueron: mejor posicionamiento digital, mayor conocimiento del comportamiento de los clientes y el incremento en ventas.

Por otra parte, el Gobierno del presidente Nayib Bukele, anunció un plan económico con apoyo crediticio para el sector empresarial y que ayudara a los sectores más vulnerables afectados por el COVID-19 en la economía. “Es una propuesta para la reactivación de la economía, principalmente determinada para los micro, pequeños y medianos empresarios que por causas de la crisis han tenido pérdidas económicas”, detalló el ministro de Hacienda de El Salvador, Nelson Fuentes en una conferencia de prensa en abril de 2020.

La propuesta se presentó a la Asamblea Legislativa para su discusión, gozó del respaldo del sector empresarial, que ha participado de las reuniones con el Ejecutivo.

Uno de los componentes consiste en la entrega de ayuda alimenticia a 1.7 millones de personas para mitigar la emergencia. Esta ayuda implicará erogación de \$50 millones mensuales.

En cuanto a la ayuda al sector empresarial, el Gobierno del Presidente Bukele, propuso la apertura de créditos a bajas tasas de interés para la pequeña, mediana y gran empresa que han salido afectadas por los efectos de la pandemia en la economía. Para ello se destinó \$360 millones.

También, el plan incluye la cobertura del 50% de salario para los empleados de la micro, pequeña y mediana empresa afectadas por el cierre causado por la pandemia. Este programa estaría financiado con \$140 millones.

Además, se aprobó una prórroga hasta junio del 2020 para la declaración del impuesto sobre la renta y el pago a cuenta para micro, pequeñas y medianas empresas, con el fin de darles un respiro en sus finanzas.

La ministra de Economía, María Luisa Hayem, manifestó en el año 2020 que será creado un fideicomiso manejado por BANDESAL donde se estarían atendiendo las necesidades del sector formal, informal, micro, pequeñas y medianas empresas, funcionando a partir del año 2021.

Además, el Gobierno de El Salvador ayuda en la recuperación de la economía por la pandemia COVID-19, con sus decisiones acertadas que ha tomado para garantizar el desarrollo integral del país.

A través del Ministerio de Economía (MINEC) el Gobierno del Presidente Nayib Bukele, y con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), impulso el concurso “Reconvirtiendo el Desarrollo” con un confinamiento no reembolsable de \$1.8 millones que ayudara a las pequeñas y medianas empresas (PYME) a moderar el impacto generado por la pandemia, para que desarrollen nuevos proyectos en la zona costera del país.

El aporte del cofinanciamiento tendrá un monto mínimo de \$15,000 y un máximo de \$50,000, con el que se beneficiaran 52 municipios de la zona costera marina, pero principalmente

las pymes de la agroindustria, industria manufacturera, alimentos y bebidas, también las empresas del rubro de la pesca, turismo y acuicultura.

Programas impulsados por el Gobierno de El Salvador



Entrega de \$300 a la población en alimentación y la entrega de la canasta solidaria.

Créditos a baja tasa de interés para las pequeñas, medianas y grandes empresas





Cobertura del 50% de salario para los empleados de las micro, pequeña y mediana empresa

Prórroga de pago por 3 meses de servicio básicos, préstamos y declaración de renta.





BANDESAL y el BID apoyan las micro, pequeñas y medianas empresas





Ayuda a la zona costera de El Salvador

Ilustración 4. Fuente: Elaboración propia

Para el Gobierno, una de las prioridades es seguir avanzando hacia la recuperación económica, por lo que sigue impulsando acciones en favor de los micro, pequeños y medianos empresarios, con el objetivo de dinamizar al sector y seguir atrayendo inversión para el desarrollo del país.

El crecimiento económico de El Salvador en el año 2020 se reducirá, de acuerdo con FUSADES en -7.2%, y el Banco Central de Reserva (BCR) lo calcula entre -7.0% y -8.5%; lo cual fue por una de las cuarentenas más largas en la región, que se combinó con un aumento de la incertidumbre económica, debido a la vulneración a la institucionalidad democrática, el clima electoral y la corrupción. Para 2021, la recuperación proyectada será moderada así, para FUSADES, entre -0.6% a 4.0%, y BCR entre 3.5% a 4.0%, lo cual no logra compensar la enorme caída del año pasado, y de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) en 2022 se retornaría al nivel de producción de 2019. Este contexto extraordinariamente difícil, ha implicado un incremento de la pobreza, la quiebra de muchas empresas, varios negocios que continuaron operando tuvieron que reducir el personal, otros detuvieron las inversiones, y la mayoría se enfocaron en reducir los costos operativos para evitar el cierre.

1.3.2. Tecnologías financieras

Las tecnologías financieras conocidas comúnmente como fintech por sus siglas en inglés financial technologies está enfocada a la innovación de los servicios financieros que las diferentes instituciones bancarias ofrecen al público.

Los principales propósitos de estas tecnologías es agregar valor a los servicios financieros que existen, tanto interno (infraestructura de servicios, ciberseguridad, procesos, etc.) y externos (procesos de pago, consultas, etc.), generando soluciones rápidas y efectivas.

El termino fintech empieza a tomar auge en los años 90 pero a través del tiempo estas han evolucionado de manera trascendental hasta la actualidad (ver ilustración 3)

A inicios de la década de los 50 Frank McNamara líder en aquel momento de Hamilton Credit Corporation creó sus propias tarjetas de crédito bajo la marca de Diners Club, creada para ser usada solamente en restaurantes, poco a poco se tuvo convenios con varios negocios para que estas fueran aceptadas como forma de pago al crédito. Poco después, en 1958 American Express Company emite sus propias tarjetas de crédito; sin embargo, en el siglo XX algunas empresas hoteleras, comerciales y algunas gasolineras ya emitían sus tarjetas para los clientes frecuentes, estas tarjetas contaban con beneficios de crédito exclusivos para cada establecimiento.

En El Salvador en 1972 por medio del Banco Capitalizador (Bancapi) se coloca en el mercado la primera tarjeta de crédito nacional llamada Bancapi, luego, en el año 1976 el Banco Salvadoreño adquiere la franquicia de Diners Club Internacional.

La Bussines & Marketing School ESIC (2016) marca la década de los 60 como el inicio del e-commerce, gracias al surgimiento del primer sistema electrónico del mercado de acciones Electronic Data Interchange o EDI, el cual facilitaba la transmisión de datos financieros de forma electrónica, lo que ayudo a empresas comerciales que vendían sus productos por catálogo y de forma telefónica por la facilidad de compra por medio de tarjetas de crédito.

En 1966 se pone marcha la red global Telex como forma de comunicación de sistema financiero, los telex brindaban servicios de telegrafía automatizados por medio de líneas telefónicas que contaban con impresión, el termino surgió de la abreviatura de las palabras teleprinter y exchange (teleimpresor e intercambio (Szymanczyk, 2013 p.312).

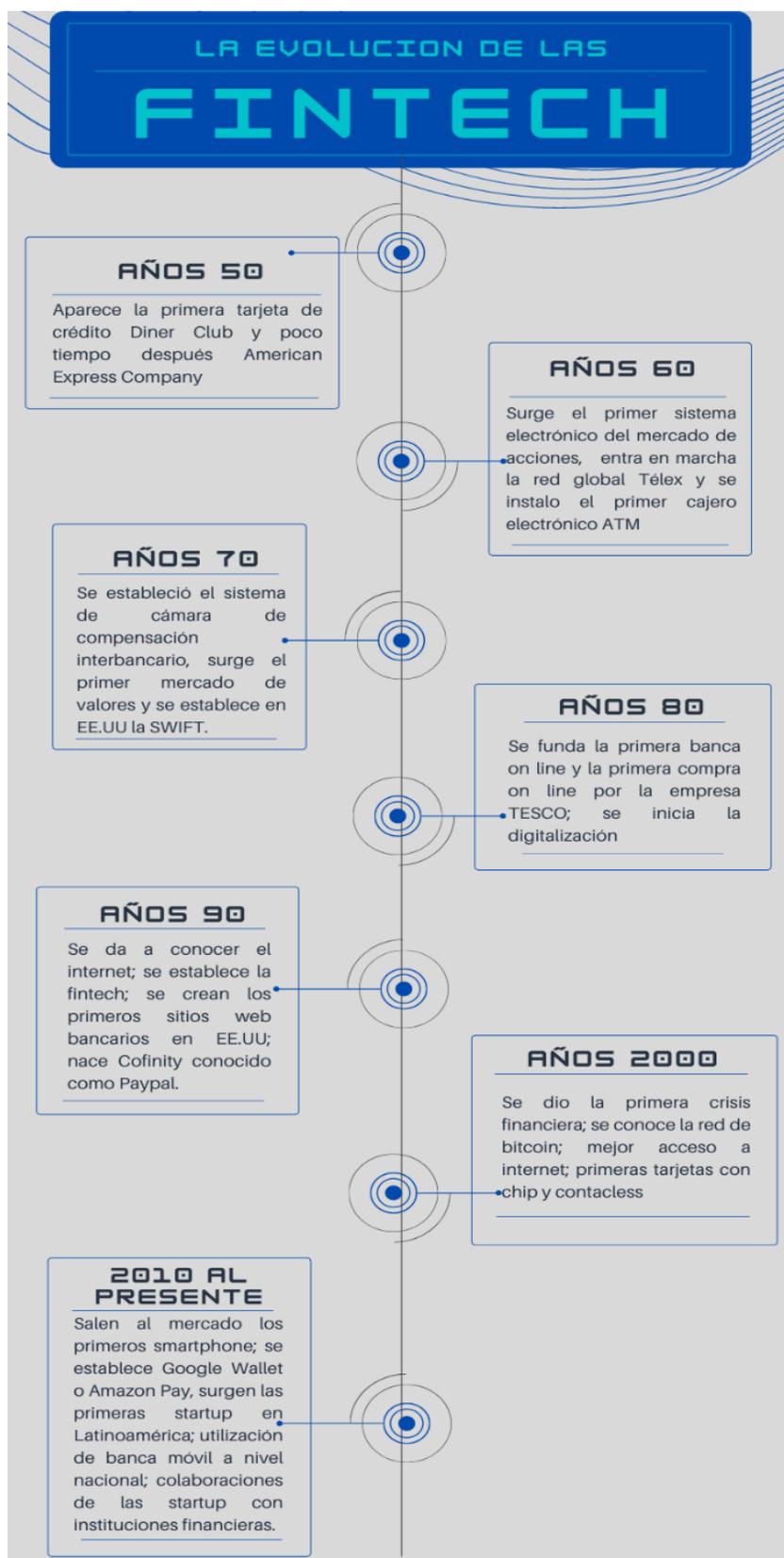


Ilustración 5. Fuente Elaboración propia. Evolución de las Fintech

Según el artículo Historia de los cajeros automáticos de la revista digital del banco español BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria) En 1965 el inventor John Shepherd-Barron quien llegó tarde al banco y no logró retirar su dinero, llegó a la idea de los cajeros automáticos para el retiro de dinero, basándose en el funcionamiento de las máquinas expendedoras, fue así que en 1966 fue instalado el primer cajero automático de la mano del banco Barclays en Londres; para aquel entonces las tarjetas de crédito no contaban con bandas magnéticas por lo que los retiros del cajero se realizaban con cheques que estaban compuestos por material radioactivo y por medio de un pin de cuatro números, estos cajeros únicamente proporcionaban una cantidad fija de efectivo.

En la década de los 70 se estableció el sistema de cámara de compensación interbancario para transmitir órdenes de pago en dólares entre bancos del mundo en el Reino Unido, en la actualidad es conocida como Cámara de compensación automatizada (ACH por sus siglas en inglés: Automated Clearing House); El 17 de febrero de 1971 surge la National Association of Security Dealers Automated Quotations (NASDAQ) que es el primer mercado de valores electrónicos en el mundo y en la actualidad es el segundo mercado de valores más grande de Estados Unidos, siendo el primero la Bolsa de Nueva York.

En 1973 nace la Sociedad para las Telecomunicaciones Financieras Interbancarias (SWIFT por sus siglas en inglés Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) la función de SWIFT es estandarizar una red de mensajería que las financieras utilizan para transmitir de manera segura información por medio de un código compuesto por 8 u 11 caracteres según cada país.

En la década de los 80, surge la banca online desarrollada en Estados Unidos, de la mano de Security First National Bank, ya que con estas herramientas ofrecen a sus clientes realizar operaciones por medio de computadora, utilizando una conexión de red internet. Esa misma década se realiza la primera compra online por Jane Snowden de 72 años quien compro en un supermercado Tesco, a través del videotex. Desde entonces se empieza la digitalización de los pagos electrónicos.

Posteriormente en la década de los 90, se realizan las primeras compras comerciales, así como el primer pago por medio de SMS que lanzo la empresa Coca Cola con una maquina dispensadora, en este mismo periodo el físico Tom Berners creo World Wide Wed (WWW) quien la describió como el protocolo de transferencias de hipertextos, fue publicada en la Organización Europea para la Investigación Nuclear (CERN) por primera vez. En Estados Unidos en su gran mayoría los bancos establecieron los primeros sitios web de transacciones bancarias. A finales de esta década se da a conocer Confinity, como lo conocemos hoy en la actualidad como Paypal.

En la década de los 2000 se dio la primera crisis financiera, a raíz de la bolsa de valores de Wall Street, esto genero aumento en el gasto público, bancos locales embargados a nivel mundial, también el 31 de octubre del 2008 se conoce la red de bitcoin por Satoshi Yakamoto, en esta misma década se empieza a tener un mejor acceso a internet, se crearon las primeras tarjetas con chip y contacless las cuales almacenan información de forma segura.

En el 2010 salen al mercado los primeros smartphone y trajeron a nuestras vidas mayor facilidad, nos abre una ventana inmensa al mundo del cual ya estamos adaptados; se establece Google Wallet o Amazon Pay que permite hacer pagos a través de un smartphone; surgen las primeras startup en Latinoamérica que son empresas que comercializan productos y/o servicios a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación, posteriormente la utilización de banca móvil a nivel nacional donde se implementó el acceso a las cuentas bancarias personales a través de internet y ahora a través de una app, desde entonces se ha incrementado las colaboraciones de las startup con instituciones financieras.

Los principales servicios que ofrecen las fintech van más allá de los pagos y transferencias entre los servicios se puede encontrar; consultas de saldo por medio de banca móvil, criptomonedas, carteras digitales, comercio electrónico, evaluación para financiamientos, asesoramiento y ventas, entre otros, las cuales han venido innovando la forma de hacer negocios de las empresas.

En un esfuerzo de innovación de los países centroamericanos, en el año 2016 se crea la Asociación de Fintech de Centroamérica y El Caribe con sede actual en Costa Rica “con el fin de

crear un espacio de colaboración abierta y transparente para fortalecer el ecosistema Fintech en la región” (Asociación FinTech Centroamérica y Caribe, 2021). El Salvador ha realizado numerosos esfuerzos para incluir a la población en un entorno financiero que facilite la transaccionalidad de las operaciones en el país, por lo que el en el 2015 se aprueba la Ley para Facilitar la Inclusión Financiera, así como la Ley de Firma Electrónica y su Reglamento, en el 2016 se emiten las Normas técnicas para la Constitución de proveedores de dinero digital, desde entonces el país ha emitido una serie de leyes y normativas para dar paso a la innovación financiera y ser un país competitivo.

En el año 2019 se crea Asociación Salvadoreña de Tecnología Financiera (ASAFINTECH) siempre con el fin de crear un entorno de colaboración e impulsar el emprendimiento, la competitividad y la inclusión financiera.

En el año 2021 se establece la Ley bitcoin que entró en vigencia el 07 de septiembre del presente año en El Salvador para usarse como moneda en circulación legal, el gobierno actual puso a disposición “Chivo App” que funciona como una Wallet para realizar transacciones en Bitcoin y dólares, esto genera una inclusión a la economía digital global para El Salvador.

Tipos de tecnologías financieras

Según Arguedas Sanz (2019), existen diversos tipos de tecnologías financieras que varían según actividad en verticales (ver tabla 1)

Tabla 1 Tipos y ejemplos de tecnologías financieras

Tipo	Detalle	Ejemplos/ Empresas con presencia en El Salvador y/o Latinoamérica
Asesoramiento y gestión patrimonial	<p>Dentro de este se incluyen 3 líneas de negocios</p> <p>Las redes de inversión: es donde grupos de inversores ofrecen y comparten servicios, análisis de mercados y otros destinados a ellos mismos.</p> <p>Asesoramiento y gestión automatizados: Prestan servicios de asesoramiento on- line de activos.</p> <p>Plataformas de negociación</p>	
Finanzas personales	<p>Las plataformas dirigidas a empresas que prestan servicios de optimización de finanzas personales, ejemplo; las aplicaciones que podemos encontrar en las tiendas de los móviles.</p>	
Financiación alternativa	<p>Son las plataformas de las entidades que brindan prestamos sin necesidades de garantías o mayor evaluación.</p>	 <p>Hoy sí y mañana también</p>
Crowdfunding/lending	<p>Entidades que captan fondos para poder invertirlos en proyectos.</p>	<p>En El Salvador no existe una plataforma de Crowdfunding.</p> 
Servicios transaccionales/divisas	<p>Entidades que desean evitar los costes derivados de la intermediación bancaria</p>	

Medios de pago	Aquellas que prestan servicios de pasarela de pago, por medio de ellas mismas u otras entidades bancarias.	
InsurTech	Enfocadas al sector asegurador	
Criptocurrencias y Blockchain	Plataformas para uso de criptomonedas	
Identificación online de clientes	Empresas que proporcionan servicios destinados a identificar personas a través de medios electrónicos	
Big Data	Para la recolección y gestión de datos, incluye inteligencia artificial	
Neobancos	Bancos 100% digitales	

Fuente: Elaboración propia

En El Salvador existen normativas para regular el uso de las plataformas digitales para evitar incurrir en actos ilegales o utilizar de forma inadecuada las fintech. (ver tabla 2)

Tabla 2. Normativa legal aplicada a las tecnologías financieras

Normativa, ley, código, reglamento	Artículos aplicables	Descripción
Ley de Comercio Electrónico	Art. 1	<p>La presente ley tiene por objeto establecer un marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes.</p>
	Art. 3 inciso 1	<p>Esta ley será de aplicación a toda persona natural o jurídica, pública o privada establecida en El Salvador, que realice por sí mismo o por medio de intermediarios transacciones comerciales o intercambio de bienes o servicios contractuales, mediante la utilización de cualquier clase de tecnología o por medio de redes de comunicación interconectadas.</p>
	Art. 12 inciso 1	<p>Las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica, que contengan ofertas o descuentos promocionales, deberán ser claramente identificables como tales, especificando términos, condiciones y fecha de vigencia de las mismas.</p>
	Art. 16	<p>Durante el proceso de compra, antes de pagar, el cliente debe tener la oportunidad de verificar,</p>

modificar y confirmar su orden o pedido, establecer el lugar de destino, a ser informado de las tarifas que aplican, monto a pagar, cargos adicionales por envío y procesamiento de pago impuesto o aranceles aplicables.; así como verificar que sus datos personales estén correctos en la orden o pedido y el momento de entrega de su compra.

Art. 20 Los proveedores de bienes y servicios por vía electrónica deberán utilizar estándares especializados; o cualquier herramienta tecnológica disponible para brindar seguridad y confidencialidad a la información personal y crediticia proporcionada en las plataformas utilizadas para el comercio electrónico

**Ley para Facilitar la
Inclusión Financiera**

Art. 1 Propiciar la inclusión financiera, fomentar la competencia en el sistema financiero, así como reducir costos para los usuarios y clientes del referido sistema, estableciendo las regulaciones mínimas para requisitos de constitución, autorización, operación, capital, garantías y causales de revocatoria de operación de las Sociedades Proveedoras de Dinero Electrónico.

Art. 6 El dinero electrónico regulado en esta ley tiene las características siguientes: Es un valor monetario representado en un registro electrónico, que aumenta literal a)

o disminuye para su titular en la misma proporción en que haga uso del mismo, ya sea convirtiéndose en efectivo, transfiriéndolo o realizando pagos.

Art. 6 El valor que consta en el registro electrónico es literal c) convertible a dinero en efectivo.

Art. 9 La información de los clientes y de sus operaciones, realizadas de conformidad con esta ley, es confidencial y deberá darse a conocer únicamente al titular, al Banco Central, a la Superintendencia, a la Dirección General de Impuestos Internos cuando éstos lo requieran para el ejercicio de sus funciones, ya sea en un proceso de fiscalización o supervisión, y a las autoridades respectivas para el esclarecimiento de delitos.

Art. 10 El monto de dinero electrónico que se pretenda inciso 1° proveer, deberá estar respaldado con un depósito no remunerado en el Banco Central, del cien por ciento, constituido previamente por el Proveedor como garantía para responder únicamente por el incumplimiento de las obligaciones de pago que contraiga con los titulares de los instrumentos que registren dinero electrónico.

Ley de Firma Electrónica Art. 1 Son objeto de la presente Ley los siguientes:

a) Equiparar la firma electrónica simple y firma electrónica certificada con la firma autógrafa;

b) Otorgar y reconocer eficacia y valor jurídico a la firma electrónica certificada, a los mensajes de datos y a toda información en formato electrónico que se encuentren suscritos con una firma electrónica certificada, independientemente de su soporte material; y,

c) Regular y fiscalizar lo relativo a los proveedores de servicios de certificación electrónica, certificados electrónicos y proveedores de servicios de almacenamiento de documentos electrónicos.

Ley Bitcoin

Art. 1 La presente ley tiene como objeto la regulación del bitcoin como moneda de curso legal, irrestricto con poder liberatorio, ilimitado en cualquier transacción y a cualquier título que las personas naturales o jurídicas públicas o privadas requieran realizar

Art. 3 Todo precio podrá ser expresado en bitcoin.

Art. 7 Todo agente económico deberá aceptar bitcoin como forma de pago cuando así le sea ofrecido por quien adquiere un bien o servicio.

Art. 12 Quedan excluidos de la obligación expresada en el artículo 7 de la presente ley, quienes por hecho notorio y de manera evidente no tengan acceso a las tecnologías que permitan ejecutar transacciones en bitcoin. El Estado promoverá la capacitación y mecanismos necesarios para que la población pueda acceder a transacciones en bitcoin.

Art. 15 La presente ley tendrá carácter especial en su aplicación respecto de otras leyes que regulen la materia, quedando derogado cualquier disposición que lo contradiga.

**Ley Contra el Lavado de
Dinero y
de Activos.**

Art. 1 La presente Ley tiene como objetivo prevenir, detectar, sancionar y erradicar el delito de lavado de dinero y de activos, así como su encubrimiento.

Art. 2 La presente ley será aplicable a cualquier persona natural o jurídica aun cuando esta última no se encuentre constituida legalmente; quienes deberán presentar la información que les requiera la autoridad competente, que permita demostrar el origen lícito de cualquier transacción que realicen.

**Norma para la Gestión de
los Riesgos de Lavado de**

Art. 1 El objeto de estas Normas es proporcionar los lineamientos mínimos para la adecuada gestión del

**Dinero y Financiamiento
al Terrorismo****(NPR-08)**

riesgo de lavado de dinero y de activos y de financiamiento al terrorismo, a fin de que las entidades integrantes del sistema financiero prevengan y detecten operaciones irregulares o sospechosas relacionadas con el referido riesgo, de forma oportuna.

**Estándares
Internacionales sobre la
Lucha Contra el Lavado
de Activos, el
Financiamiento del
Terrorismo, y el
Financiamiento de la
Proliferación de Armas
de Destrucción Masiva**

Una normativa con recomendaciones del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI), su objetivo es regular y promover medidas legales para la prevención del lavado de activos y financiamiento al terrorismo, a la vez el GAFI ayuda a al sistema financiero de los países a identificar vulnerabilidades operativas que son un medio para el lavado de activos.

**Recomendación 15 –
Nuevas tecnologías
(GAFI)**

Dirigida a las empresas fintech, la cual menciona que las entidades financieras deben considerar los activos virtuales como “bienes”, “productos”, “fondos”, “fondos u otros activos” u otros activos de “valor equivalente” y que deben evaluar de forma eficiente los riesgos que pueden surgir en el uso de las plataformas digitales.

Fuente: Elaboración propia

1.3.3. Adaptabilidad de las tecnologías financieras en PYMES durante y después del COVID-19.

Hemos leído y entendimos en la secuencia de temas que el término fintech es el uso de la tecnología que provee o permite realizar transacciones económicas de forma virtual. En este último capítulo, pero no menos importante abordaremos a detalle de que forma la tecnología financiera es parte de nuestro día a día, podemos preguntarnos qué modelo de negocio permitieron la implementación en las instituciones financieras y en PYMES como tal y que generó el interés de estas para incursionar en la transformación de ellos.

Observaremos los segmentos en los que el sistema financiero ha sido ineficiente como los segmentos de pago, inclusión a la obtención de préstamos; fintech ha desarrollado en base a las nuevas tecnologías formas para que la información vuele por la red siendo eficientes en sus procesos, empresas digitales de inversiones y criptomonedas.

Y por último las innovaciones de éxito gracias a las fintech, emprendedores y PYMES con interés en resolver los problemas de los usuarios, herramientas para mejorar las finanzas personales, asesores robotizados para acelerar las gestiones.

De esta forma nos daremos cuenta que a medida avanza el tiempo la globalización y digitalización ya no es una opción si no parte de nuestro diario vivir.

Modelos de negocio pioneros en fintech.

Según Maricarmen García (México, 2019) especialista en Fintech de KPMG International¹, enlista algunos modelos de negocios que mejoran su calidad de servicio utilizando diversos tipos de fintech.

Tabla 3. Modelos de Negocios fintech

Tipo	Detalle	Ejemplos de Tipos de Fintech
Pago Digitales	Son sistemas para realizar transacciones sin necesidad de utilizar efectivo involucrando diversos participantes.	 
Prestamos Alternativos	Son servicios digitales como modelos de scoring alternativos con menores tiempos de aprobación y atención personalizada.	
Gestión de finanzas personales y empresariales	son herramientas digitales para administrar información financiera personal, relacionada con ahorros, gastos y deuda. Así como plataforma para las operaciones y los procesos	

¹ Revista Mexicana cuyo nombre es el acrónimo formado a partir de las iniciales de los fundadores que dieron lugar a KPMG; Marwick Mitchell & Co., Klynveld Kraayenhof & Co., Klynveld Main Goerdeler, William Barclay Peat & Co.

	como facturación y contabilidad	
Activos Financieros y Mercado de Valores:	Son plataformas para invertir instrumentos financieros como bonos, capitales, derivados monedas o instrumentos de deuda	
Seguros Insurtech	son unas herramientas que ayudan en los procesos de promoción, ventas y operación de productos y servicios de las aseguradoras	

Fuente: Elaboración propia

- Pagos Digitales: Son sistemas para realizar transacciones sin necesidad de utilizar efectivo involucrando diversos participantes.

Estos sistemas permiten de forma gratuita realizar los pagos a través de transferencias inmediatas desde una aplicación bancaria o una billetera electrónica, prácticas, seguras y fáciles, esto ha reducido la circulación de efectivo y la amplia inclusión financiera.

- Prestamos Alternativos: Son servicios digitales como modelos de scoring alternativos con menores tiempos de aprobación y atención personalizada.

Debido a la situación actual ha cobrado mayor relevancia porque son de fácil acceso y prácticamente inmediatos, pero por lo general cuando algo es demasiado fácil solemos preguntarnos ¿son estos créditos seguros?; todo en la vida depende de la investigación o la información que obtengas acerca de la institución que te ofrece el servicio, una de las formas de estar seguros al tomar la decisión son; asegurarse que todo esté en regla visitando portales de instituciones financieras como la Superintendencia del Sistema Financiero, las opiniones y la

antigüedad también dicen mucho; es decir la reputación de la entidad, revisar las tasas de interés y los simuladores de pago antes de contratar el crédito, no exceder el 20 % de tus ingresos para cubrir obligaciones financieras.

- Gestión de finanzas personales y empresariales: son herramientas digitales para administrar información financiera personal, relacionada con ahorros, gastos y deuda. Así como plataforma para las operaciones y los procesos como facturación y contabilidad.

Los gastos forman parte de la vida cotidiana tanto en una empresa como en la vida personal, es común que los empresarios tomen dinero de sus negocios para pagar gastos e inversiones personales, como vacaciones o compra de autos familiares, si se administra un negocio de esta forma es fácil percibir una crisis, por lo que lo ideal e importante manejar las finanzas personales y empresariales aparte en hojas de cálculo en Google, Excel, numbers, thinkfree cal, zoho sheet cualquiera de ellas permite ordenar ingresos, gastos por semanas, meses o años esto genera orden y claridad en las gestiones y toma de decisiones.

- Activos Financieros y Mercado de Valores: Son plataformas para invertir instrumentos financieros como bonos, capitales, derivados monedas o instrumentos de deuda.

Fácilmente podemos entenderlo como una transferencia de fondos y a la vez una transferencia de riesgos, para adquirir o invertir en un activo financiero debemos evaluar factores importantes como la rentabilidad es la capacidad de generación de rendimiento (dividendos o porcentaje de ganancia), el riesgo que es la probabilidad de no recibir lo esperado, la liquidez que es la facilidad de realización a corto plazo sin pérdida, el horizonte temporal de inversión es decir durante cuánto tiempo podemos recuperarlo.

- Seguros Insurtech: son unas herramientas que ayudan en los procesos de promoción, ventas y operación de productos y servicios de las aseguradoras.

Generalmente las insurtech (es la unión de las palabras en inglés insurance y technology; lo que significa “tecnología de seguros”) fueron creadas para resolver retos de negocios en el futuro, los seguros se contrataran únicamente online, automáticas y fáciles para el usuario.

Aunque es un reto para la industria de los seguros ya que se está programado a obtener asesoría de un equipo humano que nos explique a la perfección como adquirir y como se debe usar, el lenguaje de los seguros es complejo entre la póliza, la prima y el deducible los usuarios se sienten alejados de la información.

Transformación de las PYMES.

El COVID-19 ha acelerado el proceso de transformación pymes ya que ha golpeado fuertemente a este sector financiero, ahora el cambio en los procesos dentro de las empresas ya no es opcional.

Así mismo, la transformación digital es obligada por el cambio de consumidores o de generaciones nuevas, nuevos hábitos y podemos mencionar 5 puntos por los que la transformación de las PYMES ha sido de forma veloz:

- Inmediatez de las cosas

Estamos acostumbrados que ahora las compras, ventas, envíos, etc. lo recibimos de manera instantánea ya no hay que esperar días o meses; podemos recordar la empresa KODAK que no entendió lo fundamental de la transformación y se quedó atrás con su proceso ambiguo de entregar no solo tardes las fotografía si no que uno debía de viajar con su cámara, celular o memoria para trasportar tus archivos, la fotografía digital sustituyó a la analógica y no porque sea de mejor calidad y resolución, si no que fue por su manera instantánea de verificar, visualizar e imprimir.

Eso mismo sucede con las pymes, es importante identificar los cambios que los consumidores han tenido no solo a lo largo del tiempo, si no también después de esta emergencia sanitaria

mundial, muchas empresas como el comercio, restaurantes y hasta emprendedores tuvieron que adaptarse y cambiar sus modelos de negocios a la restricción de movilidad dictadas por la presidencia de la república, acoplando las ventas digitales para poder seguir operando. Si el consumidor quiere las cosas de manera inmediata se tiene que modificar el modelo de negocio para que esas cosas sucedan.

- Desintermediación del mercado

Un mercado que ofrece mucha información y pocas variables genera un mercado de commodity y el consumidor final lo único que busca es comprar directamente con el fabricante.

- Eliminación del desperdicio

Tendencia a ser más ecológicos, y puede parecer no coherente, pero comprar un vehículo no es totalmente una buena inversión, porque la mayor parte del tiempo está estacionado, generando menos espacio, estrés en el conductor y contaminación al medio ambiente; esto llevó a crear un modelo de negocio llamado uber para disminuir la afluencia de vehículos en las calles, disminuyendo estrés al usuario y generando menor contaminación ya que es menor la cantidad de vehículos que circulan,

Otro ejemplo de desperdicio es el DVD tarda 500 años en degradarse y se producían miles de miles diariamente, los cambio con la transformación de los modelos de negocios y ahora generando, almacenamientos en USB o en la nube.

- Hiperpersonalización de la oferta

Hoy en día hay diversidad de productos y servicios en la web, no solamente disponibles de forma inmediata, sino que también dispuestos para entregar artículos personalizados según los gustos y preferencia; eso genera un incremento en el comercio electrónico, la pandemia generada en el 2020 aceleró los cambios en los modelos de negocios para el consumo de las personas.

Asesores robotizados

Cuando hablamos de robots nos imaginamos una maquina en forma de humano sustituyendo un área de producción, manos mecánicas o partes de máquinas funcionando a través de programas pero no, ahora a raíz de la transformación digital se utiliza una de las tecnologías más innovadoras que el RPA “automatización de procesos a través de robots”, son sistemas que realizan tareas humanas de forma repetitivas, como por ejemplo hoy es muy utilizado las respuestas automatizada a la hora de adquirir un producto, esto ayuda a la eficiencia en la respuesta al consumidor pero no quiere decir que sustituye la actividad del humano, solamente se convierte en un asistente que simplifica una lista de procesos a realizar durante el día.

Los Robo Advisors fueron creados y generados por las fintech que utilizan algoritmos y programas informáticos para crear, gestionar carteras de inversión y orientar al consumidor a generar una venta.

Tabla 4. Servicios comparativos

SERVICIO COMPARATIVO	
ONLINE	PERSONAL
Accedes a la web del Robo Advisor que te interesa	Acudes a la entidad financiera que lo ofrece
Rellenas el Test de Identidad	Hablas con el gestor correspondiente
Escoges la entidad financiera que va a custodiar tu dinero	Respondes el Test de Identidad
Eliges tu plan de inversión	Escoges la cartera que te interese o aconseje el gestor
Proporcionas tus datos personales	Firmas el contrato de servicio
Empiezas a funcionar	Empiezas a funcionar

Fuente: María Ángeles Juliá (2021)

Digitalización en las empresas.

A raíz de todos los cambios forzados en los modelos de negocios, la digitalización se refiere a la utilización de medios tecnológicos para optimizar beneficios, mejorar procesos y ahorrar tiempos de trabajo, pero hay que identificar que digitalización es totalmente diferente a la transformación digital.

La transformación digital es un cambio radical y total en la mentalidad y procesos a ejecutar en la empresa, la digitalización se refiere a transformar una parte o varias partes de la empresa, por ejemplo, solamente digitalizaremos los documentos físicos y todo lo demás funcionara de la forma tradicional.

La digitalización no es el futuro como muchos creen, más bien es el presente, las empresas que no se adaptan al cambio terminaran saliendo de la rueda económica. Según Delgado (2016) los elementos de la digitalización son:

- Mentalidad innovadora.
- Si tu cliente utiliza tecnología financiera, debe incentivarte hacerlo tú también para que este siga siendo tu cliente en el futuro.
- Que tus empleados estén formados e informados de los temas actuales y las innovaciones ya que ellos son los que atienden a los clientes.
- Teletrabajo es una oportunidad positiva, ya que permite desde tu hogar y tu ordenador hacer tu horario sin estrés de tráfico de movilización y un jefe analizándote.
- Big Data aprovechar todos los datos que nos den nuestros clientes.
- Tiempo, se desea todo inmediato pero la digitalización requiere de tiempo de adaptación.
- Presupuesto, cuanto me va a salir o cuanto voy a invertir en la digitalización.
- Una empresa digitalizada no es solo utilizar internet, un ejemplo de digitalización es Facebook ellos conocen todos de nosotros, saben dónde estamos que nos gustan, quien es tu familia conoce a la perfección a su consumidor.

Adaptabilidad de las fintech,

Ahora más que nunca, en post pandemia COVID-19 las fintech se han convertido en líderes a nivel mundial porque están presentes en todos los procesos bancarios ya sea pagos o transacciones, en los servicios de asesoramiento como robot advisor, la digitalización se está comiendo el mercado, cada vez exigimos más por menos y sobre todo inmediatamente, Google, Apple, Amazon y demás quieren ofrecer sus productos cada vez de forma más inmediata y a menores costos, Google está a punto de convertirse en una Fintech única y sencillamente por la cantidad de big data que posee de sus usuarios.

Las Fintech se han adaptado perfectamente debido a:

- Cloud Computing: almacenamiento de datos y archivos por medio de internet, Las empresas invierten en ellos porque son capaces de agilizar sus procesos, mejorar su servicio al cliente.
- Crowdfunding: financiamiento por un grupo de personas para poner en marcha una iniciativa, un emprendimiento o un proyecto.
- Crowdlending: prestamos entre personas a través de internet.
- P2P (peer to peer): comunicación entre aplicaciones que permiten compartir información sin servidores centrales.
- Big Data: Almacenamiento de grandes volúmenes de datos.

Según el boletín 2019 del BCR, de acuerdo con ASAFINTECH en ese momento habían 18 startups en etapa de crecimiento dentro del país.

- a) Proveedores de Dinero Electrónico: Tigo Money y Momo Mobile Money, que incluyen billeteras electrónicas de activos virtuales.
- b) Plataforma de recolección de proyectos sociales: Fundación Juntos.com
- c) Plataforma para transferencia de dinero electrónico y sistema de pagos: Pagadito
- d) Aplicación móvil para realizar recargas y pagos de saldo: Yo Vendo Recarga.
- e) Pasarela de pagos por medio de mensajes de texto. Alfred Chat

- f) Compra y venta de criptomonedas/activo virtual/ moneda virtual, a través de las redes sociales. (el BCR emitió un comunicado sobre el tema del uso de monedas y activos virtuales en El Salvador.)
- g) App móviles de las instituciones financieras, las cuales permiten apertura remota de cuentas simplificadas y realización de diferentes operaciones.

Capítulo 2 Metodología de la investigación

2.1. Método de investigación

2.1.1. Enfoque de investigación

Por ser un tipo de estudio monográfico con un tema de investigación novedoso y con poca bibliografía de autores nacionales se implementará el método deductivo con un enfoque de investigación documental cualitativa, ya que permite un análisis descriptivo centrado en interpretaciones subjetivas de datos, experiencias y significados del tema a desarrollar.

2.2. Tipo de estudio

2.2.1. De acuerdo al objetivo de investigación

El estudio será una clase de investigación exploratorio-descriptivo no experimental, nos basaremos en leyes, principios, estudios bibliográficos y hechos concretos.

2.2.2. Según el alcance

Exploratorio-descriptivo no experimental

2.3. Unidad de análisis

Se tomará como unidad de análisis pequeñas y medianas empresas que se detallan en los informes de situación de las empresas salvadoreñas frente a la emergencia COVID-19 realizados en el 2020 y 2021 por el Departamento de Administración de Empresas, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, así como los boletines de análisis económicos de FUSADES. Entre otros sondeos realizados por CONAMYPE durante las fases de cuarentenas extendidas y reapertura económica.

2.4. Diagnóstico y análisis de la información

Como resultado de la investigación y de la realidad observada en los últimos 2 años podemos apreciar que el uso de las tecnologías financieras es necesario para el desarrollo y la innovación de las empresas en todos los sectores de la economía ya sea para pequeñas, medianas y grandes empresas, a medida avanza el tiempo los modelos negocios deben estar adecuados para satisfacer las necesidades de su target.

La globalización obliga a las empresas a estar en constantes cambios y brindar mejores herramientas a los usuarios y consumidores para adaptarse de forma positiva a la innovación de los servicios, siendo estos amigables y prácticos al momento de satisfacer sus necesidades.

En El Salvador la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña empresa realizó 3 estudios en el país para conocer el estado en la que se encontraba este sector desde los inicios de la cuarentena y su proceso de reapertura, de este se detalla en 3 sondeos en diferentes momentos, en donde, se entrevistó a 3,154 empresarios en el primer sondeo, en el segundo se entrevistó a 2,707 y en el tercer sondeo a 1,077,

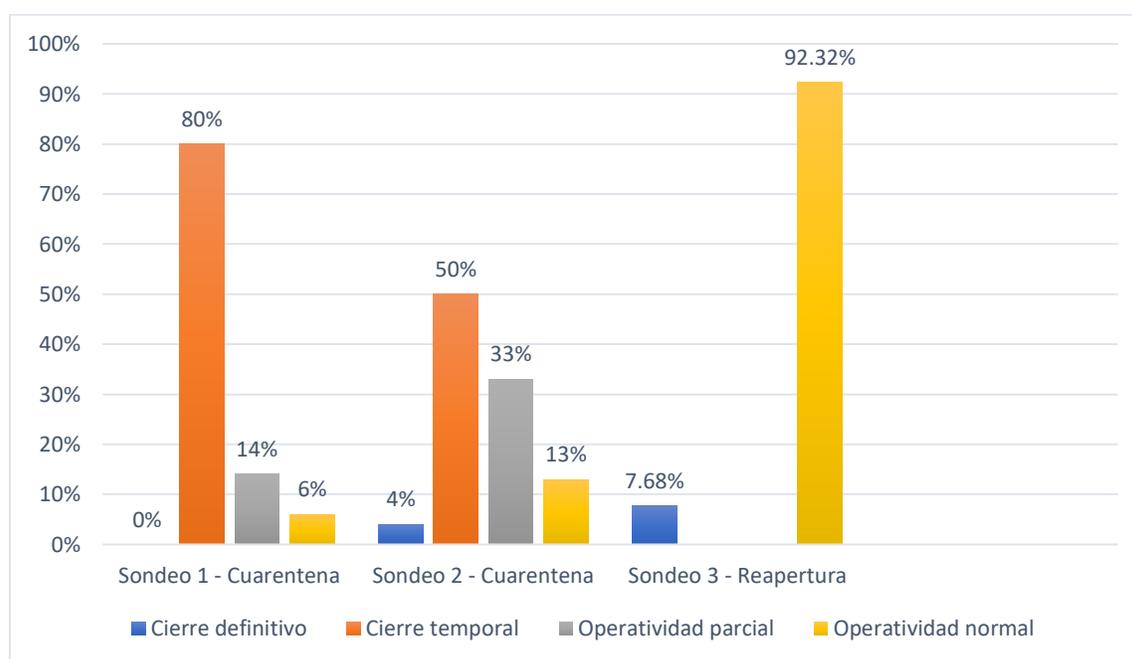


Ilustración 6. Elaboración propia con datos del primer sondeo de CONAMYPE

El primer sondeo realizado por CONAMYPE se descubrió que el 80% de los empresarios encuestados tuvieron que cerrar temporalmente por la cuarentena, un 14% siguió operando parcialmente y el 6% operó normalmente.

El segundo sondeo el 4% cerró operaciones definitivamente y se declaró en quiebra, el 50% siguió en cierre temporal, el 33% cerró parcialmente y el 13% empezó a operar normalmente.

El tercer sondeo se realizó durante las fases de apertura económica en donde el 92.32% de los negocios reiniciaron operaciones, pero el 7.68% siguieron cerrados. En este también se detalló que 6 de cada 10 MYPE tuvieron incrementos en la demanda de compra, aunque estaban operando a menos capacidad de la normal. (CONAMYPE, 2020)

El incremento de la demanda permitió en algunos negocios la expansión con nuevas sucursales, innovación en su proceso de producción y venta a través de plataformas digitales y redes sociales lo que demandaba la contratación de servicios a domicilio; todo lo anterior crea una necesidad de capacitación de implementación y uso de las nuevas tecnologías.

A pesar que un aproximado del 4% de empresarios cerraron por declararse en quiebra, también nacieron y crecieron muchos pequeños emprendedores ofreciendo sus servicios con un modelo de negocios adaptado a la situación por SARS- COVID 19, ahora están a un paso de formar parte de las micro y pequeñas empresas dentro del país reactivando parte de la economía.

En un estudio publicado en diciembre de 2020 por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, en donde se tomó como muestra a 300 empresas de diferentes sectores de la economía del país se detallan que el 52% cerro sus negocios por disminuciones en la demanda, el 33% por modelos de negocios no adaptados, 13% por las medidas dictadas por el gobierno de cierres temporales razones de afectación negativa que tuvo la cuarentena por COVID-19.

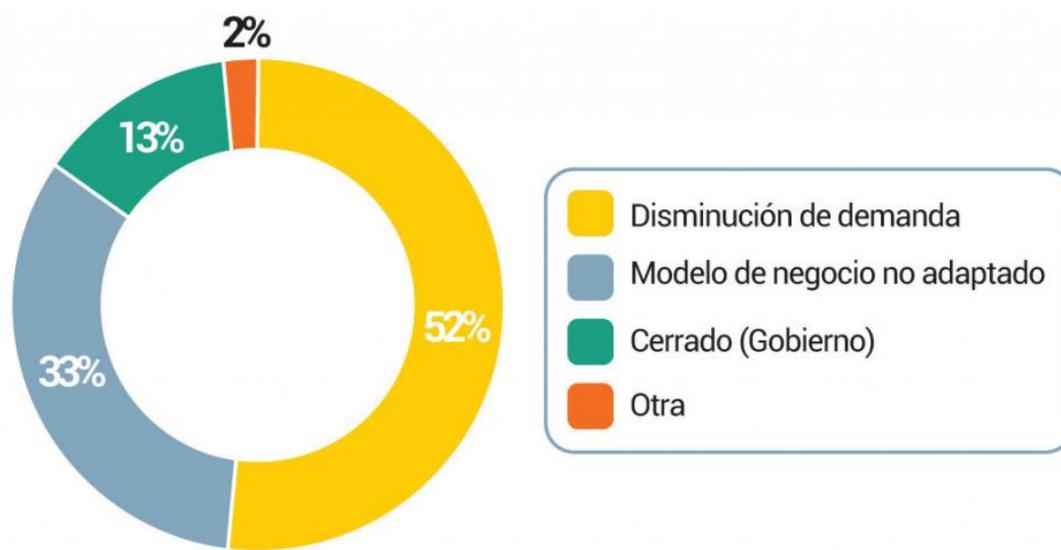


Ilustración 7. Razón de afectación Negativa. Fuente Guevara Mira (2020)

A pesar de que la cuarentena por COVID 19 afecto muchos sectores de la economía también trajo oportunidades de mejora a varios empresarios en sus modelos de negocios

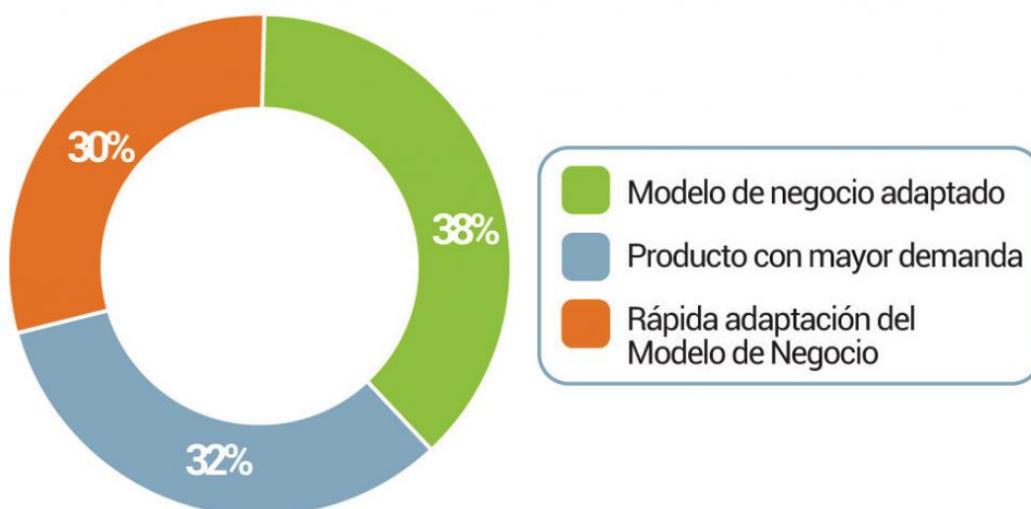


Ilustración 8. Razón de afectación positiva. Fuente: Guevara Mira (2020)

Como parte de la ayuda brindada por el gobierno de El Salvador con préstamos con baja tasa de interés y financiamientos no reembolsables, muchas de las pequeñas y medianas empresas pudieron reactivar sus operaciones a implementar nuevos servicios de pasarelas de pago digitales, inversiones en creación de páginas web para compras en línea o contratación de servicios de entrega, etc. y no sufrir mayores pérdidas, lo que conlleva a una búsqueda de capacitación necesaria y permanente para los propietarios de los negocios como para sus colaboradores. "Muchas empresas estaban pensando en mejorar sus áreas tecnológicas y digitales, pero decían 'mañana' y resultó con que era 'hoy', eso ha generado una búsqueda de capacitación en esas áreas", menciona Ricardo Montenegro, presidente de Insaforp en una entrevista para la revista digital eleconomista.net en febrero de 2021.

Como un aporte a la investigación se realiza una entrevista a una persona especializada en el área de innovación de empresas, del cual se obtiene un panorama desde un punto de vista interno de una empresa local.

Capítulo 3 Aporte de la investigación

3.1. Análisis teórico y contextualización a la realidad investigada

Las fintech han evolucionado gran parte de las financieras y encajan en varias ramas, son herramientas que ayudan a obtener mayores ingresos porque abarcan mayor parte de la población.

En la entrevista realizada al Lic. Ernesto Ávila, especialista en el área de innovación de canales digitales de la empresa Freund, se hizo referencia sobre la opinión de las tecnologías financieras, ya que estas han ido evolucionando con el tiempo, con diferentes ramas como las criptomonedas, pago por medio de transferencias, etc., que han facilitado la vida de las personas al momento de realizar cualquier tipo de transacción, sin embargo, en países como el nuestro falta extender este tipo de fintech ya que la población esta falta conocimientos digitales.

Según el Lic. Ávila en El Salvador las tecnologías financieras se encuentran en un crecimiento mínimo pero notable, ya que aún falta impregnación en el mercado como fintech. Si es bien cierto el bitcoin ha venido a evolucionar en el país y a modernizar las transacciones financieras por lo que la población empieza a intrigar sobre este tipo de moneda, así como las fintech, los bancos se han estancados con los servicios tradicionales tales como los créditos, cuentas de ahorro, etc., porque la digitalización de los servicios ha sido a paso lento.

La aparición o la creación de las fintech en el mercado financiero ha cambiado las expectativas del cliente y elevado los estándares de la experiencia de los usuarios, como la aprobación rápida de préstamos de forma digital, las fintech muestran que los nuevos modelos de negocio que se están implementando en las grandes empresas tecnológicas, como Apple y Google son ejemplo de que, si se puede, solamente hace falta más información.

Las fintech dentro de una empresa financiera debería ser suplemento en años futuros para evolucionar de manera digital, ya que en otros países muchas empresas se han enfocado en las transacciones financieras digitales lo que las hace más vanguardistas. Como los famosos

neobancos (un tipo de fintech) como lo menciona el entrevistado, por ejemplo, en Brasil el banco Nubank que es el banco digital más grande en América Latina por realizar todas las transacciones bancarias desde una App. Para El Salvador es difícil pero no imposible penetrar este tipo de fintech ya que primeramente se deberá informar a la población y realizar un estudio para ver donde se hace más énfasis en brindar capacitaciones para que resulte más fácil que el público adapte este nuevo sistema.

Desde el momento que se anunciará la ley de criptomoneda en el país, se ha visualizado un crecimiento acerca de las fintech en algunas empresas financieras que ya poseen cuentas digitales que favorecen al público, sin embargo, falta que estas empresas se sigan posicionando en las plataformas digitales sumergiéndose más en crear nuevos ecosistemas de servicios financieros, como por ejemplo el desarrollo de nuevos métodos de pago o mercados de capitales, etc., actualmente en El Salvador se cuenta con una de las plataformas más populares entre los salvadoreños que es Chivo Wallet que ha sido de mucha novedad por ser la billetera de la criptomoneda desarrollada por el gobierno.

Las fintech ayudan a facilitar a las pequeñas y medianas empresas como al público así también con otras empresas para favorecer los créditos, no obstante, en el país no se cuenta con una plataforma que realmente solucione las necesidades de empresarios, lo que si se está usando con mucha frecuencia entre las microempresas son pago por transacciones, transferencias entre un banco con otro, retiro de efectivo solo con la app sin necesidad de tarjeta de débito, etc.

Actualmente en el país las fintech se están empezando a posicionarse en el mercado por lo que estas ayudarían a un mejor funcionamiento en las empresas facilitando sus formas de pago, con el Bitcoin que se ha considerado como una moneda en circulación legal, los diferentes y gran mayoría de comercios han implementado su nueva forma de pago a través de la Chivo Wallet, la única app hecha en el país y que está ayudando a los salvadoreños a realizar pagos y transacciones.

En El Salvador la Superintendencia del Sistema Financiero y el Banco Central de Reserva, entidades reguladoras financieras no han brindado la debida importancia al uso de las fintech como herramienta, ya que no ven los créditos digitales como una oportunidad de crecimiento.

La adaptabilidad a los cambios es algo que todos debemos enfrentar en algún momento, el 2020 fue un año de cambios para el mundo entero y para El Salvador, lo que muchos llamaron “nueva normalidad”. Esto provocó que los empresarios independientemente de su tamaño destinaran una parte de sus inversiones en la compra de implementos para protección de sus colaboradores y los clientes.

En el país se pudo observar que negocios de diferentes sectores de la economía ya no volvieron a abrir sus puertas, por diferentes razones; algunas no podían continuar pagando los arrendamientos de sus locales, falta de fondos para pagos de salario de sus colaboradores por el bajo nivel en ventas, negocios que no invirtieron nunca en alguna pasarela de pago, redes sociales o plataformas digitales, etc.

Algunos ejemplos de estas empresas ha sido Variedades Genesis, empresa que se dedica a la venta de productos de segunda mano, fundada en el año 2,000 por Sandra Pintin de Lemus en un local alquilado en el centro de San Salvador (casa Matriz), alcanzando para el año 2019 más de 12 tiendas a nivel nacional, brindaron empleos a muchos salvadoreños con la inauguración de radio Génesis, una cafetería, un vivero y la despensa Génesis.



Ilustración 9. Casa Matriz Variedades Genesis. Fuente: variedadesgenesis.com

A pesar que, Variedades Genesis tenía su propia tienda en línea, se puede observar en su página oficial de Facebook que esta seguía operando con normalidad a noviembre del 2020 luego de su reapertura en la mayoría de sus locales, en cuestión de 10 meses desde su reapertura se empezaron a notar los cierres de sus sucursales llegando a dejar únicamente abiertas 2 (sucursal España y su casa matriz). En una nota realizada por La Prensa Gráfica en Julio de 2021 “Lo que queda de Variedades Génesis, la tienda de segunda mano por la que hacían colas para entrar” mencionan que se desconocen los motivos por el cual sus sucursales cerraron sin embargo uno de los empleados menciona al periódico uno de los motivos por los cuales cerraron fue por falta de pago del local ya que estos tuvieron que cerrarse por completo durante la cuarentena que fue emitida.



Ilustración 10. Genesis Mall. Fuente: Foto EDH / Enrique Carranza

Actualmente en su página web solo mencionan 2 sucursales al público y no se puede realizar compras en líneas, aún mantienen su página oficial de Facebook, la empresa tampoco ha emitido algún comunicado oficial del cierre de sus sucursales.

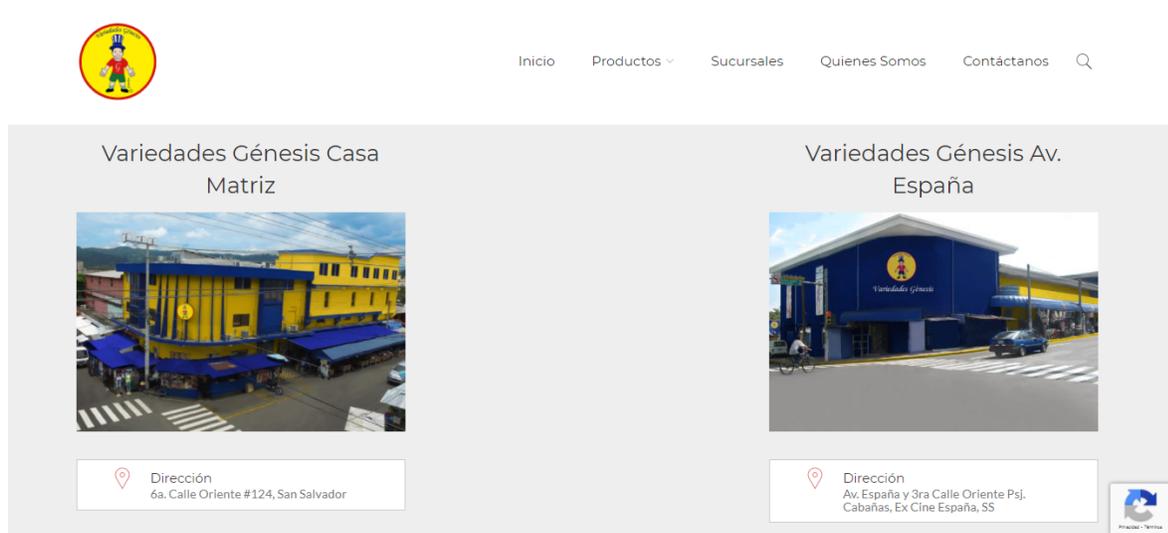


Ilustración 11. Sucursales Abiertas Variedades Genesis. Fuente: variedadesgenesis.com

Uno de muchos ejemplos claros que tenemos en el país de empresas PYMES que salieron adelante durante la pandemia es Shopping Center, Este almacén es una de las empresas más grandes especializadas en venta de ropa americana, recibiendo todos los días más de mil productos, todo con el objetivo de mantener variedad de productos para mujeres, hombres y niños.

Si bien es cierto no son los únicos centros de venta de ropa americana usada, pero ellos supieron modificar su modelo de negocio y adaptarse a la situación que dentro del país y el mundo entero se estaba viviendo.

Durante la cuarentena preventiva a nivel nacional para evitar contagios de COVID 19, Shopping Center impulsó sus ventas online con servicio de entrega en casa a través de su página web: <https://www.shopping-center.store>; lo que permitió no solo que los usuarios adquirieran sus productos sin salir de casa, sino que también, permitió que otros pequeños emprendedores adquirieran fardos de ropa online y crear sus páginas en Facebook para realizar ventas.

Shopping Center realizó lo que otros de su misma categoría no quisieron, por no invertir o por pensar que esas modificaciones en su modelo de negocio no funcionarían, pero para ellos fue un éxito, mantuvieron sus ventas y acapararon clientes nuevos a su cartera, tanto que un año

después en una revista digital escrita por Carol Morales Almacenes Shopping Center abre su onceava sucursal en la Escalón, han tomado posesión de edificios que antes eran de Variedades Genesis.

+

**Las sucursales
están listas para el**

BLACK SHOPPING

WEEKEND



SUC. IRA CALLE



CASA MATRIZ



SUC. 25 CALLE



SUC. ARCE



SUC. LOS HÉROES



SUC. ROOSEVELT



SUC. DARIO



**SUCURSAL ARCE 2
(CEH EUROPA)**



SUCURSAL ESCALÓN

Ilustración 12. Sucursales Shopping Center Fuente: Página oficial de Facebook Almacenes Shopping Center El Salvador

Almacenes Shopping Center se caracteriza por tener una oferta diferente cada día y esa es su forma de mantener a sus clientes satisfechos al realizar sus compras.

El modelo de negocio utilizado por Shopping Center es B2C, Business-to-Consumer se refiere a las plataformas virtuales de venta, en pocas palabras es una estrategia para poder ofrecer a los consumidores sus productos de forma online, con el servicio de entrega inmediata y stock existente.

Existen diferentes plataformas digitales que se están modernizando actualmente y entrando en el mercado para ser de mucha utilidad a la población, sin embargo, tendrían más valor y tendrían más éxito si este tipo de plataformas fueran impulsadas por los entes reguladores.

Y finalmente hemos observado el cambio en el consumidor, ya que a raíz de la pandemia causada por el COVID-19, se impulsó el uso de este tipo de plataformas y fintech que ayudarían a la población a efectuar sus pagos, realizar transacciones y a transferir dinero entre bancos y de una persona a otra; vieron la necesidad de requerir el uso de ellas aun cuando no se estaba bien familiarizado con este nuevo tipo de servicio. El miedo que se tiene a lo desconocido hace que las personas no utilicen algún tipo de plataforma digital, pero viendo la necesidad que se tuvo al no poder salir de casa por estar en cuarentena hizo a las empresas y a la población utilizarlas, ya que ahora se empieza a conocer de este servicio hace más fácil y practico todo tipo de transacción. Por lo que se espera que poco a poco el Gobierno de El Salvador junto con los entes reguladores formen un marco regulatorio que favorezcan a todos los comercios e instituciones financieras, así como también a la población en general.

Se espera que el país empiece a ser moderno y vanguardista para que países de primer mundo puedan invertir y seguir apoyando programas que favorezcan al crecimiento económico para que la población tenga oportunidades de empleo.

3.2. Conclusiones

Se pudo detectar que las fintech se han ido sumergiendo en los comercios del país después de que la pandemia por COVID-19 afectara la economía de estas, aunque algunas PYMES tuvieron que cerrar por falta de liquidez y otras han crecido debido a este tipo de servicio.

Se encontró un proceso de transformación digital y dentro de este son parte esencial la fintech, muchas personas han dejado de creer en las financieras tradicionales, los procesos engorrosos y empezaron a buscar alternativas que ofrecen el startup y fintech, estas nuevas soluciones son atractivas porque ofrecen productos totalmente on-line que no requieren desplazamiento y se obtiene respuesta inmediata.

A pesar que en El Salvador hay problemas sociales que afectan la economía, hay que enfocar recursos en los programas de alfabetización lingüística de la población que lo necesita, para que tengan mejores oportunidades de empleo e incrementen los ingresos familiares, con el fin de que se incluyan en la adaptación de las nuevas tecnologías digitales.

3.3. Recomendaciones

Para poder seguir penetrando en el mercado las fintech, la SSF y el BCR deberían facilitar y agilizar los trámites para que las entidades financieras puedan tener mejores beneficios tanto con los comercios como con las personas naturales.

Se recomienda al gobierno salvadoreño continuar con el programa de alfabetización lingüística para las personas e implementar programas de capacitación sobre las plataformas digitales, para que la población se sumerja en esta nueva era y tengan facilidades de realizar transacciones digitales.

Se recomienda que la industria bancaria valore invertir en este tipo de emprendimientos y pymes ya que representan una oportunidad en la economía y mayor conocimiento en la tecnología financiera.

A pesar de no tener una regulación para empresas fintech en El Salvador, se recomienda, utilizar el modelo de negocio lo más similar a las operaciones de estas y estudiar el nivel de riesgo operativo.

GLOSARIO

Se conceptualizan algunas palabras utilizadas en el presente trabajo (Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, 1996)

A

ADMINISTRACIÓN: Proceso de planear, realizar y evaluar las actividades de un equipo desarrolladas para la consecución de una meta afín a los intereses de sus miembros.

B

BIENES DE CONSUMO: Artículos que satisfacen las necesidades humanas.

B2B: Siglas de "Business to Business". Se basa en la interacción de empresas por medio de Internet. Puede incluir intercambios de información, plataformas de subastas y mercados de negocios.

B2C: Siglas de "Business to Consumer". Se basa en transacciones entre empresas y consumidores finales.

B2E: Siglas de "Business-to-Employees". Dirigida a las relaciones entre las empresas y sus empleados. Es un comercio interno que va desde la empresa hacia los empleados, la cual puede ser realizada a través del website corporativo, o desde una Intranet de acceso restringido, a los empleados de una empresa.

B2I: Siglas de "Business to Investor". Se basa en transacciones entre empresas e inversionistas.

BASE DE DATOS DE MARKETING: Base de datos que contiene referencias sobre clientes y clientes potenciales, las cuales normalmente son analizadas para ser ampliadas y obtener información específica.

BRANDING: Estrategias alrededor de la construcción de una marca.

C

C2C: Siglas de "Consumer to Consumer". Se basa en transacciones de consumidor a consumidor donde actúa usualmente, una empresa mediadora que acerca la oferta y demanda de artículos o servicios.

CANAL DE COMUNICACIÓN: Es el medio utilizado para transmitir un mensaje ya sea de manera personal o impersonal. Los canales de comunicación personal requieren la existencia de dos o más personas que se comunican directamente unas con otras de diferentes formas como: una entrevista personal, por teléfono, por correo, etc. Los canales de comunicación impersonal incluyen los medios de comunicación de masas: prensa, radio, televisión, etc.

CATEGORY MANAGEMENT: Proceso de administración de las categorías de productos como unidades individuales del negocio y personalizar la mezcla de producto y marketing de cada cate

D

DEBITAR: Instrucciones de imputar una suma para disminuir el saldo disponible de una cuenta en los libros de un banco.

E

e-Business: Es la transformación de los procesos internos y externos de la empresa, mediante la utilización de tecnologías digitales.

e-Commerce: Es la compra-venta de productos, servicios e información a través medios electrónicos.

e-Marketplace: Se define como un corredor de bienes y servicios entre una comunidad de diversos compradores y vendedores basado en Internet.

ESTRATEGIA MARKETING: Parte del Marketing Plan que plasma las líneas generales a seguir para la consecución de los objetivos, tales como la distribución del marketing mix, el presupuesto asignado para los gastos en marketing, entre otras actividades.

F

FINANCIAMIENTO: Provisión de dinero cuando y donde se necesita.

I

INFLACIÓN: Mide el crecimiento del nivel general de precios de la economía. La inflación es calculada mensualmente por el DANE sobre los precios de una canasta básica de bienes y servicios de consumo para familias de ingresos medios y bajos. Con base en éstas se calcula un índice denominado Índice de Precios al Consumidor (IPC). La inflación corresponde a la variación periódica de ese índice.

INTERÉS: Es el costo que se paga a un tercero por utilizar recursos monetarios de su propiedad. Es la remuneración por el uso del dinero.

L

LEY: Es una declaración de la voluntad soberana, dictada por el Congreso de la República, por medio de la cual se ordena, permite o prohíbe una cosa. Debe ser sancionada por el Presidente de la República.

LIQUIDEZ: Es la mayor o menor facilidad que tiene el tenedor de un título o un activo para transformarlo en dinero en cualquier momento.

M

MERCADO INTERBANCARIO: Aquel que permite un flujo de fondos entre los bancos, pues mientras unos tienen excedentes de encaje, otros, así tengan la capacidad de colocación, no captan lo suficiente.

MONEDA: Medio de cambio de una unidad de valor, definido por referencia a la ubicación geográfica de las autoridades monetarias responsables.

MARKETING MIX: Estrategia donde se utilizan las cuatro variables controlables que una compañía regula para obtener ventas efectivas de un producto en particular. Estas variables son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

P

PARTICIPACIÓN DEL MERCADO: Porcentaje que se vende del producto de una compañía del total de productos similares que se vende en un mercado específico.

PENETRACIÓN DE MERCADO: Estrategia en la que la empresa trata de aumentar su participación de mercado donde ya vende sus productos.

POSICIONAMIENTO: Acción y efecto de desarrollar programas de identidad corporativa que determinen una posición superior en el mercado para la empresa y sus productos o servicio.

PRECIO: Es el valor monetario convenido entre el vendedor y el comprador en un intercambio de venta. Es una de las 4 P's del marketing.

PRODUCTO: Bien manufacturado que posee características físicas y subjetivas, mismas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad.

Es un bien, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a un mercado y que se recibe a cambio de dinero u otra unidad de valor.

PUBLICIDAD: Proviene de la palabra inglesa advertising, significa publicidad, viene del latín ad vertere, que quiere decir "mover la mente hacia". La publicidad es un mensaje estructurado, generalmente pagado por un patrocinador identificado, impersonal, que se transmite por algún medio de comunicación de masas; persuasiva, no neutral, no imparcial y se refiere a productos (bienes, servicios e ideas).

Q

QUEJA O RECLAMO: Es la manifestación de inconformidad expresada por un consumidor financiero respecto de un producto o servicio adquirido, ofrecido o prestado por la entidad vigilada y puesta en conocimiento de esta, del Defensor del Consumidor Financiero, de la Superintendencia Financiera de Colombia o de las demás instituciones competentes, según corresponda.

R

RENTABILIDAD: Es la relación entre la utilidad proporcionada por un título y el capital invertido en su adquisición.

RIESGO: Es el grado de variabilidad o contingencia del retorno de una inversión. En términos generales se puede esperar que, a mayor riesgo, mayor rentabilidad de la inversión. Existen varias clases de riesgos: de mercado, solvencia, jurídico, de liquides, de tasa de cambio, riesgo de tasa de interés.

S

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO: Es la estrategia que identifica grupos de individuos u organizaciones con ciertas necesidades y características comunes dentro de mercados amplios de

productos destinados al consumidor y a las compañías; después los incorpora a los segmentos más amplios según sus intereses en la utilidad del producto.

T

TASA DE CAMBIO: Relación entre el precio de dos monedas que es determinado por la oferta y la demanda. En otras palabras, es lo que tendría que pagarse en una moneda (peso colombiano, por ejemplo) para adquirir otra moneda (dólar estadounidense, por ejemplo).

TRANSFERENCIA DE FONDOS: Movimiento interno de fondos entre cuentas dentro de un banco o movimiento externo de fondos entre bancos.

U

USUARIO: Es la persona natural o jurídica quien, sin ser cliente, utiliza los servicios de una entidad.

REFERENCIAS

- BAC Credomatic El Salvador. (2020). *Transferencias Interbancarias en línea ACH*. Recuperado el 2021, de <https://www2.baccredomatic.com/es-ni/corporaciones-e-instituciones/tesoreria/transferencias/transferencias-interbancarias-ach-en-linea>
- BBC News Mundo. (14 de 05 de 2021). *Bitcoin: 6 preguntas para entender la más grande de las criptomonedas, cómo funciona y por qué es peligrosa*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-57066481>
- BBVA. (19 de 06 de 2018). *'Robo-advisors': qué son y por qué hay que tenerlos en cuenta a la hora de invertir*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/robo-advisors-tenerlos-cuenta-hora-invertir/>
- Cartagena, H. B., Pacheco Cruz, E. A., Palacios Chavez, S. E., & Tovar Osegueda, D. E. (2020). *Situación de la empresa salvadoreña frente a la emergencia COVID-19*. San Salvador: Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. (1996). *Glosario de Términos Financieros*. España: Biblioteca CEPAL.
- CONAMYPE. (2020). *Consolidado de las MYPE durante la cuarentena por covid-19 y la reapertura económica del país en el 2020*. San Salvador.
- Dorantes, R. (22 de 08 de 2018). *Qué es una startup*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/304376>
- Finanzas para todos. (2010). *Préstamos personales*. Obtenido de <https://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/prestamospersonales.html>

Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. (2020). *La economía tocó fondo en mayo y empieza a mostrar más actividad con la reapertura*. Antiguo Cuscatlán.

Garay Rodríguez, A. M., & Gozalez de Merino, S. J. (10 de 12 de 2020). *El uso de los servicios financieros digitales por parte de las MYPES*. Obtenido de <https://www.uca.edu.sv/realidad.empresarial/edicion-10-uso-de-servicios-financieros-digitales-mypes/>

González Ramírez, R. E., Machado Castro, J. L., & Ventura Martínez, L. E. (11 de 2019). *Modelo de emprendimiento para la creación de empresas fintech enfocada al sector de pagos y transferencias en El Salvador*. Recuperado el 11 de 07 de 2021, de Trabajo de investigación:

<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/20774/1/%E2%80%9CMODELO%20DE%20EMPREDIMIENTO%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20EMPRESAS%20FINTECH%20ENFOCADA%20AL%20SECTOR%20DE%20PAGOS%20Y%20TRAN.pdf>

López, J. F. (08 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fintech.html>

Migración Data Portal. (03 de 06 de 2021). *Remesas*. Obtenido de <https://migrationdataportal.org/es/themes/remesas>

Peiró, R. (14 de 11 de 2019). *Innovación*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

Roldán, P. N. (30 de 04 de 2017). *Dinero electrónico*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/dinero-electronico-2.html>

SAS. (2021). *Big data. Qué es y por qué es importante*. Obtenido de https://www.sas.com/es_mx/insights/big-data/what-is-big-data.html

Szymanczyk, O. (2013). Historia de las telecomunicaciones mundiales. En O. Szymanczyk, *Historia de las telecomunicaciones mundiales* (pág. 312). Buenos Aires: Editorial Dunken.

UNI. (2020). *¿QUÉ ES UNI?* Recuperado el Junio de 2021, de <http://uni.com.sv/>

Viera Pineda, G. M. (2018). Sistema financiero y tecnologías: La era de las Fintech. *Boletín Económico*, 6.

ANEXOS

Anexo 1



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



GUIA DE ENTREVISTA

Presentación: Como estudiantes de la Universidad de El Salvador de la carrera de Mercadeo Internacional realizamos una investigación monográfica sobre la tecnología financiera como apoyo al incremento de ventas en pequeñas y medianas empresas en El Salvador, por lo que solicitamos su valiosa colaboración. La información recopilada es únicamente para fines académicos.

Nombre del entrevistador	
Fecha de la entrevista	
Nombre del entrevistado	
Profesión u ocupación actual	
Lugar de trabajo actual	
Área de trabajo actual	
Formación académica	

Preguntas propuestas

1. ¿Nos podría hablar de usted y su cargo en la empresa? ¿Qué es lo que hacen específicamente?
2. ¿Cuál es su opinión sobre las tecnologías financieras?
3. ¿Cómo podría definir a las tecnologías financieras en El Salvador?
4. ¿Cuál es la influencia que usted considera tienen las fintech dentro de la innovación de una empresa?
5. ¿en qué momento considera que las fintech iniciaron a tener su auge en el país?
6. ¿Considera usted que existe un avance en el país en cuanto a tecnología financiera e innovación en la pequeñas o medianas empresas o solo en las grandes corporaciones?
7. ¿Considera que las fintech ayudan a las empresas a un mejor posicionamiento en el mercado?, ¿Por qué?
8. ¿Conoce algunas empresas o algún ejemplo de una empresa que a raíz de la pandemia por COVID-19 cerraron operaciones por no adaptarse al cambio digital en el país?
9. ¿Conoce alguna empresa que pudo adaptarse con éxito al cambio digital o adaptación de fintech en la pandemia por COVID-19 en el país?
10. Según su experiencia, ¿Cuál es el proceso para integrar fintech en una empresa?

11. ¿Cuál es el proceso o el paso más difícil y/o más tardado en el proceso de integración de las fintech?
12. Según su punto de vista, ¿Qué oportunidades ofrecen las fintech para desarrollar un mercado digital de servicios financieros?
13. ¿Cree que el marco legal actual restringe o promueve el uso de fintech? ¿Qué haría falta?