



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

**EL COMERCIO ELECTRONICO COMO HERRAMIENTA
TECNOLÓGICA DE PAGO. CASO VENTA DE SERVICIOS
ACADÉMICOS ON LINE EN LA PUCESE**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

AUTOR (A)

EVELYN ADRIANA APARICIO ARIAS

ASESOR

MGT. CESAR GODOY ROSERO

Esmeraldas – agosto, 2018

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR.

.....
Presidente Tribunal de Graduación

.....
Lector 1
Ing. Francisco Mila

.....
Lector 2
Ing. Kleber Vera

.....
Director de Escuela
Ing. Mario Armas Arias

.....
Director de Tesis
Ing. Cesar Godoy Rosero

Septiembre, del 2018

AUTORÍA

Yo EVELYN ADRIANA APARICIO ARIAS declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal. En virtud que el contenido de esta investigación, es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

.....
EVELYN ADRIANA APARICIO ARIAS

CI: 0802368720

DEDICATORIA

Dedicada a la memoria de mi padre, DOVIER APARICIO MORCILLO, al amor de mi vida, a ese ser incansable, abnegado y aguerrido, guayacán duro de envejecer y desfallecer, a ese ser que con esfuerzo y dedicación me llevo a ser todo lo que hoy soy, una mujer fuerte y capaz de tomar sus propias decisiones sin temor.

Dedicado a las noches en vela, a las largas charlas que teníamos cuando enfermaba y las tardes de hospital en las que sentíamos que ya no podíamos más, y, aun así, soñábamos con alcanzar tantos sueños juntos, y que por designios de Dios no tuvimos la oportunidad de realizar en vida.

Por esto dedico este esfuerzo, y logro cumplido como ingeniera, a su amor e inspiración desde el cielo.

Evelyn Adriana Aparicio Arias

AGRADECIMIENTO

En primera instancia a Dios por tenerme con vida y salud, para poder llegar a esta etapa, a mi padre y en la misma línea a mi madre NARCISA ARIAS PÁRRAGA, quien con mucho esfuerzo y sacrificio nos ha ayudado a mí y a mi hermano a salir adelante, a no desmayar y a no darnos por vencidos, a ser quien nos inspira y apoya para lograr nuestras metas, a ella, por quien me levanto en las mañanas y me siento motivada a seguir, a ella, por quien aún mis ojos brillan y mi alma siente una razón para seguir viviendo, a ella, mi madre.

Agradezco a mi familia, a mi mami Rosi, a mi hermano Daniel, a mis tíos Mary, Eddy Byron y Papucho quienes después de la muerte de mi padre, estuvieron presentes para ayudarme sin ninguna obligación, solo por amor.

Agradezco también a esa persona especial que estuvo conmigo a lo largo de estos años, alentándome desde la tribuna y acompañándome en cada momento, tanto buenos como malos, gracias Diego Alejandro.

Así mismo, un enorme agradecimiento a mi querida Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, por permitir mi formación y su gran equipo de profesionales docentes, al magister Francisco Mila quien admitió la convalidación de mi carrera, cuando era Director de la Escuela de Comercio Exterior y me dio la oportunidad de seguir adelante con mis estudios; al magister Mario Armas y Fernando Díaz quienes siempre nos motivaron con sus palabras y acciones para ser activistas de nuestras propias vidas, al Magister Cesar Godoy por la asesoría brindada y la guía permanente de la búsqueda de la excelencia.

Por último y no menos importante, agradezco a mis compañeros y amigos de este largo camino, por las largas horas de estudio y amanecidas haciendo proyectos e investigaciones y por supuesto por la verdadera e incondicional amistad.

A todos y cada uno de ustedes, gracias mil gracias.

Evelyn Adriana Aparicio Arias.

ÍNDICE

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	II
AUTORÍA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE	VI
ABREVIATURA.....	VIII
LISTA DE ILUSTRACIONES	VIII
LISTA DE TABLAS	VIII
RESUMEN	IX
PALABRAS CLAVE	IX
ABSTRA.....	X
INTRODUCCIÓN.....	- 2 -
CAPÍTULO I	- 8 -
MARCO TEÓRICO	- 8 -
1.1 Bases teórico-científicas.....	- 8 -
1.1.1 Comercio electrónico.....	- 9 -
1.1.2.1 Riesgos y seguridades de medios de pago.....	- 13 -
1.1.2 Medios de pago electrónicos	- 14 -
1.1.3 Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas	- 17 -
1.2 Antecedentes	- 19 -
1.3 Marco legal.....	- 21 -
CAPÍTULO II.....	- 24 -
METODOLOGÍA.....	- 24 -
2.1 Descripción del lugar	- 24 -
2.2 Tipo de investigación	- 24 -
2.3 Definición conceptual y operacional de la variable	- 25 -
2.4 Métodos.....	- 27 -
2.5 Población y muestra de estudio.....	- 27 -
2.6 Técnicas e instrumentos	- 28 -
2.7 Análisis de datos	- 29 -
CAPÍTULO III.....	- 30 -
RESULTADOS	- 30 -

a) Utilización de medios de pago electrónicos	- 31 -
b) Necesidad de venta de servicios on-line	- 32 -
c) Servicios que se pagan con medios de pago electrónico	- 34 -
d) Requerimiento de e - commerce para pagos en línea de servicios académicos	
PUCESE.....	- 35 -
<input type="checkbox"/> Aspecto financiero	- 35 -
<input type="checkbox"/> Aspecto tecnológico	- 36 -
Características del Software	- 36 -
Seguridad de la información.....	- 36 -
Botón de pago del proyecto “YO CONTRUYO PUCESE”	- 37 -
CAPÍTULO IV	- 39 -
DISCUSIÓN	- 39 -
CAPÍTULO V	- 41 -
CONCLUSIONES	- 41 -
CAPÍTULO VI	- 43 -
RECOMENDACIONES.....	- 43 -
BIBLIOGRAFÍA	- 44 -

ABREVIATURA

PUCESE: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas

TIC: Tecnologías de información y comunicación

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.- Evolución de órdenes de compra por internet en Ecuador	- 5 -
Ilustración 2.- Cómo funciona el sistema de dinero electrónico	- 17 -
Ilustración 3.- Página principal del botón de donación “YO CONSTRUYO PUCESE”	- 38 -
Ilustración 4.- Campos obligatorios para donar en “YO CONSTRUYOPUCESE”	- 38 -

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.- Operacionalización de la variable	-25-
Tabla 2.- Población y muestra	-27-
Tabla 3.- Estadística de fiabilidad, Alfa de Cronbach	- 30 -
Tabla 4.- Prueba de Bartlett para la utilización de medios de pago electrónicos	- 31 -
Tabla 5.- Correlación de la utilización de medios de pago electrónicos	- 31 -
Tabla 6 .- Actividades de compras en tiendas virtuales.....	- 32 -
Tabla 7.- Prueba de Bartlett para la necesidad de venta de servicios on-line.....	- 32 -
Tabla 8.- Medios de pago para adquirir servicios académicos	- 33 -
Tabla 9.- Correlación de la necesidad de venta de servicios on-line.....	- 33 -
Tabla 10 .- Medios de pago para adquirir servicios académicos	- 34 -
Tabla 11.- Servicios que oferta la PUCESE	- 34 -

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la utilización de medios de pago electrónicos, mediante un estudio prospectivo en la comunidad PUCESE, para establecer la necesidad de venta de servicios a través del comercio electrónico. El tipo de estudio de esta investigación es cuali-cuantitativo, diseñado para complementar la información recolectada, puesto que este estudio fue completado con opiniones abiertas del personal administrativo de la PUCE Esmeraldas, y las necesidades que tiene cada uno de los sujetos que hacen uso o acceden a los servicios que oferta la universidad, detallando las reacciones que generan en los usuarios las actuales formas de pago. Para esto, se realizó investigación de campo a través de dos herramientas científicas, encuestas a estudiantes y usuarios de los servicios académicos que oferta la PUCE Esmeraldas y entrevistas al personal administrativo y técnico de la institución. Este estudio obtuvo como resultado que los usuarios de la institución están dispuestos a utilizar los medios de pago electrónicos que poseen para adquirir servicios académicos y realizar procesos de pago en línea de la matrícula, debido a que, implementar un sistema para los procedimientos en mención, garantiza un eficiente y eficaz proceso de tramitología y recaudaciones por concepto de ventas de servicios académicos, facilitando el intercambio comercial que genera mayor control de la información de los ingresos y egreso de un empresa.

PALABRAS CLAVE

Comercio electrónico, PUCESE, medios de pago electrónicos, pagos de servicios en línea.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the use of electronic means of payment, through a prospective study in the PUCESE community, to establish the need to sell services through electronic commerce. The type of study of this research is quali-quantitative, designed to complement the information collected, since, this study was completed with open opinions of the administrative staff of PUCE Esmeraldas, and the needs of each of the subjects that make use of or access the services offered by the university, detailing the reactions that users generate the current forms of payment. For this, field research was conducted through two scientific tools, surveys of students and users of academic services that offer PUCE Esmeraldas and interviews with the administrative and technical staff of the institution. This study obtained as a result that the users of the institution are willing to use the electronic means of payment they have to acquire academic services and perform online payment processes of enrollment, because, implement a system for the procedures in mention, guarantees an efficient and effective process of procedures and collections for sales of academic services, facilitating the commercial exchange that generates greater control of the income information and income of a company.

KEY WORDS

E – commerce, PUCESE, electronics means of payment, on line service payments.

INTRODUCCIÓN

La tecnología es parte fundamental en muchos lugares y escenarios del diario vivir, incluso algunas actividades y personas son dependientes de ésta. El surgimiento de la tecnología ha motivado a la humanidad a sentir que se tiene instrumentos poderosos de comunicación a su alcance y que a la vez estimula el desarrollo, el conocimiento de culturas, la educación, la economía y con ésta el comercio mundial (Dominguez, 2004).

La tecnología ha ido rompiendo barreras, sin embargo, ésta no sería tan revolucionaria si no iría de la mano con el internet, que permite la intercomunicación y el acceso a un universo virtual, en donde circulan miembros de todas las sociedades mundiales quienes realizan actividades cotidianas ya sea personales, sociales, laborales o económicas; algunas de estos que haceres diarios de suma importancia a nivel empresarial como es el comercio electrónico o e-commerce en inglés (Aguirre y Manasía, 2007).

Dentro de este campo evolucionan muchos negocios innovadores para los mercados con el afán de generar nuevas y modernas fuentes de ingreso, la evolución de las tecnologías crean una mejor promoción de los bienes o servicios que se ofertan, además de una directa comunicación entre proveedores, empresarios y clientes a la hora de realizar negociaciones y transacciones, lo que deja de lado costos innecesarios desde costos logísticos de entrega y de transporte hasta la eliminación de intermediarios. Rompiendo de esta forma muchas barreras, que antes limitaban el comercio.

El uso del comercio electrónico mejora la organización de toda empresa, ya que, no es necesario la formación físico-estructural de una entidad de negocios, por lo que la prestación del servicio o venta de un bien, tiende a ser de manera permanente y mundial, debido al acceso global del internet, en la mayoría de los casos la utilización de esta herramienta es gratuita o de mínimo costo (Jimenez, Del Aguila y Padilla, 2005).

Sin embargo, el interés del comercio electrónico, según Castells (2000) recae únicamente en la noción de venta al consumidor, conocido en inglés como Business to Consumers B2C, que demuestra solo un 20% de todas las transacciones y negociaciones que se dan a través del comercio electrónico mundial, mientras que el porcentaje restante se enfatiza en relacionarse exclusivamente de empresa a empresa, como proveedores-industria,

industria-distribuidores; dejando de lado el contacto directo con el consumidor final por medio del e-commerce.

En el caso de las entidades universitarias, en el Ecuador son muy pocas las que cuentan con herramientas tecnológicas de pago para acceder a los servicios académicos, el manejo o el desenvolvimiento dentro de este campo, pocas entidades universitarias lo aplican, a pesar de ser una significativa y representativa fuente de ingresos; y, una herramienta que facilita trámites y pagos rápidos de manera eficiente (Korntheuer, 2016).

La PUCE Esmeraldas es una entidad empresarial que ofrece servicios académicos en el área de educación superior, en la ciudad de Esmeraldas, ésta institución no cuenta con un sistema virtual que le permita a sus usuarios acceder a la compra de estos servicios, así como el pago de los mismos, lo que genera manuales y engorrosos trámites, molestas colas, y un mayor gasto de tiempo y recursos.

En el mundo, el uso del comercio electrónico ha sido revolucionario, así indican estudios y reportes en Europa, en donde el uso por parte de empresas ha incrementado en medida significativa en conjunto con el desarrollo de mercados de telecomunicaciones, estudios que dan como resultado el incremento en actividad comercial europea de manera virtual, es decir, transacciones comerciales extranjeras, operaciones electrónicas y medios de pago, estando a la cabeza los pagos con tarjetas de crédito y de débito (Del Pino & Vazques, 2004).

En América Latina la situación no es ajena, todo se dirige al crecimiento del comercio electrónico o e-commerce, más que todo en el campo del B2C el cual arrojó cifras de 1.5 trillones de dólares hasta hace 10 años, estando a la cabeza del universo comercial electrónico, no obstante, solo un porcentaje mínimo en esta cifra es aportado por las pequeñas y medianas empresas de Latinoamérica (Ruiz, 2015).

En este contexto, Ecuador no es indiferente, debido a que, en el mundo globalizado en el que se vive actualmente, todo este tipo de actividades están al alcance de las personas por medio del internet, por lo que se debe conocer las posibilidades y ventajas que ofrece el comercio electrónico para los consumidores y la importancia del uso de esta herramienta en las actividades cotidianas, para facilitar y optimizar costes de comercialización entre regiones o fronteras, y descubrir de este modo la relevancia de este potencial instrumento (COM, 2010).

Un dato estadístico del Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (2015) evidencia que, en Ecuador el 30% de las personas que se encuestaron y usan cotidianamente el internet, afirmaron nunca haber realizado una compra o venta en línea ya sea por desconocimiento o desconfianza (El Telégrafo, 2016).

Una problemática que no solo se ve enmarcada en la inconsciencia tecnológica, también tiene bases en el desconocimiento legal que genera las acciones de compras, ventas, transacciones económicas y movilidad de servicios nacionales e internacionales a través de páginas web y dispositivos electrónicos como computadoras y celulares (Ortiz, 2017). El comercio electrónico también es un hecho generador de razón tributaria tal cual lo establece el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones del Ecuador y que es desconocido en algunos sectores del país, lo que crea una brecha mítica de su utilización.

La utilización limitada de medios de pago electrónicos, es otra constante en la problemática de la aplicación del comercio electrónico, no obstante, en la actualidad existen novedosos medios de pago, como la moneda electrónica, tarjetas de pago, transferencias en línea, pagos mediante cuentas de pay pal, etc. (Silva Murillo, 2009).

Existen algunos artículos científicos que extienden información del comercio electrónico, explicando que los ecuatorianos presentan dificultades al momento de realizar los pagos electrónicos, lo que causa la renuncia a esta actividad y que los usuarios padezcan de desconfianza por los medios digitales de pagos y normativas aplicables; motivo que afecta negativamente el desarrollo del comercio electrónico en el Ecuador (Medina, 2016; Ramirez, 2015).

Con todo lo antes expuesto, la problemática surge porque en la ciudad de Esmeraldas el comercio es aún muy tradicional en cuanto al manejo de las herramientas de pago, que se utilizan para realizar las compras de bienes y de algunos servicios que se ofertan en la ciudad, esto limita algunos esquemas que pueden brindar las tecnologías actuales, y con ellas el comercio electrónico, que no ha sido puesto en marcha por la mayoría de los usuarios.

Estas limitaciones implican aspectos como el desconocimiento de las tecnologías, la desconfianza de la forma de pago, el marco legal en cuanto al comercio electrónico, hábitos de comercialización, falta de capacitación en la materia y hasta el tipo de producto

que se va a comercializar, afectan de manera negativa el uso del e-commerce y no permite que se introduzca como una herramienta de facilitación para el comercio actual.

Consecuentemente, qué sucede con la PUCESE, que en la actualidad no utiliza una herramienta de pago electrónica en materia de venta de servicios académicos, institución que forma parte de los agentes económicos corporativos, que usan en poca medida el comercio electrónico (El Telégrafo, 2016).

Ilustración 1.- Evolución de órdenes de compra por internet en Ecuador



Fuente: MINTEL, citado por Diario “El Telégrafo” 2016

El comercio electrónico es poco utilizado por la comunidad, el conocimiento es mínimo, y las facilidades y ofrecimiento de servicios por la PUCESE hacia sus usuarios es limitada y poco promovida; situación que debe ser estudiada en detalle para conocer las necesidades que apremian la implementación de la venta de servicio en línea.

Es así que, la importancia de realizar esta investigación radica en obtener beneficios del uso cotidiano del internet para realizar pagos comerciales; para que de esta forma el comercio electrónico sea parte de los procesos de la economía institucional, y así facilitar las transacciones de pago para la obtención de servicios académicos que se ofertan.

Todos los factores antes indicados, traen consigo problemas como el desgaste de tiempo y dinero, estrés laboral, largas y molestas colas en ventanilla, gastos adicionales en seguridad por traslado de dinero, gastos de movilización, gastos en papelería, gastos operativos, personales, entre otros.

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, se enuncia para las respuestas de la presente investigación, la siguiente pregunta científica ¿Qué necesidades y

potencialidades presenta la PUCE Esmeraldas para la implementación de la venta de servicios académicos a través del comercio electrónico?

En el Ecuador alrededor del 90% de las empresas que tienen acceso a internet, solo el 20% de estas usan el comercio electrónico para fines de compra y venta de bienes y servicios, una escasa cifra de ocupación de sistemas virtuales que brindan grandes ventajas en virtud del comercio nacional (El Telégrafo, 2016).

Y aunque el funcionamiento y utilización del comercio electrónico ha sido investigado y analizado en el Ecuador, la contribución de este medio de comercialización, en el caso de la PUCE Esmeraldas no ha sido profundizada en cuanto a medio de pagos por servicios concierne.

Con los resultados de esta investigación, se busca obtener varios beneficios como, la optimización de tiempo y dinero, minimizar el estrés laboral, evitar hacer largas y molestas colas en las ventanillas, reducir gastos adicionales en seguridad de traslado de dinero y movilización, entre otros factores que traerán facilidades y agilización de trámites.

Por esta razón esta investigación pretende generar mayor conocimiento acerca de los servicios que podría ofertar la PUCE Esmeraldas y cómo realizar el pago de estos en línea.

La aplicación de este estudio tendrá impacto administrativo de manera que la interacción entre los individuos será inmediata, ya que, el uso del comercio electrónico, es mucho más sencillo de lo que se considera, y de esta forma, derribar barreras que impiden la resistencia tecnológica (Carrillo, 2008).

Quienes se beneficiarán directamente serán todos los integrantes de la Comunidad PUCESE, estudiantes, trabajadores, docentes y la ciudadanía esmeraldeña en general, porque con los resultados obtenidos se dará apertura a la futura creación de un plan que contemple la implementación de pagos de servicios en línea.

Objetivos

Es importante mencionar que, para el desarrollo de esta investigación se determinó el siguiente objetivo general:

- Analizar la utilización de medios de pago electrónicos, mediante un estudio prospectivo en la comunidad PUCESE, para establecer la necesidad de venta de servicios académicos a través del comercio electrónico.

Es así que, para completar y cumplir el objetivo general, se estableció dos objetivos específicos que buscan:

- Describir los servicios que brinda la PUCE Esmeraldas en sus diferentes áreas, detallando cuáles se realizan a través de medios de pago electrónicos.
- Determinar los requerimientos de e-commerce para pagos de servicios en la PUCE Esmeraldas.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Bases teórico-científicas

En un estudio realizado por Sanchez (2015) plantea la teoría del comercio electrónico sostenible y un modelo de medición, esta teoría explica que la principal característica del comercio electrónico es el ahorro de recursos materiales y todos los costos operativos que demanda cierta tramitología física.

Seoane (2005) citado por Sanchez (2015), hace énfasis en que la sustancia principal de las aplicaciones electrónicas es la máxima optimización de recursos monetarios, lo que sustenta la teoría inicialmente mencionada en este párrafo, dejando claro que el comercio electrónico conceptualmente ya es un modelo de negocio sustentable para las empresas.

En fin, la apertura de negocios en línea aporta una alta colaboración entre empresas y consumidores directos, que el mercado virtual ofrece a lo largo y ancho del planeta, evidenciado así el ahorro sostenible de recursos.

Para que el comercio electrónico sea posible es necesario una serie de elementos que en conjunto logran crear y mostrar el mundo virtual en que se desarrollan los negocios hoy en día.

Internet es considerado como una red virtual madre, que abarca casi todos los lugares del planeta en la actualidad, conecta entre sí miles de dispositivos electrónicos que tengan la capacidad para establecer conexión con esta red alrededor de todo el mundo.

Internet se puede conectar a través de varios elementos como fibra óptica, radiofrecuencia entre otros, y que tiene como objetivo la comunicación directa y rápida de sus usuarios, por medio del internet se puede realizar muchas actividades cotidianas, desde ubicar una dirección en un mapa, hasta la comercialización de productos sin necesidad de tener un stock físico de bienes (Ramirez, 2013).

Para que el internet y sus sistemas sean posibles son necesarios una serie de elementos tales como el hosting.

Hosting, es conocido como un alojamiento web, consiste en un servicio prestado por un proveedor en donde puedes alojar todo tipo de aplicaciones digitales, e mails, imágenes, videos etc., y que permite colocar aplicaciones de ventas de productos o servicios para ser ofertadas en el mercado cibernético (Hadmin, 2012).

Todo hosting cuenta con un nombre que identifica la página, y se conoce como dominio. Dominio, son los nombres que se le otorga a un sitio web en específico y estos pueden ser completos, de acuerdo a que o quiénes pertenecen y en algunos casos a los países en donde fueron creados los sitios web y pueden ser: com, edu, net, ec, etc.

1.1.1 Comercio electrónico

El comercio electrónico “consiste en realizar electrónicamente transacciones comerciales; es cualquier actividad en la que las empresas y consumidores interactúan y hacen negocios entre sí y con los administradores por medios electrónicos” (COM, 2010).

El comercio electrónico puede conceptualizarse como todo tipo de actividad de negocio, intercambio o presentaciones de bienes y servicios, transacción e información que se dé a través de dispositivos electrónicos, o de tecnologías de información y comunicación TIC, y de redes como el internet (Diez de Castro & Miranda, 2001).

Según Illanes (1999) el comercio electrónico ha permitido usar la tecnología de manera ventajosa frente a las competencias en el mercado y el desarrollo económico mundial, resaltando dos aspectos relevantes en el campo empresarial: Toma de decisiones y la calidad del servicio que se le pueda brindar a los clientes, citado por Fernández, Sanchez, Jiménez, & Hernández (2015). Así mismo estos autores plantean al comercio electrónico como un acontecimiento innovador y estratégico al instante de decidir la forma de atender al cliente y llevar a cabo algunas actividades cruciales, con el objeto de darle un valor agregado diferente y destacado a sus productos, en el momento del lanzamiento al mercado.

El comercio electrónico va mas alla del marco y telon tradicional del comercio, debido a que, la interacción del vendedor o productor con el consumidor esta materializada a través de un medio digital con la finalidad de complementar y en algunos casos de sustituir el contacto físico entre las partes.

En el libro del “Comercio Electrónico” de Martines y Rojas (2016) se visualiza al comercio electrónico como el marketing de la compilación de todos los procesos realizados, para ofertar lo servicios o bienes terminados de las empresas; y que, estimula la acción de compra o promoción de los productos, con el objeto de recuperar la inversión y obtener ganancias. Todos estos objetivos se cumplen a través de plataformas virtuales, publicidad online, redes sociales, páginas web, etc.

Tamra (1997), citado por Martines y Rojas (2016) afirma que, dentro del mundo del comercio exterior, están inmiscuidos absolutamente todas las transacciones de comercialización y de negocios que se hacen a través de la web, estos incluyen compras, ventas y publicidad, promociones, entre otros, a cambio de remuneraciones de dinero electrónico, realizadas en medios de pagos tecnológicos.

Existen factores que contribuyen al desarrollo de este campo electrónico y que benefician a las personas al momento de utilizar esta herramienta, por ejemplo, gracias al internet las fronteras geográficas hoy en día no son un limitante para el comercio, y tiene cobertura global a toda hora y en todo momento; por otro lado, es una catapulta de productividad debido al contacto directo y personalizado condine los clientes y sus necesidades o preferencias, ya que, esto permite ofertar productos a la altura de los intereses de los clientes, sin menester de un intermediario (Ibarra, Partida, y Aguilar, 2014).

Sojo (2001) expresa que el comercio electrónico hace que las empresas estén en igualdad de condiciones en lo que respecta a la competencia, oportunidad y atención al cliente en cuanto al despacho de la mercadería; y optimiza tiempo y dinero en procedimientos de logística anulando canales de distribución físicos, que aportan al ahorro de recursos económicos.

Del mismo modo el autor indica que las dificultades o desventajas del comercio electrónico son variadas, pero la principal radica en las formas de pago de los productos que se quieren adquirir, ya sea por las comisiones que cobran las entidades bancarias al momento de realizar una transacción, desconocimiento del manejo de la red, y sobre todo la desconfianza virtual.

Si se realiza una compra en línea, y la negociación en cuestión no cumple con las obligaciones pactadas inicialmente, entonces el usuario se encuentra frente a una evidente estafa o como lo que se conoce como fraude cibernético (Pecoy, 2011). Todos estos

factores son limitantes tanto para el desarrollo del comercio electrónico, como para el uso de las personas.

Sin embargo, afloran factores sociales que influyen en el desarrollo del comercio electrónico de un país o región, y uno de estos es la escasa difusión del comercio electrónico, lo que delimita el uso de este, mientras que, cuando la difusión es alta, la importancia y el uso son mínimos (Sanchez y Arroyo, 2016).

Entonces, queda claro que el comercio electrónico es una herramienta que funciona a través de medios tecnológicos, para facilitar el comercio mundial, específicamente si se utiliza como instrumento de pago, con la finalidad de optimizar tiempo y dinero en las transacciones de comercialización local y mundial.

Existen tres tipos de comercio electrónico según su fin, la plataforma y el destinatario, en esta investigación se considerará la tipología del destinatario, ya que destaca la actuación de agentes económicos, dentro de este tipo esta la relación empresa a empresa, de empresa a consumidor, de consumidor a consumidor, de consumidor a empresa, de empresa a administración y de consumidor a administración (Universidad Oberta de Cataluña, s.f.).

En esta modalidad, de comercio de empresa a consumidor se relaciona la empresa y el consumidor o comprador a través de telecomunicaciones con el objetivo de ofertar sus productos (Universidad Oberta de Cataluña, s.f.).

Así mismo la Universidad Oberta de Cataluña indica que, el comercio de empresa a empresa, es la evolución de la negociación entre empresas a través de un medio de telecomunicación y facilita el intercambio de bienes y servicios entre ellas, aprovechando la oportunidad de ofertar por medios electrónicos.

Un estudio realizado por Vallina y Bach (2014) explica que, con el nacimiento de las tecnologías, ofertas ventas y promociones en línea, aparecen también nuevos tipos de clientes o clientes en línea, que se caracterizan por el perfil comercial que desarrollan a través de la web y que los diferencia de un cliente consuetudinario. Citado por Martínez y Rojas (2016).

Es por eso que se considera describir a los clientes en línea desde los que son poco receptivos e interesados en el marketing digital, mostrando resistencia a las compras o adquisición de bienes a través de medios electrónicos; pasando por los clientes que tienen como objeto adquisiciones personales, profesionales y los de información, que

únicamente utilizan la web para estar al día de lo que necesitan saber y creen que la información digital es verídica y veraz; hasta los clientes con puntos de vista de la red, como el mayor espacio para realizar absolutamente todas sus actividades laborales, sociales y económicas, es decir la web lo es todo para este segmento del mercado.

Así nacen las tiendas virtuales, que son plataformas virtuales, como su nombre lo indica, electrónicas o digitales que ofertan bienes y servicios a cambio de moneda electrónica, a diferencia de las tiendas físicas, una tienda virtual vende sus productos con información y referencias detalladas de cada bien, es decir sus funciones, sus capacidades y sus características descritas para conocimiento del público demandante (Valenzuela, 2011). En el Ecuador existe varios ejemplos de estas tiendas virtuales recientemente creadas, en un impulso de emprendimiento por promocionar productos nacionales en mercados internacionales, y así ser adquiridos con facilidad en línea (MIPRO, 2014).

Con el surgimiento de nuevas tecnologías, aparecen con ellas estrategias novedosas de marketing o marketing virtual, que pueden ser muy ventajosas para las empresas, hoy en día es muy común la promoción de sus productos a través de ventanas virtuales, lo que hace que el mensaje de la oferta llegue de forma total y directa a los posibles consumidores, cambiando sus comportamientos de consumo ya que la información del producto es mucho más específica; por otra parte este tipo de marketing da un valor agregado innovador a los bienes o servicios (Martínez y Rojas, 2016).

Las formas de pago son el establecimiento de las condiciones y tiempo del pago que se va a realizar por un intercambio de bienes o servicios por dinero, estas condiciones de pago están ligadas a la entrega de un bien o servicio, existen varias formas de pago que se pueden realizar al momento de la negociación (MINCETUR, 2013):

- Pagos al contado o la vista
- Pagos a plazo o de parcialidades
- Pagos por adelantado o transferencias y depósitos previos y;
- Pagos en cuenta abierta

En la logística de la negociación de los bienes y servicios, es de suma importancia que la adquisición de un bien o servicio, tenga ciertos términos y condiciones de entrega, es por eso que los canales de distribución juegan un papel muy importante a la hora de la entrega y envío del bien de un producto, la logística también supone la forma de pago, el estado

y el plazo en el que será entregado el bien, en este contexto también debe considerarse que el valor de envío y entrega no suponga un precio que exceda el costo del bien total en canales de distribución físicos (Martínez y Rojas , 2016).

Así mismo estos autores señalan que, la logística de entrega de bienes adquiridos de manera virtual debe ser utilizada como estrategia de venta y marketing para llegar a los consumidores, y que, ésta debe ser eficiente de tal manera que el consumidor sienta que recibir el producto de puerta a puerta es mucho más cómodo que asistir a una tienda física y que el precio pagado por el servicio es totalmente módico.

Actualmente casi todos los establecimientos comerciales aceptan de una u otra manera medios de pago electrónico o digitales, es permitido incluso en algunos usar instrumentos de pago electrónicos como tarjetas de crédito, débito, moneda electrónica, etc.

Esta situación consiste en acercarse a realizar la compra o consumo dentro de un establecimiento comercial al instante y realizar el pago corriente, de contado o en parcialidades con instrumentos electrónicos ya sea tarjetas, data fast, entre otros.

1.1.2.1 Riesgos y seguridades de medios de pago

Pero también existen riesgos y seguridades al momento de utilizar los medios de pago y es que se considera que uno de los principales motivos de la resistencia al comercio electrónico, radica en la desconfianza que aún existe en realizar un pago en línea y de ingresar algún tipo de información personal a través de páginas web, sin embargo, aunque se quiera exalta el avance tecnológico y la maravilla que puede ser el internet, existen contras que son muy importantes analizar en lo que tiene que ver con pagos y movimientos de dinero a través de la red.

Los medios de pago electrónico brindan ventajas que en muchas ocasiones pueden ser seguras como el manejo de información y recurso debido a que las transacciones son directas y personales; la seguridad de que el valor transferido o pagado llega al acreedor correcto y la tranquilidad de no llevar siempre dinero físico por el que se pueda poner en riesgo la integridad personal.

En cuanto a los riesgos de un movimiento digital financiero existen muchos, entre ellos, la posibilidad de que, si se realiza un pago por la compra de un bien en modalidad de courier, se pueda ser estafado con una venta ficticia, es decir se pague por un producto que no llegará a sus manos jamás; el riesgo de que al ingresar datos financiero o bancarios se utilicen programas cibernéticos para clonar o copiar códigos de las tarjetas y ser utilizados con fines delincuenciales y que en algunas ocasiones se realicen compras involuntarias o erradas y no haya lugar a devolución de valores, entre otros (Electrónico, s.f.).

1.1.2 Medios de pago electrónicos

Se debe conceptualizar qué es un medio de pago en esta investigación. Un medio de pago electrónico es un instrumento que puede ser utilizado para realizar pagos o transacciones monetarias a través de plataformas, en este caso virtuales, ya que esta variable está ligada al comercio electrónico. Estos medios de pago son facilitados por el medio financiero de un país, con la finalidad de realizar transferencias o pagos de bienes y servicios sin usar el dinero físico o más conocido como efectivo (Edufinet, s/f).

El Banco Mundial (2014) en un informe, afirmó que los pagos electrónicos son fundamentales para el desarrollo económico del mundo, sobre todo en los países con economías emergentes, en donde los pagos digitales han sido una pieza clave en el surgimiento de sus economías, el incremento de valor adquisitivo de las personas y ventajas en la directa transacción de valores, del emisor al receptor, en este caso eliminando los intermediarios.

Además, las transacciones y pagos digitales, mejoran el empoderamiento de las personas que hacen uso de este medio de pago, haciendo que las economías domésticas tengan mayor inserción económica en los sistemas financieros globales.

Existen diferentes medios de pago electrónicos, en esta investigación se tomó en cuenta los medios electrónicos como:

- Tarjetas de créditos y de débito
- Transferencias
- Moneda electrónica
- Y, cuentas pay pal

En el Ecuador se realizan transacciones a través de la mayoría de los medios de pago anteriormente citados, El Universo (2017) evidenció que en el último año el pago de consumo con tarjetas de débito y crédito ha tenido un aumento del 26% en relación a años anteriores, este incremento según voceros de banca privada, les permite a los usuarios utilizar su dinero de forma segura y saber los movimientos bancarios inmediatos.

Las tarjetas de crédito son tarjetas generalmente de plástico que cuentan con una banda magnetizada y codificada con información previamente digitalizada, actualmente, algunas cuentan con un chip incorporado. Con éstas tarjetas se puede realizar pagos inmediatos en una tienda física o virtual sin necesidad de haber realizado un depósito o acreditación de valores previos a la compra, inmediatamente se realiza el pago con la tarjeta, la institución bancaria a la que pertenece la cuenta de la tarjeta, acredita los valores de la compra a la empresa proveedora y el comprador adquiere la obligación de pago en parcialidades o en un solo pago corriente con la entidad bancaria (ecommerce, s.f.).

De igual manera, las tarjetas de débito son elaboradas de plástico con características similares a las tarjetas de crédito, lo que hace la diferencia entre ellas, es que previo al uso de la misma se debe haber acreditado valores monetarios en la cuenta a la que pertenece la tarjeta y pueden ser utilizada para extraer dinero físico a través de cajeros automáticos, pagos físicos y pagos virtuales si la tienda online lo permite (ecommerce, s.f.).

La ciudad de Esmeraldas es parte de este crecimiento en pagos digitales, dentro de la provincia se cuenta dos entidades bancarias que emiten tarjetas de pago o pay card, y la posibilidad de obtención es muy rápida y fácil. El Banco Bolivariano y el Banco del Austro brindan la oportunidad de tener una tarjeta prepago que consiste en realizar pagos por medios electrónicos, reemplazando el efectivo y que se puede recargar previamente, desde 5 dólares (BANCO DEL AUSTRO, s.f.).

Otro medio de pago electrónico importante en estos días son las cuentas pay pal, una cuenta pay pal permite introducir datos financieros y bancarios a través de un servidor global para realizar compras en línea de forma segura, sin comprometer datos relevantes e información personal al momento de la compra (Hoy, 2014).

Por otro lado, las transferencias, son envíos electrónicos de dinero de una cuenta proveedora (ordenante) a una acreditadora (beneficiario), y, pueden ser cuentas pertenecientes a la misma o diferente institución financiera (Banco de España, 2015).

El Servicio de rentas internas SRI (2015) en un comunicado a través de medios oficiales, explicó que, en el Ecuador existía un medio de pago particular, el dinero electrónico, o más conocido a nivel mundial como moneda electrónica, ésta modalidad de pago está orientada a que el usuario tenga a su alcance un medio de pago rápido y seguro; que el sistema financiero del país sepa la procedencia de los fondos de los individuos que utilizan este medio; y que, todas las transacciones del dinero electrónico se puedan realizar a través de los teléfonos celulares que se usan diario, sin necesidad de ser Smartphone. Una estrategia ventajosa para el lanzamiento de esta herramienta.

Conceptualmente, la moneda electrónica es un sistema digital con el que se puede adquirir créditos de dinero en mínimas cantidades, cifrado en símbolos y unidades que representan valores monetarios en forma digital, que se puede convertir en dinero físico que sirve como respaldo, este dinero se almacena en forma digital y es transferido al realizar compras (ecommerce, s.f.).

Las entidades del Estado se encargan de crear plataformas, a través de las cuales se recargan cuentas identificadas con números celulares, con dinero digital a cambio de un depósito o acreditación de dinero físico.

En Ecuador este sistema novedoso fue implementado en el año 2014 con la finalidad de facilitar ciertas transacciones económicas a la población del país, simplemente con tener un celular y sin necesidad de ser inteligente o contar con sistema android. En el país se puso en marcha este sistema en algunos sectores de la economía como el uso del transporte público, pago de impuestos, combustibles, entre otros.

El Universo (2017) evidenció en una publicación que, en ese año las cifras de la utilización de dinero electrónico se incrementaron significativamente en comparación a años anteriores, y arrojó una cifra de movimientos monetarios de 29,2 millones de dólares en los dos años de funcionamiento del sistema que se encuentra aún bajo la administración del Banco Central del Ecuador.

Cabe recalcar que, el 31 de marzo del año 2018 dejó de funcionar el uso del dinero electrónico en el Ecuador debido a que la ley de reactivación basada en el terremoto del 16 de abril del 2016, establece que el manejo de los medios de pago electrónicos sea dirigido por la banca pública y privada bajo diferentes denominaciones (El Universo, 2018).

Ilustración 2.- Cómo funciona el sistema de dinero electrónico



Fuente: Diario “El Universo” 2014

En el momento en que se obtenga el dinero electrónico de manera adecuada, se podrá realizar cualquier compra o pago a través del celular en los lugares que estén habilitados para aceptar estos cobros ya sea por concepto de comercio de bienes o de servicios en el país.

1.1.3 Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas

La PUCE Esmeraldas “Es una comunidad académica que, de modo riguroso y crítico, contribuye a la tutela y desarrollo de la dignidad humana y de la herencia cultural mediante la investigación, la docencia y los diversos servicios ofrecidos a las comunidades locales, nacionales e internacionales” (PUCESE, 2016).

La Comunidad PUCESE, empresarialmente vende servicios de formación académica superior, regido por principios cristianos que promueven la responsabilidad, el respeto y la dignidad, rescatando e inculcando valores para formar profesionales íntegros y de calidad.

Cuenta con algunas unidades de negocio, grados, postgrados, formación continua, cursos abiertos de inglés, unidad de emprendimientos, unidad de proyectos y alquiler de salas y salones, para efectos de este estudio se tomó en cuenta únicamente las unidades de negocio académicas que actualmente están en funcionamiento, grado, formación continua y cursos abiertos de inglés.

La PUCE Esmeraldas, acoge a su comunidad académica, bajo principios humanitarios y culturales de la provincia esmeraldeña a través de sus docentes, programas de vinculación con la comunidad y estudios investigativos de aporte científico.

La PUCE Esmeraldas funciona y pone en marcha todas sus actividades con base en políticas académicas fundamentadas en que todos los procesos, ya sean académicos o administrativos operen de forma eficiente y efectiva, así como los recursos que son necesarios para desarrollar estos procesos que hacen que la calidad del servicio sea ecuánime y esté en la búsqueda constante de la excelencia.

En la cuarta parte de las políticas generales para la garantía y mejoramiento continuo de la calidad de la PUCE se establece que para el mejoramiento de los procesos y la calidad de estos se debe realizar el uso eficiente de los recursos que ayuden en la mejora de procedimientos instituciones (PUCE, 2017).

1.2 Antecedentes

En un estudio realizado por Lukác, Sabol, Tomásek & Furdík (2015), aseguran que la ausencia de implementación tecnológica como estrategia para establecer empresas en redes, tiene un considerable impacto para la apertura de nuevos negocios mundiales, lo que da un giro total al comercio tradicional y se enfoca básicamente en el apoyo de redes tecnológicas como modelos de negociaciones para intercambios de bienes y servicios a través de métodos y procesos de fluctuaciones en la red. Así mismo, estos autores establecen que, con la incorporación e innovación de negociaciones empresariales en red, es mucho más fácil el control de los eventos comerciales y el intercambio de información entre vendedor y consumidor; y por supuesto, los estados económicos claros de la empresa, al alcance de sus socios y accionistas.

De esta manera, se puede evidenciar que las barreras a accesos de redes para negociaciones limitan el campo empresarial, en algunas ocasiones enfocándose únicamente a un cliente principal, dejando de lado a un amplio portafolio de clientes potenciales que podrían formar parte de la vida comercial de las empresas como consumidores. Sin embargo, aún en la actualidad las empresas insisten en acrecentar costos fijos como subcontrataciones, intermediarios o inmobiliarios, lo que se convierte en una barrera para la adaptación comercial electrónica (Lukác, Sabol, Tomásek, & Furdík, 2015).

Es así que, el estudio de estos autores propone el fácil y eficaz acceso a procesos de software para negociaciones en red a todo tipo de organizaciones empresariales en todas partes del mundo, mediante sistemas tecnológicos simplificados.

De igual manera, algunos estudios previos de estos últimos cuatro años, realizados en el Ecuador demuestran que, en el país se está implantando el comercio electrónico, sin embargo, el 17.1% de las empresas utilizan el comercio electrónico en sus actividades, así lo indica el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo en el año 2014. Cifra muy estrecha de crecimiento frente al 16.8% del año 2013 (INEC, 2016). En cierta medida los sitios web de comercio electrónico son escasamente utilizados en el país, o simplemente es un medio de distracción, para algunas personas sin fines de realizar movimientos económicos comerciales a través de ellos.

No obstante, en Ecuador el comercio electrónico ha crecido gracias al alcance global que tiene el internet y que de esta forma alienta el movimiento de los recursos electrónicos, sistemas administrativos de inventarios y la recopilación de datos automáticamente, ventajas que hacen percibir al comercio electrónico muy funcional y eficaz (MINTEL1, 2015). A pesar de este incremento, muy pocas investigaciones se han destinado a como promover el uso del comercio electrónico en las actividades comerciales de instituciones educativas como la PUCESE.

La mayoría de los estudios están orientados a grandes empresas, que mucho antes de que surgiera el comercio electrónico ya tenían un buen posicionamiento en el mercado y que abarca prioritariamente las transacciones de transferencias de activos (Janita & Miranda, 2014). Los escasos análisis que se han realizado en el país, únicamente demuestran la situación legal o actual del comercio, y el caso de que se creen plataformas virtuales para esta actividad, simplemente en el Ecuador no es muy conocido (Liderez, 2016).

1.3 Marco legal

Este estudio tiene base legal, de manera general en la normativa magna del Ecuador, la Constitución de la República (2008), cumpliendo con el artículo 385, para el sistema nacional de la tecnología que tiene como finalidad implementar conocimiento en materia tecnológica, para incentivar y motivar a la producción local y nacional al uso de herramientas de innovación y estimular la productividad y los niveles del país.

También cumple con lo estipulado en el artículo Art. 336 de la Constitución del Estado, que impulsa el comercio justo para disminuir las comisiones intermediarias y alentar el comercio sustentable (2008).

Y, por consiguiente, en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas electrónicas y Mensajes de Datos (2002), que en el artículo 1 prescribe que:

Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios.

Aquí se evidencia que independientemente de la empresa que se constituya o la actividad a la que se dedique, el comercio y las leyes de este en el Ecuador, permiten la implementación del comercio electrónico en sus actividades diarias, amparadas en las leyes.

Además, están los Servicios Electrónicos, la Contratación Electrónica y Telemática, los Derechos de los Usuarios e Instrumentos Públicos, que señala en el artículo 44, los cumplimientos de formalidades. - Todo tipo de acción o transacción financiera que se efectúe a través de medios electrónicos, deberán cumplir con los requisitos establecidos en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos en todos y cada uno de los casos que se presentaren.

Los Derechos de los Usuarios o Consumidores de Servicios Electrónicos, en el Art. 50 de la Ley de Comercio Electrónico manifiesta:

En el caso de que un cliente o consumidor decida consumir algún producto o servicio a través de medios electrónicos, tiene el derecho a la información detallada y precisa sobre los derechos y obligaciones, conforme lo establece la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento. Así mismo, quien oferte un producto o servicio por medio

electrónico, tiene la obligación de informar a los consumidores sobre todas las condiciones relativas a lo que se está ofertando.

En este marco, el código de regulación y uso del comercio electrónico va en concordancia con el Código Orgánico Integral Penal (2002), que tipifica delitos de índole cibernético, cuyo incurrimento está penalizado y estipulado en los artículos:

Artículo 60 con su pena escrita en el artículo 145; artículo 40 que hace referencia a la falsificación electrónica, infracciones leves tales como: demora en el cumplimiento de una instrucción o en la entrega de información requerida, cualquier otro incumplimiento de las obligaciones impuestas por esta Ley y sus reglamentos a las entidades de certificación acreditadas; e, infracciones graves como: uso indebido del certificado de firma electrónica por omisiones imputables a la entidad de certificación de información acreditada, omitir comunicar al organismo de control, de la existencia de actividades presuntamente ilícitas realizada por el destinatario del servicio; desacatar la petición del organismo de control de suspender la prestación de servicios de certificación para impedir el cometimiento de una infracción; el incumplimiento de las resoluciones dictadas por los Organismos de Autorización Registro y Regulación, y de Control; y, no permitir u obstruir la realización de auditorías técnicas por parte del organismo de control.

De esta manera, la regulación de la utilización del espacio virtual en el Ecuador, a través del COIP, trata de abarcar las diferentes formas en que se puede incurrir en delito, así está gravado en los artículos 174, 186, 190, 229, 230, 231, 232 y 233 en tipificaciones de estafa, apropiación fraudulenta por medios electrónicos, revelación ilegal de base de datos, interceptación ilegal de datos, transferencia electrónica de activo patrimonial, ataque a la integridad de sistemas informáticos y delitos contra la información pública reservada legalmente.

Para la utilización del comercio electrónico en las empresas tales como la PUCE Esmeraldas también existe regulaciones, especificadas en la Ley de Educación Superior

Todo este marco legal regula las actividades del comercio electrónico en cuanto la utilización de medios y herramientas de pago, estas leyes deben ser aplicadas al momento de realizar transacciones comerciales electrónicas.

No se puede pasar por alto, las instituciones estatales como SRI y Banco Central con el sistema de Security Data, que toman muy en cuenta las leyes aplicables al momento de

las transacciones o las firmas electrónicas. El Ecuador cuenta con un sistema regulado de medios de pago que tiene al tanto las instituciones, las tecnologías y las modalidades que se usan para realizar pagos de bienes o servicios.

Y por último y muy importante, esta investigación también toma en cuenta la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y las obligaciones y responsabilidades que tienen las partes dentro de las negociaciones comerciales, como estipula el capítulo 3 de la regulación de publicidad y contenido, capítulo 4 y capítulo 5 en el control de la especulación y capítulo 12 en el control de calidad.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

La metodología es un conjunto de técnicas aplicadas a manera de procesos, que tiene como objetivo recopilar datos, cualitativos o cuantitativos, de acuerdo al enfoque investigativo, que fundamentaran un nuevo aporte científico de lo que se va a investigar (Rodriguez, 2012).

2.1 Descripción del lugar

La descripción de cómo se realizó la investigación abarca un proceso riguroso en el presente estudio, puesto que, detalla la forma en la que se obtuvo la información requerida para generar el análisis de los resultados.

La PUCE Esmeraldas es una institución dedicada a la educación superior, es una sede de estudio derivada de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, con autonomía inherente, esta institución se caracteriza por contribuir al desarrollo integral, digno y de alta calidad humana, impartiendo educación con bases en la herencia cultural de la provincia de Esmeraldas.

El periodo en que se realizó esta investigación, contempla el segundo periodo académico del año 2017, periodo en el que únicamente estuvieron activos los servicios académicos de grado, formación continua y cursos abiertos de inglés. Las tres unidades económicas que se tomaron en cuenta a manera de población para la aplicación de las herramientas científicas.

2.2 Tipo de investigación

La investigación tuvo un enfoque cuali-cuantitativo, diseñado para complementar la información a recolectar, ya que es necesario el complemento cualitativo dentro de la investigación, y así, esta fue completada con opiniones abiertas del personal administrativo de la PUCE Esmeraldas, y las necesidades que tiene cada uno de los sujetos que hacen uso o acceden a los servicios que oferta la universidad, detallando las reacciones que generan en los usuarios las actuales formas de pago.

Este estudio describió las características específicas sobre el tema a investigar, que permitieron determinar las variables de estudio, que en este caso es el comercio electrónico como herramienta de pago para los servicios que oferta la PUCE Esmeraldas, y que tuvo como objeto analizar y determinar la aplicación del comercio electrónico en la PUCE Esmeraldas para realizar los pagos de servicios en línea.

El diseño de la investigación fue no experimental, las variables fueron estudiadas en su estado natural sin manipulación deliberada y se describió el contexto existente, con la finalidad de realizar un análisis prospectivo sobre el comercio electrónico en la comunidad PUCESE.

2.3 Definición conceptual y operacional de la variable

El comercio electrónico “Consiste en realizar electrónicamente transacciones comerciales; es cualquier actividad en la que las empresas y consumidores interactúan y hacen negocios entre sí y con los administradores por medios electrónicos” (COM, 2010).

Para el estudio de esta variable se recopiló información existente con bibliografía, y se investigó con los instrumentos que se utilizan para la aplicación del comercio electrónico, a través de la recolección de datos y el análisis de la muestra.

De esta forma se conoció y determinó los procesos a los cuales acuden los usuarios para adquirir los servicios que brinda la PUCE Esmeraldas y se obtuvo información acerca de los medios de pagos que poseen quienes conforman la Comunidad PUCESE y la usabilidad que se le da a estos cotidianamente.

Para medir la variable del estudio, se aplicó una entrevista a dos funcionarios administrativos del departamento financiero y del TIC de la PUCE Esmeraldas, se realizó encuestas a estudiantes, docentes y a ciudadanos esmeraldeños, así, esta variable permitió conocer qué medios de pago utilizan los usuarios en los procesos de adquisición de servicios.

Tabla 1.- Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Comercio Electrónico	Consiste en realizar electrónicamente transacciones comerciales; es cualquier actividad en la que las empresas y consumidores interactúan y hacen negocios entre sí y con los administradores por medios electrónicos	<ul style="list-style-type: none"> -Describir los procesos a los que acuden los usuarios para adquirir servicios que brinda la PUCESE. -Preguntar a la comunidad PUCESE acerca de las facilidades de acceso y conocimiento del comercio electrónico - Preguntar a usuarios, un representante del proceso de recaudación del departamento financiero de la PUCESE acerca de la utilización del comercio electrónico, medios de pago y acceso a estos; y a un funcionario del departamento del TIC acerca de los requerimientos tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Medios de pago - Sitios de e-commerce -Productos y servicios en línea 	<ul style="list-style-type: none"> -Equipos tecnológicos -Disponibilidad de medios de pago -Acceso a medios de pago -Internet -Utilización de e- commerce -Seguridad y riesgo de los medios de pago -Pagos en línea -Sitios de e-commerce en línea -Conocer que servicios académicos utilizan medios de pago electrónicos en la PUCESE

Fuente: Elaboración propia

2.4 Métodos

Esta investigación se desarrolló aplicando el método inductivo para establecer el análisis cualitativo, que proporcionó información particular, como conocer si los usuarios de la PUCE Esmeraldas cuentan con acceso a internet y posesión de medios electrónicos; mediante el método deductivo se analizó los resultados cuantitativos de la información obtenida de los usuarios en cuanto a los medios de pago que se utilizan en la universidad y, con esta información se dedujo la necesidad que tiene la PUCE Esmeraldas de implementar la venta de servicios académicos en línea.

2.5 Población y muestra de estudio

La población que se consideró para este estudio fue el personal del departamento financiero de la PUCE Esmeraldas, específicamente una funcionaria del área financiera y contable de la institución, y un funcionario en representación del departamento del TIC. Así mismo, se tomó en cuenta la información de los estudiantes activos del segundo periodo académico del año 2017 de la PUCE Esmeraldas, un total de 1362 alumnos que demandan los servicios de grado de la universidad, los estudiantes de los cursos abiertos de inglés que son un total de 35 y los 40 participantes activos registrados en el departamento de formación continua (véase anexo, 4,5 y 6).

Es importante recalcar que la PUCE Esmeraldas brinda otros servicios no académicos, por lo que se consideró únicamente el segmento de la población académica de la institución.

Teniendo en cuenta toda la población anteriormente descrita, por cuestiones de tiempo y calendario académico de la institución, para la aplicación de los instrumentos científicos se realizó un muestreo no probabilístico y por conveniencia, seleccionando para ser encuestados a los individuos de más fácil acceso y que estuvieron dispuestos a colaborar con la investigación.

En el siguiente cuadro se detalla la población que se ha tomado en cuenta para el estudio de la presente investigación, así como los porcentajes de aportación al estudio de cada segmento de la población:

Tabla 2.- Población y muestra

Número	Detalle de muestra	Cantidad	Muestra de la población	Porcentajes
1	Estudiantes activos de la PUCESE de grado	1362	100	82,64%
2	Participantes de formación continua	40	10	8,26%
3	Funcionarios administrativo – financiero	237	2	0,82%
4	Estudiantes de cursos de inglés abiertos	35	10	8,26%
	TOTAL	1675	122	100%

Fuente: Elaboración propia

2.6 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo y análisis de esta investigación se realizó entrevista a un directivo del departamento financiero y un funcionario del departamento del TIC de la PUCE Esmeraldas, esta población a investigar fue seleccionada de acuerdo a los criterios de manejo de información indicados por los jefes de cada departamento, con la finalidad de conocer el criterio de los trabajadores respecto a la implementación de un medio de pago electrónico, para acceder a los servicios que oferta esta institución y cumplir con el objetivo de describir los servicios que brinda la PUCE Esmeraldas en sus diferentes áreas, detallando cuáles se realizan a través de medios de pago electrónicos. En esta técnica se aplicó como instrumento una guía de entrevista conformada por 9 y 5 preguntas abiertas respectivamente.

En cuanto a la encuesta, estuvo dirigida a los usuarios de la PUCE Esmeraldas, con la finalidad de recolectar datos cuantitativos que sirvieron para medir, cuáles son los medios de pago más utilizados, cuáles son las incidencias que tienen estos medios de pago actuales en las actividades diarias y la disponibilidad de los usuarios para la utilización de un nuevo medio de pago electrónico digital y así, describir los servicios que brinda la PUCE Esmeraldas en sus diferentes áreas, detallando cuáles se realizan a través de medios de pago electrónicos, cumpliendo así con el objetivo dos de esta investigación. En esta

técnica se aplicó como instrumento un cuestionario conformado por 11 preguntas cerradas de selección múltiples y dicotómica.

Para determinar la validez del cuestionario se utilizó el programa SPSS, mediante el cual se realizó la fiabilidad, utilizando el procedimiento de alfa de Cronbach, cuyo índice fue de 0,7 sobre 1.

El alfa de Cronbach relaciona dos o más variables a manera de medida, es decir que establece un límite inferior de 0,0 y un límite superior de 1, para la confiabilidad de las variables y un promedio de confiabilidad de los compuestos que conforman una variable (Cronbach, 1951).

2.7 Análisis de datos

Para el cálculo en el sistema se configuró la estructura de las preguntas de la encuesta, para que al ser ingresadas al sistema SPSS, tenga mejor discernimiento y procesamiento de datos y el software pueda evidenciar resultados mayormente eficientes y de alta confiabilidad.

Para simplificar la evidencia de los datos, se utilizaron palabras claves a manera de variables para identificar cada situación a investigar. El tipo de variable fue numérico y los valores para las opciones de cada pregunta estuvieron representados entre 0 y 5 respectivamente, así como la medida en escala.

De esta forma se realizó un análisis con estadística descriptiva a través de frecuencias de porcentajes y representadas en tablas.

En cuanto a la entrevista se interpretó a través del discurso de la información obtenida en la misma. Se realizaron visitas previas a las personas encargada del área contable y del área tecnológica de la PUCE Esmeraldas, con el objeto de que puedan familiarizarse con la información que se demandó en la entrevista, y esta pueda ser puntual y verás; para ello se estableció una fecha específica para su realización.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

En las encuestas realizadas a los estudiantes de los tres segmentos de la población que se consideró para este estudio, se determinó un grado de fiabilidad del 0,7 sobre 1 en la medida del alfa de Cronbach, resultado positivo para la recopilación de datos.

Tabla 3.- Estadística de fiabilidad, Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach ^a	N de elementos
,728	11

Fuente: Elaboración propia en SPSS

Con la finalidad de establecer la claridad de los resultados y el cumplimiento de los objetivos, se agruparon las variables en un solo factor para cada elemento propuesto, tanto en el objetivo general como el específico.

Los factores que se presentan a continuación demuestran la fiabilidad y la correlación de cada variable, en función de los objetivos planteados, a cada factor se le aplicó la prueba de Bartlett y se determinó en nivel de confiabilidad, homogeneidad y varianza que tienen las variables entre sí.

En la prueba de Bartlett, se toma como puntaje de referencia máxima para la Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo, el número 1, siendo así que, entre más cercana sea la puntuación a 1, más adecuado es el análisis factorial de datos.

Así mismo, para determinar la correlación y el grado de relación y covarianza de dos variables relacionadas linealmente, es decir que también pueden existir variables con un alto grado de atracción sin que esta sea lineal, por lo tanto, el coeficiente de correlación lineal de Pearson debe ser directa o inversamente proporcional (Personal, s.f.).

Los factores han sido ordenados de acuerdo al uso de los medios de pago electrónicos, el acceso a estos, el conocimiento y el riesgo, la necesidad del comercio electrónico y

requerimientos para comercio electrónico; cumpliendo de esta manera con el diseño de la investigación, suscrito en el Capítulo II de este estudio.

Con lo anteriormente expuesto se evidenció los siguientes resultados:

a) Utilización de medios de pago electrónicos

En esta agrupación de factores se tomó en cuenta dos elementos para la correlación de la utilización de medios de pago electrónicos, dando como resultado 0,878 en la prueba de Bartlett, lo que indica que el análisis factorial es óptimo entre los dos factores.

Tabla 4.- Prueba de Bartlett para la utilización de medios de pago electrónicos

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	,878
Bartlett	6

Fuente: Elaboración propia en SPSS

Dentro de este análisis, se demostró que, si mayor es la actividad de navegación en internet, existe una mayor posibilidad de que las personas realicen compras en tiendas virtuales, esta correlación indica 0,940 de Pearson.

Tabla 5.- Correlación de la utilización de medios de pago electrónicos

		Actividades en internet	Compras en tiendas virtuales
Actividades en internet	Correlación de Pearson	1	,011
	Sig. (bilateral)		,940
	N	121	121
Compras en tiendas virtuales	Correlación de Pearson	,011	1
	Sig. (bilateral)	,940	
	N	121	121

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En términos generales el 42% del segmento encuestado afirmó haber realizado compras en tiendas virtuales debido al largo tiempo que se le dedica a realizar las actividades en la web, mientras que el 58% restante indicó nunca haber realizado compras en tiendas virtuales.

Tabla 6 .- Actividades de compras en tiendas virtuales

N	COMPRAS EN TIENDAS VIRTUALES	PORCENTAJE
1	Si	42%
2	No	58%
TOTALES		100%

Fuente: Elaboración propia en Excel

b) Necesidad de venta de servicios on-line

En esta agrupación de factores se tomó en cuenta cuatro elementos para la correlación de la necesidad de ventas de servicios on-line (ver tabla Nro. 8), dando como resultado 0,821 en la prueba de Bartlett, lo que indica que el análisis factorial es óptimo entre los factores elegidos.

Tabla 7.- Prueba de Bartlett para la necesidad de venta de servicios on-line

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	,821
Bartlett	6

Fuente: Elaboración propia en SPSS

Al poseer algún medio de pago electrónico, de los mencionados en el marco teórico de esta investigación se comprobó que, el 26,35% titulares de tarjetas de crédito, débito y cuentas para transferencias bancarias, realizaron pagos por el servicio académico a través de medios electrónicos, de manera física, es decir acudieron a la ventanilla de recaudación de la PUCESE para realizar las respectivas transacciones, mientras que el 42,47% de la población realizó el pago de los servicios académicos en efectivo y el 31,18% restante realizaron los pagos con otros medios y términos que también incluyen el efectivo.

Tabla 8.- Medios de pago para adquirir servicios académicos

N	MEDIOS DE PAGO PARA ADQUIRIR SERVICIOS ACADEMICOS	PORCENTAJE
1	Tarjetas de crédito o débito	26,35%
2	Efectivo	42,47%
3	Otros medios	31,18%
	TOTALES	100%

Fuente: Elaboración propia en Excel

Según la correlación de lo antes expuesto, aunque la población posea medios de pago electrónicos disponibles para pagos en línea, tienden acercarse a cancelar sus actividades económicas en ventanillas y cajas de recaudación física, para realizar sus pagos de manera presencial, esto es lo que sucede actualmente en la PUCE Esmeraldas, otro punto importante es que, este estudio demuestra que existe población que sí cuenta y que sí tiene acceso a medios de pago electrónicos, y que están dispuestos a utilizarlos para el pago del servicio académico en línea en caso de la implementación del sistema, con una alta correlación de 0,903.

Tabla 9.- Correlación de la necesidad de venta de servicios on-line

		Dispone de MPE	Forma de pago del servicio académico	Pagaría en línea de la PUCESE	Accesos a MPE
Dispone de MPE	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1	,158 ,278	,018 ,903	-,552** ,000
	N	121	121	121	121
Forma de pago del servicio académico	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	,158 ,278	1	-,355* ,012	-,174 ,233
	N	121	121	121	121
Pagaría en línea de la PUCESE	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	,018 ,903	-,355* ,012	1	,067 ,647
	N	121	121	121	121
Accesos a MPE	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-,552** ,000	-,174 ,233	,067 ,647	1
	N	121	121	121	121

Fuente: Elaboración propia en SPSS

Es así que, un considerable grupo de la población demostró estar atraída e interesada por el pago de los servicios académicos en línea, en el caso de que la PUCESE llegara a implementar el pago y matrícula en línea de servicios académicos, evidenciando que el 62,16% estarían dispuestos a realizar pagos en línea, mientras que el 37,83% no.

Tabla 10 .- Medios de pago para adquirir servicios académicos

N	PAGO EN LÍNEA DE SERVICIOS ACADÉMICOS	PORCENTAJE
1	Si	62,16%
2	No	37,83%
	TOTALES	100%

Fuente: Elaboración propia en Excel

c) Servicios que se pagan con medios de pago electrónico

El primer objetivo específico de esta investigación indica describir los servicios que brinda la PUCE Esmeraldas en sus diferentes áreas, detallando cuáles se realizan a través de medios de pago electrónicos; lo que se evidenció en los resultados de la entrevista, determinó que la PUCESE ofertas actualmente tres servicios académicos; grado, formación continua y cursos abiertos de inglés, los tres segmentos cancelan a través de medios de pago electrónicos en los siguientes porcentajes: El 21,73% canceló los servicios con tarjetas de crédito y débito y el 8,70% realizó transferencias bancarias electrónicas.

Tabla 11.- Servicios que oferta la PUCESE

N	SERVICIOS QUE OFERTA LA PUCESE	PORCENTAJE		
		Grado	Formación continua	Cursos abiertos de Inglés
1	Efectivo	44,89%	63,63%	66,66%
2	Tarjetas de crédito y débito	18,36%	36,36%	22,22%
3	Transferencias	12,24%	0%	0%
4	Depósitos bancarios	24,48%	0%	11,11%
	TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en Excel

d) Requerimiento de e - commerce para pagos en línea de servicios académicos PUCESE

Para alcanzar el objetivo de determinar los requerimientos de e-commerce para pagos de servicios en la PUCE Esmeraldas, es necesario definir este factor en dos aspectos, financiero y tecnológico, para lograr el objetivo como tal se deben describir ambos requerimientos ya que este proceso es de manera funcional.

Para el estudio de estos factores se tomó en cuenta las entrevistas realizadas a los funcionarios de la institución en las que se evidenció como resultado, lo siguiente:

- **Aspecto financiero**

Desde la visión del departamento financiero se piensa que los pagos electrónicos en línea facilitarían mucho los procesos de recaudación debido a que el proceso de pagos en lo que a matrículas respecta será mucho más ágil.

La opción de pagos en línea generaría un beneficio con reacción en cadena, la tramitología sería simplificada en pocos pasos, lo que mejoraría la atención al cliente, se optimizaría tiempo, mejoraría el ambiente laboral, se reducirían largas colas y tiempo de espera, y se ahorraría considerables cantidades de dinero en movilización, contratación de servicios de traslado, sueldos y publicidad, puesto que al incrementar comercio electrónico para la venta de servicios académicos la PUCE Esmeraldas estaría haciendo uso de la publicidad en línea, medio mucho más económico que la publicidad y medios de comunicación tradicionales.

En la PUCE Esmeraldas, se ha pensado realizar e implementar el cobro de los servicios que oferta en línea, sin embargo, no se ha realizado antes un estudio como tal. La universidad cuenta con todos los implementos necesarios, tales como recursos económicos y aspectos logísticos para la creación del sistema de pagos en línea, principalmente el pago de las matrículas de los servicios académicos, además de las herramientas tecnológicas necesarias, ya que la PUCE Esmeraldas posee un centro TIC totalmente equipado y capacitado para emprender el desarrollo del sistema de matriculación y pago de servicios por concepto académico que oferta la institución.

- **Aspecto tecnológico**

Hay requerimiento tanto de hardware como software, en cuanto al hardware el principal elemento necesario es un servidor, en la actualidad la PUCE Esmeraldas cuenta con uno, sin embargo, si se implementa el sistema de pago de servicios académicos en línea, el servidor actual no abastecería con la rapidez y agilidad necesaria que demanda un nuevo sistema como este.

Para determinar los componentes del hardware se investiga y se define el lenguaje de programación, las herramientas de software, la rapidez, capacidad del servidor, tipo de memoria ram, entre otros aspectos necesarios para la programación del proceso de pago de servicios académicos en línea.

La institución posee gran parte del equipo de hardware, alrededor del 60%, sin embargo, no se cuenta con el software de la matrícula, ya que esto es un trabajo conjunto, a largo plazo, de forma procesal, es decir para la creación del software es necesaria la parte administrativa debido a que las planificaciones alimentan la base de datos del sistema, en este caso el software es un sistema que permite aceptar pagos a través de internet.

Cabe destacar que dentro de la creación del software es necesario la adquisición de certificados de seguridad y licencias de funcionamiento web lo que potencialmente demandaría la mayor cantidad de gasto económico del proceso.

Características del Software

El software debe ser rápido y debe contar con una interfaz que le permita al usuario realizar actividades ágiles, un diseño gráfico que sea visualmente atractivo y de fácil acceso, para ello, es necesaria la participación de una estructura de personal y talento humano como programadores, diseñadores y personas que se encuentre a cargo de la supervisión, guía y control de la creación del sistema. La PUCE Esmeraldas cuenta con todas estas características necesarias para la creación del Software.

Seguridad de la información

El departamento de sistemas garantiza la seguridad de los datos a través de certificados de seguridad por niveles como https, todas las aplicaciones con las que ahora trabajan las plataformas de la universidad están encriptadas, es decir protegidas.

La PUCE Esmeraldas cuenta con certificados de seguridad cómo Secure Sockets Layer SSL actualmente, ya que se ha implementado un botón de pago para el proyecto “YO CONSTRUYO PUCESE”, estos certificados garantizan la seguridad y encriptación de datos que se envía a través del internet de un terminal a otro, además legitimizan el sitio web en el que se ingresan los datos de las tarjetas y cuentas bancarias para transferencias; y, detectan cualquier situación dañina como virus o hackers que intenten acceder a la información confidencial del usuario.

En cuanto a la información de datos de tarjeta, no es visualizada por los administradores y programadores del sistema, esta es enviada directamente al banco como información encriptada, una vez que el banco receipta esta información le pone una interfaz al usuario, la información de la tarjeta únicamente la maneja el banco, al culminar el proceso de pago, el banco envía la notificación a la universidad detallando el tipo de tarjeta, la cantidad de dinero y el concepto de pago.

Y como garantía de la seguridad y veracidad de las transacciones realizadas en línea, la universidad debe programar el envío automático de la factura electrónica a través de correos y cuentas electrónicas de mensajería, para de esta manera contar con el comprobante de pago correspondiente.

Botón de pago del proyecto “YO CONTRUYO PUCESE”

“YO CONSTRUYO PUCESE” es una plataforma desarrollada dentro de la institución, para aceptar donaciones destinadas a la construcción del nuevo campus universitario de Tachina, este sistema se comunica con un banco o alguna entidad de prestaciones financieras, que le da el servicio a la universidad, luego ésta se comunica a través de la plataforma con ese banco y se realiza la transacción del dinero que se ha decidido donar al proyecto.

El botón de pago está actualmente habilitado en la PUCE Esmeraldas, y está abierto para ser utilizado en cualquier tipo de pagos en línea, como las matrículas de los diferentes servicios académicos que brinda la universidad.

Ilustración 3.- Página principal del botón de donación “YO CONSTRUYO PUCESE”



Fuente: PUCESE

Ilustración 4.- Campos obligatorios para donar en “YO CONSTRUYOPUCESE”



Fuente: PUCESE

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Con el objetivo de analizar la utilización de medios de pago electrónicos, mediante un estudio prospectivo en la comunidad PUCESE, para establecer la necesidad de venta de servicios a través del comercio electrónico, se consideró tres grupos de usuarios de las diferentes áreas de formación académica para la aplicación de esta investigación, usuarios de grado, formación continua y cursos abiertos de inglés; y dos funcionarios de la institución.

Dentro de la problemática de esta investigación se planteó ¿Qué necesidades y potencialidades presenta la PUCE Esmeraldas para la implementación de la venta de servicios a través del comercio electrónico? Pues bien, al implementar los procesos y pagos de servicios académicos en línea se logrará facilitar procesos de recaudación, lo que mejorará la atención al cliente, optimización de tiempo y optimización de recursos económicos. Estos tres puntos están evidenciados en la aplicación de la herramienta científica de esta investigación, lo que satisface y contribuye a la relación ahorro – inversión que podrá poner en marcha la institución.

En lo que a potencialidades respecta, en este estudio se demostró que, aunque actualmente la PUCE Esmeraldas no recauda principalmente a través de medios electrónicos, sí existe la disponibilidad y voluntad de los usuarios para acceder a medios de pago electrónicos si así fuera necesario para el proceso simplificado del pago de los servicios académicos en línea.

En el estudio de Lukác, Sabol, Tomásek & Furdík (2015), se estableció que, con la incorporación e innovación de negociaciones empresariales en red, es mucho más fácil el control de los eventos comerciales y el intercambio de información entre vendedor y consumidor; y por supuesto, los estados económicos claros de la empresa, al alcance de sus socios y accionistas. También establece que las empresas insisten en acrecentar costos fijos como subcontrataciones, intermediarios o inmobiliarios, lo que se convierte en una barrera para adaptación comercial electrónica

La presente investigación coincide con lo establecido en el estudio mencionado, puesto que, la creación de un software que permita la matrícula y el pago en línea garantiza el mejor manejo de los recursos recaudados y transacciones comerciales por concepto de

pagos en línea, ya que, las transacciones de dinero son directamente enviadas por vía electrónica a las cuentas de la institución, sin intervención de terceros, lo que permite un claro y rápido conocimiento del estado económico de la empresa, optimizando así tiempo y dinero.

Así mismo el estudio de Lukác, Sabol, Tomásek & Furdík (2015), propone que el acceso a procesos de software sea de manera fácil y eficaz para las negociaciones en red mediante sistemas tecnológicos simplificados.

En relación a tal estudio, en la presente investigación se determinó que el software para la matrícula y el pago en línea de la misma, debe ser rápido y ágil, con diseños y herramientas tecnológicas simples que se ajusten a las necesidades del usuario y que permitan que las actividades comerciales electrónicas se den de manera simple y eficaz.

Un estudio comparativo de El INEC (2016) demostró que, en el Ecuador se está implantado el comercio electrónico, sin embargo, el 17.1% de las empresas utilizan este concepto en sus actividades, así lo indica el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo en el año 2014. Cifra muy estrecha de crecimiento frente al 16.8% del año 2013.

Según el presente estudio la PUCE Esmeraldas es parte del grupo estadístico que ya ha implementado un botón de pago en línea, para el proyecto denominado “YO CONSTRUYO PUCese”, no obstante, la tendencia a realizar pagos por servicios académicos se inclina por utilizar los medios de pago electrónicos como tarjetas de débito y crédito de manera presencial, participando de las recaudaciones en efectivo realizadas a través de las ventanillas de recaudación.

El Ministerio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (2015) afirmó que, en el Ecuador el comercio electrónico estimula su crecimiento, gracias a la cobertura global del internet que fomenta el aprovechamiento de los recursos electrónicos que brinda el e – commerce por ser de carácter eficaz y funcional.

Este estudio refuerza la teoría del MINTEL (2015), evidenciando que la tendencia de los usuarios de la PUCE Esmeraldas a hacer uso del comercio electrónico es elevada e impulsada por el largo tiempo que se dedican a las actividades diarias de navegación en el internet. Es así que, entre mayor sea la actividad en internet existe una medianamente alta probabilidad de que la población encuestada realice pagos de los servicios PUCese, a través de los medios de pago electrónicos considerados para esta investigación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

- Durante el desarrollo de esta investigación la PUCE Esmeraldas ofertó tres servicios académicos, grado, cursos abiertos de inglés y formación continua, estos tres servicios han sido adquiridos por los usuarios con dos medios de pago significativos, que son efectivo y tarjetas de crédito y de débito. En el caso de los tres servicios el porcentaje de pago con medios electrónicos es considerablemente bajo frente al uso del efectivo. Es importante destacar que, en el segmento de formación continua el uso de medios electrónicos para el pago de este servicio, es mínimamente superior que en el pago de los servicios de grado y cursos abiertos de inglés.
- Para que se dé el proceso de pago en línea de los servicios académicos que oferta la PUCE Esmeraldas, es necesario cumplir con requerimientos tanto financieros como tecnológicos, actualmente la universidad cuenta con estos requerimientos de manera parcial, es decir, al implementar un sistema informático para la matrícula en línea es necesario que la institución adquiera un servidor con mucha más capacidad del que ya posee, sin embargo, en la misma línea tecnológica, la institución cuenta con los requerimiento y elementos necesarias para la creación del software de la matrícula en línea y el pago de la misma, debido a que ya se cuenta con un botón de pago para otros conceptos como las donaciones de “YO CONSTRUYO PUCESE”. En cuanto al aspecto financiero, la institución está presta a disponer el presupuesto necesario para la implementación del sistema informático de matrícula, y pagos en línea de todos los servicios que ofrece la universidad incluidos los servicios de concepto académicos; de esta misma manera la parte administrativa aún no está establecida en cuanto a la planificación académica respectiva, ya que es el requerimiento principal para alimentar la base de datos del sistema.

- Finalmente se analizó los medios de pago electrónicos para la venta de servicios académicos en la PUCE Esmeraldas mediante e – commerce, concluyendo que quienes adquieren este tipo de servicios a través de tarjetas de crédito, débito y cuentas para transferencias bancarias, y que, además poseen estos medios de pago, están altamente atraídos por la idea de poder adquirir y realizar el proceso correspondiente de los servicios de matrícula en línea, mediante una plataforma virtual que les permita al usuario ingresar de manera fácil y rápida la tramitología de matrícula de los servicios que oferta la PUCE Esmeraldas, lo que se evidencia como la principal necesidad de la comunidad PUCESE para poner en práctica el comercio electrónico.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

- Es importante capacitar a los miembros de la comunidad PUCESE en general acerca de los medios de pago y comercio electrónico para el correcto uso de estos, las ventajas, riesgos y beneficios que tienen este medio de pago, con la finalidad de que los usuarios se familiaricen con esta herramienta, que a futuro podría ser el principal y más seguro medio de recaudación de la institución.
- Se debe presentar estrategias tecnológicas de e – commerce, que permitan la implementación del pago de servicios académicos en línea para la PUCE Esmeraldas con la finalidad de agilizar los cobros y que las transacciones por conceptos de matrículas sean realizadas directamente a la cuenta institucional.
- Las dependencias encargadas de desarrollo de sistemas de software dentro de la institución, deben presentar la propuesta a partir de este estudio, para así dar pauta a la planificación financiera y administrativa del proceso de pago en línea, como se había mencionado en el capítulo 3 de este estudio.

BIBLIOGRAFÍA

- (18 de Junio de 2017). *El Universo* . Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/18/nota/6235351/dinero-electronico-movio-292-millones-bajo-control-central>
- Aguirre, A., & Manasía, N. (Abril de 2007). El comercio electrónico y su aporte socioeducativo. *Frónesis*, 14(1). Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-62682007000100003
- BANCO DE ESPAÑA. (2015). *BBVA*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/transferencias-bancarias-clasificacion-y-comisiones-mas-usuales/>
- BANCO DEL AUSTRO. (s.f.). Obtenido de <https://www.bancodelaustro.com/Portal-Tarjetas/Visa/Cr%C3%A9dito/Prepago>
- BCE. (2003). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/2003/cap6.pdf>
- Carrillo, L. (2008). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <http://cdjbv.ucuenca.edu.ec/ebooks/td4152.pdf>
- Castells, M. (2000). Internet y la Sociedad RED. *Conferencia de Presentación del Programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento*. Cataluña. Obtenido de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34314728/INTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1501255162&Signature=Ues5CpZ23fs2AAUucl3wX9Q18pY%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DINTERNET_Y_LA_SOCIED
- Codeeta. (10 de Septiembre de 2012). *Temas de ayuda*. Obtenido de <http://help.codeeta.com/pagos/pago-online-y-pagos-offline-widget-de-pagos/>
- COM. (04 de Diciembre de 1997). Obtenido de <https://cordis.europa.eu/pub/esprit/docs/ecomcome.pdf>
- Cronbach. (1951). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/alfa-de-cronbach/>
- Del Pino, A., & Vazques, E. (8 al 14 de Marzo de 2004). El comercio Electrónico en España. *Revista Sice*. Recuperado el 28 de Julio de 2017, de http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2798_31-45__4EDBF89C5543D00BDCBBA2AB225DBD0B.pdf
- Diez de Castro, J., & Miranda, F. (2001). Internet y el comercio electrónico. *Revista Galega de Economía*, 10(2). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39110218>
- ecommerce, T. (s.f.). Obtenido de http://www.todoecommerce.com/uploads/2/4/4/6/2446682/clase_medios_de_pago_electronico_modo_de_compatibilidad.pdf

- Edufinet. (s.f.). *edufinet*. Obtenido de http://www.edufinet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1410&Itemid=377
- El Telégrafo. (06 de Agosto de 2016). Menos del 20% de empresas realiza comercio electrónico. *El Telégrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/menos-del-20-de-empresas-realiza-comercio-electronico>
- El Universo. (26 de marzo de 2018). *El universo*. Recuperado el 2018, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/03/26/nota/6685168/cinco-dias-que-se-deje-usar-dinero-electronico>
- Electrónico, C. (s.f.). *lausano*. Obtenido de <https://lausano.jimdo.com/comercio-electr%C3%B3nico/ventajas-y-desventajas-de-los-pagos-electr%C3%B3nicos/>
- EMBAJADA DEL ECUADOR. (s.f.). Obtenido de ECUADOR ORG: <http://www.ecuador.org/blog/?p=4180>
- Fernández, A., Sanchez, M., Jiménez, H., & Hernández, R. (2015). La importancia de la Innovación en el Comercio electrónico. *Universia Business Review*(47). Obtenido de redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>
- García, Y. (2002). Fiscalidad del Comercio Electronico. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/colaboraciones/Garcia-Calvente-fiscace-A.htm>
- Hadmin. (2012). *Hosting Diario*. Obtenido de <https://hostingdiario.com/hosting/>
- Hoy, C. (febrero de 2014). Obtenido de <http://computerhoy.com/paso-a-paso/internet/como-funciona-paypal-tutorial-principiantes-8733>
- Ibarra, L., Partida, A., & Aguilar, D. (2014). Electronic commerce as a business strategy: Impact in consumption habits in Hermosillo, Sonora's inhabitants. . *International Conference on Strategic Innovative Marketing, IC-SIM 2014 September 1-4, 2014*, . Madrid, Spain . Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815012616>
- INEC. (2016). El 17,1% de las empresas realizan comercio electrónico en Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/el-171-de-las-empresas-realizan-comercio-electronico-en-ecuador/>
- Janita, S., & Miranda, J. (2014). e-Mercados: un nuevo modelo de negocio electrónico. El caso del sector de la construcción. *Universia Business Review*, 42. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43331051007>
- Jimenez, J., Del Aguila, A., & Padilla, A. (Enero - Febrero de 2000). IMPLICACIONES ESTRATEGICAS DEL COMERCIO ELECTRONICO BASADO EN INTERNET: MODELOS DE NEGOCIO Y NUEVOS INTERMEDIARIOS. *Tribuna de Economía*(783). Obtenido de http://www.revistasice.info/cache/pdf/ICE_783_63-78__7C3879B7C28EA41A803E9A67CFB38B28.pdf
- Korntheuer, R. (2016). *SEOQuito*. Recuperado el agosto de 2017, de <https://seoquito.com/comercio-electronico-en-ecuador/>

- Liderez. (2016). El 'e-commerce' dinamiza el intercambio de bienes en el país. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecommerce-tecnologia-internet-ecuador-ventas.html>
- Lukác , G., Sabol, T., Tomásek, M., & Furdík, K. (2015). Una infraestructura de servicios orientada a procesos para empresas en red. (ELSEVIER, Ed.) *Investigación y aplicaciones del comercio electrónico*, 21, 1-16. Recuperado el 09 de 23 de 2017, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1567422316300783>
- Martínez, J., & Rojas , F. (2016). *Comercio electrónico*. Madrid, España: COPYRIGHT, edicione paraninfo, S.A.
- Medina, L. (01 de Agosto de 2016). ¿Y CÓMO SE PAGA? *Vistazo*. Obtenido de <http://vistazo.com/seccion/tecnologia/y-como-se-paga>
- MINCETUR. (2013). *siicex*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de Comunicacion. (2015). Comercio Electrónico en Ecuador. Ecuador. Obtenido de <https://observatoriotic.mintel.gob.ec/comercio-electronico-en-ecuador/>
- MINTEL,. (2015). *EVOLUCION DE COMPRAS POR INTERNET*.
- MIPRO. (2014). *comercio exterior*, <http://www.comercioexterior.gob.ec/mas-de-100-mipymes-cuentan-con-herramientas-de-comercio-electronico/>.
- Mundial, B. (28 de Agosto de 2014). *Banco mundial*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2014/08/28/world-bank-report-digital-payments-economic-growth>
- Ortiz, A. (01 de Febreo de 2017). *ICEMD*. Recuperado el 2017, de <https://www.icemd.com/digital-knowledge/articulos/normativa-comercio-electronico-la-importancia-conocer-las-reglas-del-juego/>
- Pecoy, M. (2011). Delito en el Comercio Electrónico. *Prisma Jurídico*, 10(1). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93420939012>
- Peña, F. (2003). Comercio electrónico en América Latina. *Centro de investigación de Ingeniería en Sistemas*. Obtenido de <http://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/176/160>
- Personal. (s.f.). Obtenido de <https://personal.us.es/vararey/adatos2/correlacion.pdf>
- PUCE. (31 de mayo de 2017). *pucese*. Obtenido de pucese: <https://www.pucese.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/Pol%C3%ADticas-Generales-de-la-PUCE-aprobadas-por-el-Consejo-Superior-en-sesi%C3%B3n-del-8-de-mayo-del-2017-1.pdf>
- PUCESE. (2016). <https://www.pucese.edu.ec/mision-vision-y-valores/>.
- Ramirez, E. (1 de MARZO de 2013). *UNIKA*. Obtenido de <https://fannyjb180597.wordpress.com/2013/03/01/5-definiciones-de-internet/>

- Ramirez, S. (15 de Diciembre de 2015). El desarrollo del E-Commerce en Ecuador aún no se consolida. *Lideres*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/comercioelectronico-ecuador-foro-pymes.html>
- Rocio, D. (2004). eticanet.
- Rodriguez, M. (2012). *Metodologías de investigación* . Obtenido de <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2012/03/07/introduccion-general-a-la-metodologia-de-la-investigacion/>
- Ruiz, R. (29 de Junio de 2015). *Bussines Chief*. Recuperado el 2018, de <https://latam.businesschief.com/mercadeo/1458/Cunto-ha-crecido-el-comercio-electrnico-en-Latinoamrica>
- Sanchez, J. (04 de octubre de 2015). *ufidelitas*. Recuperado el 2017, de ufidelitas: <https://ufidelitas.ac.cr/assets/es/publicaciones/comercio-electronico-sostenible-modelo-medicion.pdf>
- Sanchez, J., & Arroyo, F. (2016). Diferencias de la adopción del comercio electrónico entre países. *Suma de Negocios*, 7. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X16300015>
- Silva Murillo, R. (2009). BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. *PESPECTIVAS*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942160008>
- Sojo, S. (2001). Comercio electrónico en Costa Rica. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 2(2-3). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66620313>
- UNIVERSIDAD OBERTA DE CATALUÑA. (s.f.). *BIBLIOTECA*. Obtenido de <http://biblioteca.uoc.edu/es/recursos/tipos-de-comercio-electronico>
- Valenzula, E. (2011). *Palermo*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=339&id_articulo=7618

ANEXOS

Anexo 1



La siguiente es una encuesta con fines académicos realizada por la estudiante Evelyn Aparicio de la escuela de comercio exterior, como parte de su proyecto de investigación científica, previo a la obtención del título de ingeniería en la carrera inicialmente mencionada. Esta encuesta va dirigida a los estudiantes, personal docente, administrativo y usuarios en general que forman parte de la comunidad PUCESE con la finalidad de analizar la utilización de medios de pago electrónicos para establecer la necesidad de venta de servicios académicos a través del comercio electrónico.

AGRADEZCO DE ANTEMANO SU COLABORACIÓN

Datos Generales:

1.- Posee equipamiento tecnológico personales, tales como: (puede elegir más de una respuesta)

- computadoras
- celulares inteligentes
- Tablets
- No posee

2.- Utiliza el internet para acceder a: (puede elegir más de una respuesta)

- Buscadores (consultas)
- Redes sociales
- Medios informativos (noticias)
- Fuentes de referencias informativas (investigaciones)
- Compras on line (comercio electrónico)
- Correos electrónicos
- Entretenimiento
- Pagos en línea

3.- Ha realizado compras en tiendas virtuales?

Si No

En qué página _____

4.- Usted o en su entorno familiar cercano, disponen de algunos de los siguientes medios de pago: (puede elegir más de una respuesta)

- Tarjetas de crédito
- Tarjetas de debito
- Tarjetas pay card
- Cuentas pay pal
- Dinero electrónico
- Transferencias bancarias
- Ninguna

5.- Tiene la posibilidad de acceder a alguno de los medios de pago anteriormente mencionado

Si

No

6.- Ha realizado pagos en línea de algún bien o servicio

Ninguna vez Pocas veces Muchas veces

A través de qué medio _____

7.- Su conocimiento acerca de la seguridad de los medios de pago electrónicos identificados es:

- Alto
- Medio
- Bajo

8.- Considera que los riesgos de la utilización de los medios de pago electrónicos son:

- Muy pocos
- Pocos
- Riesgosos
- Muy riesgosos
- Altamente riesgosos

9.- Cuáles de los servicios que brinda la PUCE Esmeraldas ha utilizado:

- Pregrado
- Formación continua
- Cursos abiertos de inglés

10.- Cuando adquiere los servicios de la PUCE Esmeraldas, qué medios o formas de pago utiliza (puede elegir más de una respuesta)

- Efectivo
- Tarjetas
- Transferencias bancarias
- Dinero electrónico
- Depósitos bancarios
- Otros

11.- Si la PUCE Esmeraldas implementara un sitio web para comprar los servicios que esta oferta, usted estaría dispuesto a realizar los pagos en línea

Si _____

No _____

Anexo 2



La siguiente es una entrevista con fines académicos, realizada por la estudiante Evelyn Aparicio de la escuela de comercio exterior, como parte de su proyecto de investigación científica, previo a la obtención del título de ingeniería en la carrera inicialmente mencionada. Esta entrevista va dirigida al personal administrativo que forman parte de la comunidad PUCESE con la finalidad de analizar la utilización de medios de pago electrónicos para establecer la necesidad de venta de servicios académicos a través del comercio electrónico.

Nombre del entrevistado _____

Cargo _____

Institución _____

Fecha _____

ENTREVISTA

1. Que servicios brinda la PUCESE en las que se puedan recibir pagos de manera electrónica.
2. ¿Desde la visión del departamento financiero, la recaudación a través de medios de pagos electrónicos, facilitaría el proceso de recaudación?
3. De los servicios académicos que venden cual es el medio de pago electrónico más utilizado
4. Alguna vez se ha considerado la implementación de una opción para el cobro de servicios en línea
5. De qué manera se beneficiaría el departamento al crear la opción de pagos en línea
6. Cuál es el flujo del proceso que se realiza cuando se reciben los pagos de los servicios en ventanilla
7. De qué manera se ve afectado el entorno laboral y administrativo en los días en que las recaudaciones son con mayor afluencia
8. Considera que la institución requiere de los servicios de pagos en línea para la recaudación de los servicios ofertados
9. ¿Cuenta la PUCESE con los aspectos logísticos, económicos y tecnológicos para la implementación de ventas de servicios on line?

Anexo 3



La siguiente es una entrevista con fines académicos, realizada por la estudiante Evelyn Aparicio de la escuela de comercio exterior, como parte de su proyecto de investigación científica, previo a la obtención del título de ingeniería en la carrera inicialmente mencionada. Esta entrevista va dirigida al personal administrativo que forman parte de la comunidad PUCESE con la finalidad de analizar la utilización de medios de pago electrónicos para establecer la necesidad de venta de servicios académicos a través del comercio electrónico.

Nombre del entrevistado _____

Cargo _____

Institución _____

Fecha _____

ENTREVISTA

1. Desde la parte tecnológica, como hardware y software cuales son los requerimientos para implementar el botón de pago de las matrículas de los estudiantes.
2. Cuáles son los requerimientos para realizar los pagos de los servicios académicos en línea?
3. Qué tipo de Software se utilizaría para implementar el pago de matrículas en línea?
4. Qué características tecnológicas debe de tener este software?
5. Al momento de realizar comercio electrónico, usted ingresa una serie de datos personales y financieros. ¿Cómo la PUCE Esmeraldas garantizaría la seguridad de los datos ingresados en su plataforma de pago?

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

Hombres y mujeres por sexo

Semestre II

Año 2017

Especialidad	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	45	31	76
COMERCIO EXTERIOR	41	28	69
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA	53	10	63
DISEÑO GRÁFICO	33	42	75
EDUCACIÓN BÁSICA SEMIPRESENCIAL	19	1	20
EDUCACIÓN INICIAL (C)	2		2
EDUCACIÓN INICIAL PRESENCIAL	8	1	9
ENFERMERÍA	133	20	155
ENFERMERÍA (A)	297	26	323
GESTIÓN AMBIENTAL	51	35	86
INGENIERÍA COMERCIAL MENCIÓN PRODUCTIVIDAD	48	26	74
INGENIERÍA DE SISTEMAS Y COMPUTACIÓN	27	70	97
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERÍA Y TURÍSTICA	32	13	45
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR	35	23	58
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA	43	14	57
INGENIERÍA EN GESTIÓN AMBIENTAL	72	5	126
LICENCIATURA EN LINGÜÍSTICA APLICADA MENCION E. I	23	3	26
TECNOLOGÍA MÉDICA EN LABORATORIO CLÍNICO	1		1
	965	397	1362

Neutral

MEMORANDUM

Nº DIRADM – 2017 – 000121

PARA: Ing. MARIO ARMAS ARIAS, Mba.
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

DE: LIC. ISABEL TRUJILLO DELGADO
Asistente Administrativa y de Recursos Humanos

ASUNTO: **NÚMERO DE PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO**

FECHA: Esmeraldas, diciembre 07 de 2017

Dando respuesta al MEMORANDO N° 387 en el que solicita el número de personal administrativo y docente que laboran en la PUCESE, para la investigación que realizará la estudiante Evelyn Aparicio Arias, procedo a darle la siguiente información:

- Personal Administrativo y de Servicio 75
 - Personal de planta: 64
 - Personal de proyecto: 11
- Personal docente de tiempo completo, medio tiempo y tiempo parcial de relación laboral y Honorarios Profesionales: 162.

Agradeciendo la gentileza de vuestra atención.

Atentamente,



LIC. ISABEL TRUJILLO DELGADO
Asistente Administrativa y de RR.HH.

ITD/jp

Memorándum OF 121-2017

Para: Mgt. Mario Armas Arias
Director de Escuela de Comercio Exterior

De: Ing. Karla Almeida Campos
Unidad de Formación Continua (Oferta Formativa)

Asunto: Listado de Participantes de Cursos de Formación Continua -
Noviembre

Fecha: Esmeraldas, 13 de diciembre de 2017

Por medio de la presente, informo el listado de participantes de los cursos impartidos por la Unidad de Formación Continua en el mes de noviembre. Los cursos son los siguientes:

1) Curso Básico de Contratación Pública:

N°	APELLIDOS	NOMBRES	TELÉFONO DE CONTACTO
1	Alpala Romero	Demia Elizabeth	0986551044
2	Batioja Portocarrero	Jorge Domingo	0997847075
3	Beltrán Garzón	Luis Emanuel	0981121764
4	Bravo Plaza	Jasmina Tatiana	0994544865
5	Caicedo Vera	César Miguel	0984402428
6	Chica Cevallos	Carmen Liliana	0062460559
7	Coronel Ramírez	Karol Lilibeth	0939227009
8	Duque Jironza	Laura Zulima	0986819231
9	Estupiñán Hurtado	Venus Jasmina	0908149203
10	Estupiñán Plaza	Marcos Ignacio	0983689926
11	Garrido Macías	Vielka Liliana	0995162398
12	Granillo Guamán	Mónica Rocío	0984388919
13	Izquierdo Obando	Joseph Elí	0999689459
14	Klinger Estacio	Karla Daniela	0997764089
15	Lucas Zapata	Lorena Jacqueline	0997727740
16	Maceira Tenorio	Jenny Elizabeth	0981844690

17	McLaughlin Patiño	Sara Johanna	0995454724
18	Olarte Figueroa	Euzcalla del Jesús	0983905949
19	Ortega Santana	Víctor Miguel	0981301437
20	Ortiz Quiñónez	Lorena Viviana	0982094465
21	Saavedra Cevallos	Jorge Luis	0989291213
22	Solórzano Mendoza	Gisella Patricia	0988736786
23	Tenorio Quijije	Grey Juliana	0997764169
24	Valdez Ortiz	Juan Esteban	0986933874

2) Curso "Estrategias y Herramientas para la Prevención de Violencia en el Aula"

N°	APELLIDOS	NOMBRES	TELÉFONO DE CONTACTO
1	Aragundi Rosero	María José	0996383445
2	Delgado Alcívar	José Miguel	0997300409
3	Demera Batalla	Jennifer Tatiana	0981403548
4	Franco Andrade	Liliana Lourdes	-
5	Lañón Farías	Bonnie Melania	0997026148
6	López Angulo	María Lucetty	0993686644
7	Márquez Arboleda	Viviana Mercedes	0997633891
8	Miketta Mideros	María de Lourdes	0986248835
9	Mina Arboleda	Rudi Agueda	0960470086
10	Olives Falconés	Johanna Patricia	0987376828
11	Pacheco Góngora	Ronald Damián	0988267618
12	Pilataxi Loor	Elena Mercedes	0998709987
13	Rosero Bonilla	Adriana Lorena	0991273625
14	Rosero Bonilla	Inés María	0995658984
15	Torres García	Gladys Alexandra	0960630005
16	Véliz Córdova	Marlene Leonor	0939926756

Particular que informo para los fines pertinentes.

Atentamente,

Karla Almeida
Ing. Karla Almeida Campos

Unidad de Formación Continua (Oferta Formativa)



Recibido