

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**LA TECNOLOGÍA DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN
COSTA RICA Y SU APORTE A LA ACTIVIDAD
EXPORTADORA DE SERVICIOS DE BACK OFFICE CON BASE
EN 2019**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE
BACHILLERATO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

ANA PATRICIA GONZÁLEZ BRICEÑO

SEDE ARANJUEZ

MAYO

2021

Agradecimientos

Quiero agradecer infinitamente a Dios porque si él no soy nada, sin él no hubiese logrado llegar hasta acá, por darme vida, salud, darme la oportunidad de seguir creciendo más profesionalmente y sin sus fuerzas y su apoyo no hubiera logrado llegar hasta aquí.

Quiero agradecer a mi esposo que ha sido mi apoyo incondicional en todo momento, el que ha levantado mi ánimo en momentos difíciles él que siempre con estas palabras “usted es capaz, usted es inteligente usted su puede” me ha dado ese empuje que a veces necesitamos en momentos de estrés o de sentir que uno no puede más gracias, mi amor por siempre apoyarme y nunca desistir conmigo.

Gracias a mi familia maravillosa que ha creído en mí que me han apoyado desde pequeña a logra mis sueños y que si se puede salir a delante a mis sobrinas que son la alegría de mi vida y son esa luz que necesitamos en nuestras vidas.

Gracias al Profesor Fernelly Fallas, quiero agradecerle porque cuando ya no quería seguir más (a finales de mi carrera) y “tirar la toalla” estuvo ahí para apoyarme, darme aliento de que si se podía y que no me rindiera.

Gracias al director de Carrera de Comercio Internacional Fernando Ramírez que ha sido fundamental en este proceso, ha sido una persona que me ha motivado a seguir adelante y a ser un mejor profesional.

CONTENIDO

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	7
Planteamiento del Problema.....	7
Objetivos	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos.....	9
Justificación.....	9
Antecedentes	10
Historia	10
Internacionales.....	11
Nacionales	14
Proyecciones.....	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	16
Tecnología	16
Teoría Sistema Financiero.....	16
Sistema Monetario Internacional.....	18
Banco de pagos Internacionales	18
Medio de Pagos Digitales	19
Plataformas del Banco Nacional.....	19
Plataforma NIDI.....	19
Klap.....	19
Plataformas del BAC San José	20
Mi POS.....	20
Compra Click.....	21
Plataformas Internacionales.....	21

Payzeey.....	21
PayPal.....	22
Comercio Internacional.....	22
Servicios de Back Office.....	22
Herramientas Tecnológicas.....	24
Ciberseguridad.....	24
Herramientas Tecnológicas Financieras.....	25
Herramientas tecnológicas y ventaja comparativa.....	25
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	26
Enfoque.....	26
Diseño.....	27
Fuentes.....	27
Fuentes Primarias.....	27
Fuentes Secundarias.....	28
Muestra.....	28
Unidades de Análisis.....	29
Instrumentos Utilizados en la Investigación.....	32
Cuestionario.....	32
Entrevista.....	33
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos.....	33
Procedimiento de Recolección de Datos.....	33
Procedimiento de Análisis de Datos.....	34
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	34
Unidades y Categorías de Análisis.....	35
Unidad de Análisis 1: Herramientas Tecnológicas.....	36
Categoría 1: Plataformas de pago.....	36
Descripción.....	36
Análisis.....	37

Categoría 2: Seguridad en plataformas de pago electrónicas	37
Descripción.	37
Análisis.	38
Categoría 3: E-Commerce	38
Descripción.	38
Análisis.	39
Categoría 4: Herramientas bancarias de pagos	40
Descripción.	40
Análisis.	40
Categoría 5: Pasarelas de pagos Nacionales e Internacionales.....	41
Descripción.	41
Análisis.	41
Unidad de Análisis 2: Estrategias Tecnológicas	42
Categoría 1: Mejorar procesos del servicio de Back Office	42
Descripción.	42
Análisis.	43
Categoría 2: Competitividad por facilidades del E-Commerce.....	44
Descripción.	44
Análisis.	45
Categoría 3: Implementar mecanismos de seguridad de la información.....	46
Descripción.	46
Análisis.	46
Categoría 4: Facilitar la gestión de procesos de plataformas electrónicas	47
Descripción.	47
Análisis.	48
Categoría 5: Capacitación de plataformas electrónicas	48
Descripción.	48
Análisis.	49
Unidad de Análisis 3: Mejoras en el servicio de Back Office para la exportación.....	50
Categoría 1: Incremento de servicios de back Office para la exportación	50

Descripción.....	50
Análisis.....	51
Categoría 2: Innovación en los servicios de Back Office.....	51
Descripción.....	52
Análisis.....	52
Categoría 3: Desarrollar mejoras en los servicios de Back Office.....	53
Descripción.....	53
Análisis.....	54
Categoría 4: Expansión de servicios por medio de pasarelas de pago.....	55
Descripción.....	55
Análisis.....	55
Categoría 5: Capacitaciones para reducir la desinformación.....	56
Descripción.....	56
Análisis.....	57
Interpretación de los Datos.....	57
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
Conclusiones.....	59
Recomendaciones.....	61
CAPÍTULO VI.....	63
Objetivo general.....	63
Objetivos específicos.....	64
Justificación.....	64
Proyecciones.....	65
Propuesta.....	65
Referencias.....	67
Apéndices.....	75

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema

En la presente investigación se pretende abordar el tema de la tecnología en los servicios financieros y el aporte brindado a la actividad exportadora costarricense, específicamente, en el sector de servicios de Back Office. Es innegable la participación de los servicios financieros dentro de la actividad comercial, especialmente, en aquellas transacciones en donde las contrapartes son residentes de distintos países. El dilema del comprador-vendedor suele verse agravado por la distancia geográfica y, por ende, los servicios financieros son medulares en la realización del comercio internacional.

A lo largo de los años, se ha notado en Costa Rica la carencia de herramientas tecnológicas efectivas para dar soporte a la actividad exportadora en el país, ya que a nivel bancario existen, en la actualidad, muchas deficiencias que se han hecho visibles, como, por ejemplo, trámites engorrosos, excesiva burocracia en los procedimientos (o requisitos). Muchas entidades bancarias carecen de canales o plataformas digitales para poder fortalecer el desarrollo de la exportación de un servicio al extranjero.

La carencia de información en la población con respecto al uso de las diferentes herramientas tecnológicas existentes para genera inseguridad por parte de los usuarios. Al ser algo nuevo y diferente, puede generar desconfianza o bien temor al cambio. Realmente este tipo de mecanismos pueden llegar a ser un buen aliado en los negocios para cualquier compañía, pues implementan pasarelas de pagos virtuales, con suficiente nivel de seguridad y, al mismo tiempo, que se puedan acceder desde un dispositivo móvil para efectuar pagos sin mayor trámite o costo, al alcance de un clic.

Este tipo de plataformas virtuales deberían de tener como mínimo dos idiomas básicos, a saber, el español e inglés debido a que en el país residen muchos inmigrantes de toda parte de mundo y algunas de estas pasarelas solo cuentan con un idioma español y esto dificulta a las personas extranjeras el entendimiento de la información y el uso de este. Se debe de eliminar la

burocracia y la larga tramitología existentes a lo largo de los años para lo que son las aperturas de cuenta bancarias entre otras gestiones.

En el territorio costarricense existen diversas opciones para las compras virtuales en donde se encuentran diversos productos y servicios, por lo tanto los clientes a la hora de adquirir este tipo de mercancías deben revisar si realmente son plataformas seguras, en otras palabras deben de ser muy meticulosos de donde se efectúan los pagos de las adquisiciones comparadas porque no todos los *sitios web* que existen son reales y seguros, podrían tratarse de estafas en donde podrían perder tu dinero.

Falta mucho por desarrollar en Costa Rica para llegar a los altos estándares existentes en otros países, desde luego competir y estar a la altura de países desarrollados; este proceso va un poco lento y no se han evolucionado mucho en temas de tecnología, pero se espera que en los próximos años se desarrolle un poco más este tipo de temas y que no sea un aspecto desconocido para la población, por el contrario cada día se familiaricen más con este proceso, porque es el futuro del comercio en el país.

En los últimos años se ha visto una deficiencia para poder facilitar a las empresas exportadoras las herramientas tecnológicas bancarias llevar a cabo sus pagos sin importar en donde el cliente se encuentre o bien su método de pago, (tarjeta de crédito o débito). Este sistema debería de permitir a sus usuarios la facilidad de pagar sus pendientes, pues gracias a estas plataformas, en general, existen muchas deficiencias en las plataformas, tales como sus limitaciones, falta de compatibilidad con los sistemas que ya tienen las empresas o los altos precios cobrados por los desarrolladores debido a este tipo de implementación tecnológica.

Por lo tanto, se pretende responder la siguiente pregunta: ¿Cómo podrían mejorar los servicios financieros, mediante herramientas tecnológicas, para dar un mejor soporte a las empresas que ofrecen sus servicios de Back Office a los no residentes en Costa Rica?

Objetivos

Objetivo general

Estudiar la tecnología de los servicios financieros en Costa Rica y su aporte a la actividad exportadora de servicios de Back Office con base en 2019.

Objetivos específicos

Evaluar las diferentes herramientas tecnológicas brindadas en Costa Rica y la capacidad que tienen para dar soporte y estimular la exportación de servicios de Back Office.

Identificar estrategias tecnológicas para incrementar la capacidad del país para exportar servicios de Back Office.

Desarrollar una estrategia para la mejora de exportación de servicios de Back Office para las empresas costarricenses.

Justificación

Según Hernández y Mendoza (2018), adicionalmente a los elementos previos, es necesario justificar el estudio por realizarse, con base en los objetivos y las preguntas de investigación, los cuales implican la exposición de las razones relacionadas tanto con la importancia como por la necesidad de llevarlo a cabo (el *para qué* del estudio) y los beneficios derivados de él. (p. 44).

Esta investigación pretende ayudar a todos aquellas personas a obtener más conocimiento relacionado con herramientas virtuales existentes y que muchos desconocen, ya que esto será de gran ayuda para todos estos exportadores quienes llevarán sus servicios más a través de las plataformas más seguras. Este proyecto dará a conocer cuáles son las plataformas más seguras de utilizar por parte de todos aquellos exportadores que quieran facilitar el pago a sus clientes de los servicios brindados y, a su vez sean de fácil acceso para sus clientes. Por otra parte, analizar cuáles son las pasarelas que mejor se adaptan a las diferentes necesidades de las empresas para la exportación de servicio de Back Office.

Existen varios tipos de plataformas tanto nacionales como internacionales que los diferentes empresarios pueden utilizar, al mismo tiempo podrían decidir cuál de ellas se adapta más a su compañía. Hay algún grado de incertidumbre con respecto a estos temas que se pretenden desarrollar a lo largo de este proyecto, pero es necesario llenar este vacío de la información la cual se recopilará en medida que se lleve a cabo esta investigación y cuyo contenido se expondrá a la población, así cómo será utilizada de forma más inteligente, además de incentivar a los comerciantes a la ampliación de su comercio y aumentar sus ingresos.

Se efectuarán encuestas a la población para poder conocer lo que saben acerca de tipo de temas, dar a conocer el problema a los demás y ver las posibles soluciones, mejoras, calidad, servicio, entre otros. Este tipo de tecnología ha venido a innovar y facilitar la vida de muchas personas, de esta forma crear una nueva cultura en los ciudadanos con el fin de facilitar y acercar más a los ciudadanos este nuevo mundo considerado como una estrategia muy ventajosa la cual ayudaría a la mayoría de los comerciantes quienes deseen salir delante de manera diferente y virtual.

Cabe destacar que la mayoría de la población no está muy familiarizada con este tipo de tecnologías y en ocasiones se resisten al cambio, por eso es importante hacer campañas publicitarias para dar a conocer al público las diferentes plataformas existentes y cómo esto ayuda a incrementar sus ventas, si bien es cierto para implementar este tipo de plataformas de pago se debe invertir dinero para crear estas herramientas, pero esto sería una muy buena inversión porque a largo plazo se podrán visualizar los resultados y el crecimiento en el transcurso de este proyecto.

Antecedentes

Historia

Hernández Alarcón (1890),

Durante el periodo colonial, Costa Rica se había involucrado en un comercio muy pequeño, casi todo con otras partes del imperio español. A pesar de que el gobierno español había intentado mejorar esta situación durante la era de la Reforma borbónica de la segunda mitad del siglo dieciocho, los comerciantes guatemaltecos impidieron estos cambios y cuando Costa Rica

alcanzó su independencia en 1821, el comercio aún permaneció bastante limitado. Sin embargo, durante el siglo diecinueve el comercio internacional creció junto, primero con el café y luego con la producción bananera.

La Historia de Comercio en Costa Rica comenzó muchos años atrás, la primera exportación hacia el extranjero fue el café y luego el banano, estos fueron sus primeros pasos en el comercio internacional y aquí empezó el país a tener mejoras en el sector económico. Después de estos productos vinieron muchos más en donde Costa Rica comienza a incursionar en las exportaciones y todo comienza a desarrollarse; años después se pueden observar tratados de libre comercio, productos libres de aranceles, entre otros. Así es como el territorio nacional ha ido surgiendo y creciendo en materia de Comercio Internacional.

Internacionales

Almenara y Ruiz (2017) Revista Universitaria de Sevilla, las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. En esta revista se llegaron a varios objetivos, el primordial la reducción de la brecha digital existente en que las nuevas tecnologías formen parte del desarrollo y propicien el surgimiento de auténticas sociedades del conocimiento. El desarrollo en el ámbito de la información no descansa exclusivamente en mecanismos económicos, la reducción de la brecha digital es un desafío de tal envergadura que los gobiernos no podrán afrontarlo solos.

Godínez y Vargas (2020), CEPAL, Alemania, trabajo de investigación “La regulación del trabajo en las empresas de plataforma virtual de Costa Rica” con esta información se llegó a las siguientes conclusiones, se debería apoyar el desarrollo de medios de comunicación o de actividades que faciliten el acercamiento entre los prestadores del servicio, que pese a su dispersión, permitan que la información generada de su interacción con las diferentes plataformas y los usuarios de las mismas pueda ser compartida. Las *páginas web* o plataformas creadas y apoyadas en algunos casos por centrales sindicales u otras organizaciones.

Gonzalo (2020) Universidad de la Plata Perú, Tesina de Licenciatura, “E-Commerce y su ecosistema de canales digitales”, en esta tesina el autor menciona varios objetivos entre ellos, “se permitió debatir y comparar las diferentes plataformas relacionadas con E-Commerce en donde se realizó el análisis de estas para obtener las fortalezas y debilidades de estas”. Las empresas de tecnología siguen *invirtiendo* en tecnología e innovación para brindar una mejor experiencia al cliente, por lo tanto, actualmente surgen plataformas con tecnologías como headless commerce la cual se describe brevemente en este trabajo y es uno de los puntos por seguir desarrollando en trabajos futuros.

Arteaga y Choquehuanca (2016) Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa Tesis “Los factores perceptuales y su relación con la utilización del servicio de banca móvil en Arequipa Metropolitana”. Con base en esta tesis se tomó en referencia, ya que se analiza la relación entre la compatibilidad existente entre una banca privada y el uso de una banca móvil, con esto se pretende innovar y que sus usuarios accedan de forma fácil, rápida y segura a sus cuentas bancarias gracias al uso de la tecnología. En la actualidad hay mucha competencia entre las diferentes entidades financieras de quienes le prestan más beneficios a sus clientes y de qué manera hacer crecer su cartera.

Cordero (2019) Universidad de Católica de Santiago de Guayaquil, Tesis de Maestría “Comercio electrónico E-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo” se tomó como referencia esta tesis porque describe los antecedentes y la problemática actual del comercio electrónico y esto ampliaría un poco el contenido de esta investigación y poder tener más antecedentes que aporten a esta investigación.

Avendaño y Cárdenas (2018) Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión facultad de Ingeniería “Implementación de un sistema de negocios on-line para mejorar las ventas de la empresa coxa E.I.R.L” (Perú). Se extrajo información de esta tesis, ya que amplía un poco la investigación acerca de la influencia del comercio electrónico para incrementar las ventas de las empresas y así impulsar más a los comerciantes.

Calixto (2017) Universidad Autónoma del Estado de México, Tesis de Licenciatura “Avance de la Tecnología y su impacto en el Comercio Internacional de México”. Se tomará en cuenta este proyecto, ya que es importante saber cómo la tecnología ha impactado sobre el comercio internacional y también se toman en cuentas las ventajas y desventajas respectivas, así como analizar los beneficios que México obtuvo al implementar nuevas tecnologías en el comercio internacional, es decir puntos por considerar en esta investigación.

Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo (2020), tema “Propuesta para la incorporación de las TIC en el plan de estudios 2018 de la Normal Rural Gral.” En este proyecto de investigación se rescata que es muy importante cómo educar a la población, a saber, cómo utilizar las TIC y crear formación en las personas, mayor conocimiento de este tema el cual se ha vuelto muy común, parte del diario vivir y del comercio a lo largo de estos años.

Céspedes (2016) Universidad Mayor de San Andrés (Bolivia), tesis “Acceso y uso de los servicios financieros en el desarrollo de la economía financiera de Bolivia: 1998-2014”. En este trabajo el objetivo es la medición del grado de inclusión financiera, así como su acceso, el uso de los servicios financieros y como influencia en el desarrollo de la economía financiera, ya que es relevante conocer cuánta población tiene acceso a cuentas bancarias y la necesidad existente con el fin de ampliar sus conocimientos respecto al temas financieros.

González (2017) Universidad San Ignacio de Loyola (Perú), tesis, “El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de lima metropolitana de los 4 principales bancos del Perú”. Se precia en este trabajo que es fundamental el conocimiento para determinar la relación de los usuarios con las herramientas tecnológicas, a saber, las bancas electrónicas y la aceptación que esta tiene por los clientes para mejorar sus herramientas ya existentes.

Orzanco (2018) Universidad de San Andrés tesis “Estrategia Digital de la industria financiera, escenarios de competencia de bancos tradicionales con nuevos actores Fintech”. En esta tesis se identifican aportes muy enriquecedores, así como el análisis y descripción de estrategias de competencia en materia de transformación virtual en los principales actores de la industria financiera para adaptarse a la economía digital, ya que está pasando en este tiempo.

Nacionales

Ramírez (2019) Universidad de Costa Rica, trabajo de Post Grado “Propuesta de un plan de mercadeo para el lanzamiento de una aplicación móvil en el área de la salud preventiva en costa rica para la empresa Akurey S.A” se tomó esta información, ya que exponen como las diferentes plataformas electrónicas brindan un mayor alcance en sus clientes y, por ende, incrementa sus ventas de una forma innovadora y al alcance de todos.

Pérez y Víquez (2020) Universidad Nacional de Costa Rica, tesis “Eficiencia y profundidad del sistema financiero costarricense y su efecto sobre el crecimiento económico”. Se tomó esta tesis porque menciona cómo construir un modelo para la relación causal entre sistema financiero y crecimiento económico, en otras palabras, por desarrollar en esta investigación, al mismo tiempo reactivar la economía en el País. Por otra parte, se proponen recomendaciones para potenciar el desarrollo del sistema financiero costarricense, ya que es una situación necesaria en Costa Rica en estos momentos.

Barquero (2020) Universidad de Costa Rica, tesis “Diagnóstico para la adopción de plataformas de comercio electrónico en micro y pequeñas empresas de zonas rurales: caso de estudio de la región de Río Cuarto, Alajuela”. En este trabajo se tomaron en cuentas varios objetivos que añaden más información al proyecto, como por ejemplo determinar la aceptación de la tecnología en las diferentes empresas ya sean grandes o pequeñas y, cómo a su vez, los consumidores llegan a adaptar las plataformas a las diferentes zonas existentes en el país, así como una evaluación de estas.

Lizano, Rodríguez y Valverde (2018) Universidad de Costa Rica, tesis “Diseño de un modelo de negocio colaborativo para la integración de servicios de esparcimiento por medio de una plataforma digital”. En este trabajo se visualizará información que puede aportar mucho a la investigación como por ejemplo la caracterización del mercado costarricense de acuerdo con la situación social, económico, cultural del país y a la aceptación hacia las plataformas en línea con el fin de poder definir el mercado potencial. Analizar el comportamiento de los potenciales clientes y proveedores para cumplir con sus necesidades, preferencias, adaptarlas y crear la plataforma que más le convenga la negocio.

Villalobos (2019) Universidad Nacional de Costa Rica tesis “Economía Digital como mecanismo de mejora en la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del cantón de Escazú”. Se utilizará como referencia la información planteada en esta investigación, pues tiene temas relevantes con el proyecto elaborado y uno de sus objetivos es la implementación de que la economía digital sea un mecanismo de mejora de la competitividad de las empresas del sector de comercio y servicios.

Proyecciones

- Se evaluarán las diferentes herramientas tecnológicas existentes, ya que con esto se pretende estimular en Costa Rica el aumento de servicios de Back Office y, a su vez, incentivar a las empresas exportadoras a implementar más la parte tecnológica y percibir mayores ingresos en tiempo real y así facilitar a sus clientes una plataforma de pago, además se debe de tomar en cuenta los beneficios y gastos que conllevan la utilización de estas plataformas, por ejemplo el desarrollo de la herramienta, tipo de moneda utilizada, idiomas, comisiones por su utilización, comparar cuál de estas es segura y económica.
- Se definirán estrategias tecnológicas que ayuden a las empresas exportadoras de servicios de back office a mejorar sus métodos de pago por medio de la tecnología, ya que muchos comercios que carecen de buenas plataformas virtuales en donde sus clientes puedan efectuar pagos de sus compras, pues en la actualidad existen pocos mecanismos de pagos, algunos de ellos son muy arcaicos o se invierte mucho tiempo efectuando este tipo de gestiones y se necesitan medios más efectivo y de rápido acceso para agilizar este tipo de trámites.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Tecnología

Según Pacheco Garisoain, M. L. (2016), Tecnologías de la información y la comunicación. Pearson Educación menciona, *A principio de la década de los sesenta del siglo XX, los científicos comenzaron a plantear la posibilidad de interconectar computadora para poder consultar información de cualquier parte del mundo (p.15).*

A lo largo del tiempo, se ha demostrado que los recursos y métodos implementados en los años de antaño, para casi cualquier actividad, no son los mismo en la actualidad. Las generaciones han ido cambiando muy drásticamente y un ejemplo de ellos es cómo la tecnología e información es más accesible hoy que en décadas recientes. Antes poder comunicarse con las personas a través de un celular o biper era exclusivo de las personas más adineradas, pues el comunicarse con otras personas por medio de la tecnología se podía, pero no estaba al alcance de todos, hoy en día se puede ver lo fácil que es acceder a un celular y obtener la información por medio de las diferentes de redes sociales.

La Tecnología ha avanzado rápido y ha llegado a modernizar algunos servicios de la banca en Costa Rica, ya que la innovación ha sido necesaria en herramientas tecnológicas en entidades como Bac San José, Banco Nacional y Banco de Costa Rica, entre otros. Estas entidades han trabajado para facilitar a sus clientes el manejo de sus finanzas desde dispositivos electrónicos como celulares, computadores, tablets personales, entre otros.

También han implementado plataformas electrónicas de medios de pagos que le permite a las empresas crear herramientas para ofrecerles a sus clientes los métodos de pagos, su facilidad de usar y al alcance de un *click* únicamente y esto genera innovación en las empresas, así como seguridad al pagar (lo cual es de suma importancia para los usuarios); particularmente las empresas tienen un plus sobre otras que no cuentan con tales facilidades.

Teoría Sistema Financiero

Según Pampillón Fernández, F. Cristina Ruza y Paz Curbera y Marta de la Cuesta González. (2012) menciona lo siguiente,

“... los rasgos fundamentales del sector financiero y las razones que justifican su existencia para, a continuación, determinar las cuestiones básicas que se encuentra a las que se enfrenta su estudio, a saber, conocer sistematizar y analizar el conjunto de procesos de financiación realizados en el interior del un país y del resto del mundo. (p. 12)”

El sistema financiero ha ido creciendo en los últimos años hasta el día de hoy; sin bien es cierto, en la actualidad les falta bastante para poder estar en un punto ideal, pues la banca en Costa Rica no ofrece muchas opciones para que las empresas que venden sus servicios de Back Office al extranjero cuenten con buenas pasarelas de pago, ya que es fundamental facilitar a los clientes que se encuentran en el extranjero para hacer sus pagos en cualquier lugar del mundo.

Muy pocas instituciones bancarias facilitan a un extranjero optar por una cuenta bancaria en Costa Rica porque son muchos los requisitos y las limitaciones, lo que muchas veces es un gran obstáculo para el cliente extranjero, a fin de efectuar pagos dentro de Costa Rica y en vista de este problema es muy importante tener plataformas digitales las cuales faciliten los pagos de los clientes, a saber, la aplicación Klap que facilita en gran manera la solvencia de este problema.

En muchas entidades bancarias se ha observado la carencia de un personal bilingüe que pueda tener la capacidad de atender a este tipo de clientes quienes provienen del extranjero, así como la inconstancia de las regulaciones bancarias, ya que una misma entidad bancaria posee diferentes sucursales a nivel nacional, pero en cada sucursal que el cliente se presente a abrir una cuenta bancaria le solicitan diferentes documentos.

La experiencias de los clientes suelen ser muy frustrantes para esta población quienes desconocen cómo funcionan las entidades en Costa Rica, pues los requisitos son diferentes aunque se trate de la misma entidad financiero y es ilógico que esto pase en los Bancos porque se supone que deben de tener las mismas condiciones en cualquier parte del país, pero en la práctica realmente no es así y sus plataformas son muy complejas, además carecen de un segundo idioma como el inglés para comprender lo requerido para ellos.

Sistema Monetario Internacional

Según el artículo publicado por Paula Nicole Roldán (29 de junio, 2017). Sistema Monetario Internacional. Economipedia.com menciona,

“El Sistema Monetario Internacional (SMI) es el conjunto de instituciones, acuerdos y normas que rigen las transacciones comerciales y financieras entre distintos países”. También se menciona que dicho sistema establece una serie de reglas que regulan los flujos de divisas transfronterizos en distintos países. Algunos de sus principales objetivos es poder garantizar el intercambio internacional y poder prevenir cualquier desequilibrio monetario que perjudique la confiabilidad del sistema.

Entre varios objetivos del SMI son mencionados crear y desarrollar medios de pagos mundiales seguros y aceptables por los países alrededor del mundo, ya que permitiría importar o exportar productos y los métodos de pago serían más amplios y seguros, por lo tanto incentivaría el crecimiento en la economía, en este caso es importante mencionar que el Banco de Pagos de Internacionales también juega un papel fundamental, en este caso es un ente financiero seguro utilizado de igual manera para efectuar pagos de forma segura.

Banco de pagos Internacionales

Según el artículo publicado por Ybeth Maldonado (12 de febrero, 2017). Banco de pagos internacionales (BPI). Economipedia.com menciona,

“El Banco de Pagos Internacionales (BPI) es una organización financiera internacional que fomenta la cooperación internacional entre los diferentes bancos centrales. De ese modo, asiste en la promoción de la estabilidad monetaria y financiera y ejerciendo de agente o fideicomisario en las operaciones financieras internacionales.”

Este Banco antes mencionado fue creado el 17 de mayo de 1930 y se considera una de las instituciones más antiguas, es propietario de varios bancos centrales, su sede se ubica en Suiza, cabe destacar que también posee oficinas en México y Hong Kong. Uno de sus objetivos son las operaciones bancarias, así como las finanzas y la tecnología de información que permiten de

manera fácil, accesible hacer pagos y ejecutarlos sin importar en donde se encuentre y esto gracias a la tecnología. (párr. 5).

Medio de Pagos Digitales

Existen diferentes métodos de pagos digitales desde los más antiguos como los más nuevos como, por ejemplo: datáfonos esto son máquinas algunas inalámbricas que permiten al usuario pagar a través de esta herramienta, también existe este mecanismo llamado “sin contacto”, que por medio de una tarjeta de crédito o débito con solo acercar la tarjeta se hace el cobro, así como lo más tradicional: las transferencias bancarias nacionales e internacionales.

Los bancos que poseen plataformas digitales pueden efectuar transacciones electrónicas, se pueden hacer en tiempo real o por medio de una transferencia sinpe que es una herramienta muy conocida por la población. E-Commerce es un medio digital nuevo y se ha venido implementando para la facilidad de pago de los usuarios para efectuar sus pagos de manera más fácil, segura y de manera virtual.

Plataformas del Banco Nacional

Plataforma NIDI.

Esto es una plataforma digital la cual permite a las empresas crear más de 100 productos, pero primero la empresa debe de tener un *website* creado en donde los clientes puedan llegar y escoger cualquier producto y efectuar el pago por medio de esta plataforma, sin embargo, se deben cumplir con varios requisitos, en este caso completar varios formularios que el Banco Nacional de Costa Rica solicita, proporcionar información de la empresa por implementar este servicio. Este tipo de plataformas tiene un costo y sus pagos deben efectuarse mensualmente por concepto de mantenimiento más un cargo extra por cada transacción efectuada.

Klap.

La empresa costarricense FT Technologies Costa Rica SA creadora de una marca llamada Klap que es un *link* puede configurarse por el usuario y de esta manera permite que los clientes

paguen sin importar en cuál lugar se encuentren, este *link* se puede enviar vía WhatsApp, Facebook, correo electrónico entre otros, es importante rescatar que debe de cumplir con algunos requisitos por parte del Banco Nacional.

Para obtener este servicio primero debe de ir a cualquier sucursal del Banco Nacional y solicitar los requisitos, por otra parte quien determina si usted califica o no para este servicio es el Banco Nacional, si este lo aprueba el usuario deberá saber la existencia de diferentes tarifas cobradas por plataforma (KLAP), aun cuando los montos son muy accesibles y cuentan con rangos de transacciones y con base en eso el Banco Nacional cobra una tarifa del 2.5 % por cada paga efectuada por el cliente en la cual se utilicen tarjetas como master card y visa.

En comparación con las demás plataformas virtuales investigadas es una de las mejores opciones, para cualquier empresa que desee facilitar a los clientes el pago de sus servicios, pues cuenta con tarifas muy accesibles, es muy fácil de programar y no necesita tener una *página web* para utilizar este servicio. Esta es la solución que muchos necesitan para desarrollar e innovar en el mercado competitivo.

Plataformas del BAC San José

Mi POS.

Este es un dispositivo portátil utilizada para poder cobros a cliente en cualquier parte del país porque funciona inalámbricamente, se puede instalar en celulares, tablets, ente otros, es útil para el cobro, se debe de tener activo el bluetooth, conexión a internet y tener más en del 20 % de carga del instrumento móvil que posea, porque si no la transacción la rechazará el sistema, una vez hecho el cobro se solicita la firma del cliente quien puede firmar con su mano sobre la pantalla del dispositivo electrónico y, de esta manera, se concluye la gestión después se le envía un comprobante de pago al cliente, la desventaja de este mecanismo es que si la persona no se encuentra en el país no se podría usar esta herramienta.

Este producto que tiene el BAC San José para la investigación no es muy factible, porque la persona tiene que estar en el territorio nacional para efectuar el cobro del servicio. Es importante tomar en cuenta que dispositivo cuenta con una tarifa inicial de aproximadamente \$75 dólares una

única vez por el Mi POS y luego se cobrará un 4.65 % mensualmente por el monto total de transacciones recibidas, cabe destacar que el IVA recolectado es utilizado como un crédito fiscal en las declaraciones de ventas.

Compra Click

Este es un de los productos más funcionales ofrecido por el Banco BAC San José, ya que permite que cualquier persona pague 24/7 los 365 días del año, este “E-Commerce” como es llamado en esta entidad permite que los clientes de cualquier parte del mundo ingresen y que con solo un “clic” efectúen sus pagos; como cualquier producto tiene sus tarifas de servicio.

Para implementar esta aplicación, se debe de cumplir con una serie de requisitos como por ejemplo tener una cuenta bancaria con ellos, solicitar, por medio de un formulario, los requisitos y la empresa debe de contar con una *página web* para crear un “Gateway” y hacer las integraciones necesarias. Este mecanismo tiene medidas de seguridad solicitadas por el banco, ya que las marcas de las tarjetas con las cuales se trabajan lo solicitan con el fin de proteger a los clientes de fraudes y también a las empresas, lo cual hace más confiable las transacciones para sus usuarios a la hora de efectuar sus pagos de forma rápida y segura.

Plataformas Internacionales

Payzeey.

Esta herramienta de pago es extranjera, permite la integración entre bancos de los Estados Unidos como por ejemplo el Bank of America y sistemas contables extranjeros que, a su vez, permite el pago de los servicios sin importar en cuál parte del mundo se encuentre el consumidor con solo colocar su tarjeta de débito o crédito y listo. Los pagos se hacen en tiempo real, pero los fondos de esta plataforma los migra un día después del pago del cliente y es acreditado en el banco correspondiente, de ahí esta plataforma cobra una tarifa fija y es del 3.65 % sobre las transacciones recibidas en el mes, en algunos casos, una comisión muy alta o baja dependiendo de los movimientos que tenga la empresa.

PayPal.

Esta herramienta es muy utilizada por empresas nacionales e internacionales para que sus clientes tengan la facilidad de efectuar sus pagos sin importar en qué parte del mundo se encuentre, para abrir una cuenta con PayPal debe contar con un correo electrónico y una cuenta bancaria, esto sobre todo para que, la empresa que habilite esta opción de pago en sus servicios, reciba el dinero directo en sus cuentas bancarias designadas, si bien es cierto esta aplicación se deben pagar comisiones por el uso de la misma y alrededor del 4.65 % por transacción, lo cual es un poco alto, pero por estrategia a las empresas le sirve facilitarle el pago a los usuarios.

Comercio Internacional

Por muchos años el comercio ha sido un pilar fundamental en Costa Rica, en siglos pasados se inició con café y banano, de ahí el país se dio a conocer en el mercado internacional y esto permitió dar a conocer, de manera internacional, los productos. En la actualidad, se exportan no solo frutas sino muchísimos más productos que hace algunas décadas atrás y esto trajo al país más ingresos por exportación de servicios de back office, equipos médicos, frutas, entre otros.

Según el libro del autor Oscar bajo y publicado por la editora Antoni Bosch (1991) menciona lo siguiente,

“No obstante, lo cierto es que todas estas divergencias, aunque reales, son muchas veces cuestión de grado y que, con el aumento de relaciones económicas internacionales y vinculaciones de todo tipo entre los distintos países se produce una tendencia en una cierta armonización a nivel internacional de las condiciones en que los agentes económicos realizan sus actividades. De este modo, las hipótesis formuladas por la teoría del comercio internacional serían de aplicación a los problemas suscitados por el intercambio de bienes y servicios entre cualquier tipo de unidades económicas, sean o no residentes en el mismo país. (p.12)”

Servicios de Back Office

Esta rama de servicios es muy amplia y abarca muchos sectores, como, por ejemplo, call center, dar servicios a terceros (como lo son los outsourcing), empresas que son del extranjero,

pero contratan mano de obra costarricense, empresas nacionales quienes venden sus servicios al exterior entre muchos otros más. En esta investigación se desarrollará un poco más lo relacionado con las ventas de servicios de Back Office al extranjero. Para dar un ejemplo de estos datos anteriores, según PROCOMER se observa que los ingresos generados por exportaciones de servicios destacaron un crecimiento de un 12 % para el 2021.

La tecnología puede ser un aliado para las empresas que quieren exportar sus servicios de Back Office, ya que como se ha venido diciendo, en los últimos años, este tipo de servicios ha tomado auge en el mercado y es necesario crear estrategias de mejora exportar más este mercado y conseguir aliados con las herramientas tecnológicas para llevar los servicios a cualquier parte del mundo y que estén al alcance de un botón, de esta manera, posicionar más fácil y eficazmente estos servicios.

Algunos de los servicios considerados como Back Office son los siguientes: ventas de servicios contables a personas no residentes que tienen empresas en Costa Rica, pero que no saben cómo funciona la legislación tributaria en Costa Rica y mientras ellos se encuentran fuera del país vendiendo productos nacionales les pagan a empresas para encargarse de estas gestiones y la mayoría de estos clientes solicitan efectuar sus pagos de una manera fácil y sin tener que estar en el país para poder pagar estos servicios.

Existen muchas personas extranjeras empáticas por el territorio nacional y deciden que quieren vivir en Costa Rica, sin embargo mientras se tramitan su residencia siguen temporalmente en su país natal y este tipo de servicio es brindado, actualmente, por diferentes empresas nacionales, pero como los usuarios no cuentan con cuentas bancarias nacionales la mayoría de clientes al pagar, solicitan una forma fácil de pago y en su gran mayoría consultan por el medio de pago PayPal o cualquier otro sistema que les permite pagar desde el lugar donde se encuentre de forma fácil y segura.

Según la Tesis de la Universidad de Guayaquil (2018) mencionada lo siguiente:

La productividad del área de Back Office debe mantenerse en alto nivel dado que es la parte en donde se procesa y se finiquita la relación comercial antes de ser entregada al cliente externo, y se está viendo afectada porque el personal que labora en el departamento presenta falencias en el dominio de la tecnología y por ende su productividad se ve afectada con los reprocesos que se

generan por la mala gestión. Es por ello se considera imperativo realizar un análisis sobre el uso de herramientas tecnológicas que inciden en la productividad del personal del área de BackOffice, y así establecer los correctivos necesarios.

Herramientas Tecnológicas

Las herramientas Tecnológicas permiten a las personas y empresas las gestiones llevadas a cabo en cualquier institución, en el trabajo, la casa entre otros. Esto en muchas ocasiones permite el avance en los procesos dados para que compañía salga adelante y con el paso el tiempo, la tecnología es el mejor aliado para desarrollar y vender, de una manera más inteligente, este tipo de servicios.

Si bien es cierto, la parte más difícil de esto es la desinformación de las personas y la falta de entrenamientos de cómo utilizar correctamente esto, pues su funcionamiento retrasa un poco el surgimiento ante la competencia. Este tipo de herramientas también son utilizadas desafortunadamente por personas quienes no tienen valores, es decir se aprovechan para cometer fraudes, así que es importante tener mucho cuidado siempre de que páginas electrónicas frecuentadas y estar seguros si la plataforma ingresada es real y no ficticia para o ser víctimas de estafas y demás.

Ciberseguridad

Es importante saber que cuando se habla de plataformas tecnológicas es necesario e incluso obligatorio que estas pasarelas de pago sean seguras, tanto para la entidad bancaria que brinda el servicio como la empresa creadora de ese tipo de facilidades de pago, si bien es cierto, la ciberseguridad es un tema muy amplio, pero en esta investigación se mencionará lo relativo a pagos bancarios, los cuidados y la importancia necesarios para que sean altamente confiables a sus clientes.

Cabe destacar que ese tipo de plataformas digitales deben poseer controles de seguridad, como por ejemplo por ningún motivo se debe compartir o vender la base de datos de clientes usuarios de este servicio, seguir los internacionales de seguridad existentes a nivel internacional

ISO (International Organization for Standardization) entre otros estándares. Lo anterior permite seguridad en las plataformas a fin utilizarla por sus usuarios con el propósito de evitar fraudes e incluso Hackeos por piratas de la información para usos ilícitos en muchos casos.

Según Ronald Zambrano (2011) en su tesis de Elementos de seguridad E-Business en la banca nacional para prevenir el fraude en medios de pagos electrónicos menciona lo siguiente:

“La Auditoría tecnológica es un buen camino para averiguar la forma en qué se podrían optimizar los procesos y procedimientos internos de la empresa a través del uso o buen uso de tecnologías adecuadas.”

Herramientas Tecnológicas Financieras

Entidades Financieras tuvieron que innovar debido a la necesidad existente actualmente en el país, a raíz de la pandemia que estaba atravesando el país, por lo tanto, hubo análisis y replanteamiento para conservar sus clientes, pero darle un tratamiento diferente de cómo se debía gestionar los trámites en tiempo del COVID-19, esto forzó a las diferentes entidades financieras a mejorar sus plataformas electrónicas, crear dispositivos sin el contacto entre personas para efectuar pagos.

Un ejemplo de lo antes mencionado es que las plataformas virtuales utilizadas para efectuar cualquier tipo de pago de manera virtual ha sido la creación de cajeros automáticos en donde se puedan ir a depositar, también efectuando pagos en cajeros sin necesidad de un banco, aplicaciones instaladas en los diferentes dispositivos móviles y desde ahí efectuar cobros a sus clientes, así como la creación de “Gateways” para que cualquier empresa pueda dar a conocer sus productos desde Costa Rica y que cualquier persona que quisiese comprar su producto lo pueda hacer desde una *página web* y con solo un *click* puede conseguir lo necesario.

Herramientas tecnológicas y ventaja comparativa

Existen varias ventajas competitivas, ya que el mercado existente, en este momento, es más exigente, más tecnológico y busca la manera de reducir tiempo de espera en conseguir lo que buscan, pero, al mismo tiempo, que las facilidades de pagos sean pagos con una tarjeta de débito o

crédito, ya sea en un establecimiento físico o bien una virtual, la población de hoy en día ya no utiliza efectivo para efectuar las compras u otras cosas, más bien esta generación gusta por la rapidez y acceder a la información de manera virtual sin perder tanto tiempo en un lugar y sin tener tanto contacto con las personas.

Las empresas que cuentan con tiendas físicas pero que no tienen un datáfono como mínimo son menos frecuentadas por la gran mayoría de los clientes y pierden el interés en estas porque la mayoría de la población utiliza sus tarjetas u otros dispositivos para efectuar los pagos, por otra parte, si las empresas no logran actualizarse pudiesen, incluso, perder sus negocios. Las empresas con tiendas virtuales, para poder competir en el mercado, deben de tener como mínimo una pasarela de pagos la cual le facilite al cliente el pago y que los clientes vean sus páginas electrónicas seguras y que estas, a su vez, sean respaldadas por entes financieras de confianza.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

Enfoque

Esta investigación es de enfoque cualitativo porque busca resolver una problemática surgida a raíz de la necesidad de una parte de la población, debido a la carencia de buenas plataformas tecnológicas que les faciliten a los exportadores y a sus clientes formas de pago por los servicios brindados por las empresas de una manera más fácil rápida y tecnológica. Es importante recalcar que este tipo de información se puede recolectar en libros, *páginas web*, entidades bancarias, expertos en el tema para poder aportar mucho conocimiento para desarrollar este trabajo y poder llegar a una solución.

Según Hernández y Mendoza (2018) menciona lo siguiente *“Seleccionas el enfoque cualitativo cuando tu propósito es examinar la forma en que ciertos individuos perciben y experimentan fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados”* (p. 390).

Diseño

El diseño de esta investigación se divide en dos partes, el primero es el fenomenológico porque se busca la opinión de la población respecto al fenómeno dado en esta investigación, a través de encuestas y entrevistas, en las cuales los ciudadanos compartan sus experiencias, vivencias u opiniones percibidas, una vez, a partir de esta información se harán análisis para poder profundizar más a detalle en el problema existente y así dar solución al problema.

Según Hernández y Mendoza (2018) mencionan lo siguiente “*Exploran, describen y comprenden las experiencias de las personas respecto a un fenómeno*” (p. 523).

El segundo diseño de esta investigación es Investigación – Acción, porque se necesita dar solución a una problemática existente en una población específica y pretende el conocimiento de las personas, lo que está pasando, así como el pensamiento de la comunidad al respecto, para poder obtener esta información se efectuarán diferentes consultas acerca del tema en donde se obtendrá retroalimentación de lo que la ciudadanía piensa, dar un diagnóstico y posibles soluciones de cómo atacar el problema.

Según Hernández y Mendoza (2018) mencionan lo siguiente, *En los estudios de investigación-acción regularmente elaboras más de un reporte de resultados. Como mínimo, desarrollas uno producto de la recolección y análisis de los datos sobre el problema de investigación o problemática y las necesidades ...* (p. 602)

Fuentes

Fuentes Primarias

Las fuentes primarias consisten en toda aquella información sustraída de libros de escritores reconocidos, que la información es veraz y que busca, a través de ellos el reforzamiento de su teoría en la investigación, con base en la información recolectada, como por ejemplo Metodología de la

investigación de Hernández y Mendoza, Mercados e Instituciones Financieras, Small Business International Review (Vol2), Diccionarios entre otros.

Según Hernández y Mendoza (2018),

La revisión puede iniciarse directamente con el acopio de las referencias o fuentes primarias, situación que ocurre cuando el investigador conoce su localización, se encuentra muy familiarizado con el campo de estudio y tiene acceso a ellas (puede utilizar material de bibliotecas, filмотecas, hemerotecas y bancos de información.)”

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias consisten en toda aquella información que no se recolecta de un libro necesariamente, más bien se obtiene a través de encuestas, entrevistas, *páginas web*, Macrodatos, COMEX, PROCOMER, entidades Financieras, expertos en plataformas digitales, entre otros; relevantes para este proyecto, ya que sin esto no se podría fundamentar el problema existente.

Según Gómez (2018) menciona lo siguiente,

“Es pertinente mencionar un punto adicional que tanto las fuentes primarias como secundarias utilizan diferentes medios para suministrar los datos a los interesados; pueden utilizar publicaciones impresas, un sitio web, algún dispositivo de almacenamiento o enviar archivos por internet a pedido de los interesados”

Muestra

Es la recopilación de información obtenida de un grupo específico de personas para la correspondiente retroalimentación del tema y, desde aquí, crear posibles conclusiones, recomendaciones en esta investigación, así como el pensamiento de las personas que están teniendo este tipo de problemas y cómo la tecnología ayuda a los exportadores a aumentar sus ingresos de manera más inteligente, también permite el conocimiento de lo que las personas piensan al respecto. Se utilizará una muestra de conveniencia, ya que se requiere que personas expertas en el tema compartan sus criterios respecto a este proyecto, además porque no todos tienen conocimiento

de estos temas, por esta razón este trabajo no utilizará una muestra aleatoria porque necesita personas conocedoras del tema para el desarrollo esta investigación.

Según Hernández y Mendoza (2018), “Una peculiaridad del proceso cualitativo consiste en que la muestra, la recolección y el análisis son fases que se realizan prácticamente de manera simultánea y van influyéndose entre sí” (p. 9).

Tabla 1

Entrevistado	Entidad	Razón
1	Gorilla Logic Costa Rica	Ingeniero en calidad de Software
2	Banco Promerica Costa Rica	Gerente de Comercios Pymes y Afiliados
3	FT Tecnologías Klap	Supervisora de Afiliaciones
4	NETCOM	Agente de TI
5	OLS Escrow SRL	Contador
6	Move Invest Live SRL	Supervisor de proyectos y análisis de datos
7	Consultores e Inversiones LJG S. A	Gerente de Mercado y ventas
8	OLS Escrow SRL	Oficial de Cumplimiento
9	Universidad de Costa Rica	Profesor de Ingeniería en Sistemas y Programación
10	Outlier Legal Services S. A	Asistente de TI
11	Tech Solutions CR S. A	Gerente de Empresa de Servicios Tecnológicos
12	Universidad Estatal a Distancia	Jefe de Planificación
13	Proximity Costa Rica	Desarrollador de Software
14	Three M Global Service Center Costa Rica SRL	Licenciado en Negocios Internacionales y coordinar de logística
15	Outlier Legal Services S. A	Gerente General de la compañía

Unidades de Análisis

Figura 1.

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Definición Conceptual	Instrumento	Ítem
----------	-----------------------	--------------	-----------------------	-------------	------

<p>Evaluar las diferentes herramientas tecnológicas que se brindan en Costa Rica y la capacidad que tienen para dar soporte y estimular la exportación de servicios de Back Office</p>	<p>Herramientas Tecnológicas</p>	<p>Plataformas de Pago</p> <p>Seguridad en plataformas de pago electrónicas</p> <p>E-Commerce</p> <p>Herramientas bancarias de pagos</p> <p>Pasarelas de pagos Nacionales e Internacionales</p>	<p>Una de las vertientes particulares de la evolución es el E-Commerce. La posibilidad de replicar procesos de venta por medios electrónicos, principalmente por vía internet, provoca el nacimiento de una nueva actividad empresarial denominada comercio electrónico (E-Commerce) ya en los años 90 del siglo pasado. Desde entonces no ha hecho sino progresar y ser cada día más relevante en la economía y en la sociedad.</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>1-5</p>
<p>Identificar estrategias tecnológicas que permitan incrementar la capacidad que tiene el país para exportar servicios de Back Office.</p>	<p>Estrategias Tecnológicas</p>	<p>Mejorar procesos del servicio de Back Office</p> <p>Competitividad por facilidades del E-Commerce</p> <p>Implementar mecanismos de</p>	<p>La estrategia se ocupa de definir el camino que debe seguir el negocio para tener éxito: cómo debe de plantear “la batalla” por conquistar al consumidor en ese</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>6-10</p>

		<p>seguridad de la información</p> <p>Facilitar la gestión de procesos tecnológicos</p> <p>Capacitación de plataformas electrónicas</p>	campo de batalla que se llama mercado.		
Desarrollar una mejora en los servicios de Back Office para la exportación	Mejoras en los servicios de Back Office para la exportación	<p>Estrategias para aumentar los servicios de back office</p> <p>Innovación en los servicios de Back Office</p> <p>Desarrollar mejoras en los servicios de Back Office</p> <p>Expansión de servicios por medio de pasarelas de pago</p>	<p>Exportar servicios constituye una oportunidad de participar en una de las industrias que cuenta con mayor potencial y crecimiento en los mercados internacionales, debido a que gran parte de los servicios están presentes en las actividades que realiza el ser humano y por ende contribuyen al bienestar de estos. Los avances en las tecnologías de información y telecomunicaciones</p>	Cuestionario	11-15

		Capacitaciones para reducir la desinformación	han facilitado este auge en la producción de servicios, ya que permite ampliar la variedad de los servicios brindados, así como su calidad y eficiencia y por tanto se cuenta con una mayor facilidad para poder exportarlos.		
--	--	---	---	--	--

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

Según Hernández y Mendoza (2018) indican lo siguiente,

Generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (entrevistas en persona, por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, etc.). Hoy en día es común elaborar cuestionarios electrónicos para dispositivos portátiles de diferentes tipos como laptops, tabletas, teléfonos móviles, etc., así como para páginas web y espacios en internet que contienen fotografías, dibujos, secuencias de video y música. Son sumamente atractivos y existen decenas de programas para diseñarlos.

En estos tiempos la tecnología ha avanzado mucho y cualquier persona puede completar los diferentes cuestionarios desde un celular o cualquier otro dispositivo móvil, ya que es muy fácil y practico; si bien es cierto este formulario debe de ser atractivo para que las personas se sientan atraídas por su imagen y, de esta manera, captar su atención, porque esto es sumamente relevante

para llevar a cabo esta investigación. Las preguntas deben ser claras y consistentes para que la información sea enriquecedora para este trabajo.

Entrevista

Según Hernández y Mendoza (2018) mencionan lo siguiente,

“Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas (Ryen, 2013; y Grinnell y Unrau, 2011).” (p. 449)

La entrevista utilizada en esta investigación será abierta y de tipo piloto, porque el entrevistador llevará el control de las preguntas y se encargará de conducir la entrevista y así tiene más flexibilidad, para que el entrevistado no sienta que simplemente es una actividad mecánica o sin confianza de expresar su conocimiento a través de este espacio, por eso es importante el planeamiento de las consultas de manera asertiva.

Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

En esta parte de la investigación se procederá a hacer un análisis de la información de datos recolectados por medio de diferentes entrevistas, en las cuales se utilizará un cuestionario como herramienta. Debido a la pandemia vivida actualmente en Costa Rica, las entrevistas se realizarán de manera virtual a los entrevistados por medio de las diferentes plataformas virtuales con el fin de obtener la información, la cual será analizada y tabulado el pensamiento de la población acerca de esta problemática.

Procedimiento de Recolección de Datos

En esta investigación se efectuarán preguntas de las cuales se obtendrá información y se generará un cuestionario semiestructurado, por medio del cual las personas expresarán sus opiniones y, a partir de esto obtener datos relevantes para el proyecto. Es importante mencionar

que las entrevistas se efectuarán de manera virtual por medio de las siguientes plataformas virtuales, Google Meets, Zoom y vídeo llamadas por WhatsApp.

Procedimiento de Análisis de Datos

A partir de la información recolectada de las personas entrevistadas se generará diferentes categorías de análisis de las cuales se desarrollarán y se procederá a investigar más a lo largo de esta investigación. Es muy importante analizar estos datos, ya que se concluye si el problema tendrá áreas de mejora o cómo esto puede tomar un rumbo diferente en la investigación con base en las respuestas obtenidas por los usuarios.

Con base en esto también se harán recomendaciones que las empresas deben de considerar si se concluye que hay un mal proceder, pues esto podría ser de gran ayuda para las empresas deseen trabajar en áreas de mejoras y así corregir esto y ser más productivos. Esta información le da un rumbo al problema planteado, pues evidencia que hay una carencia la cual debe de ser solventada y es el objetivo de la investigación favorecer a los investigadores con esta información y que los entrevistados aporten su conocimiento para desarrollar este tema de la mejor manera y que esto sea útil para lo demás investigadores.

Según Hernández y Mendoza (2018) mencionan lo siguiente,

Recolectaste los datos mediante diversas fuentes sobre tu planteamiento del problema y los conceptos incluidos en este. Asimismo, al obtenerlos has reflexionado sobre ellos y desde luego, los conoces. A estas alturas ya tienes un primer sentido de entendimiento del fenómeno o problema estudiado y sigues en la ruta cualitativa generando datos (cuya recolección es flexible, pero enfocada) (p.467).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas con la muestra utilizada en esta investigación, a saber, un formulario digital de Google Forms. En donde se podrá determinar, mediante las opiniones de los encuestados, lo que piensan respecto al tema de investigación. Este capítulo estará organizado de la siguiente manera: primero se efectuará

una tabla en la cual se colocarán las unidades (que se tomaron en base a los tres objetivos de esta investigación) y luego encontrará las categorías en las cuales están distribuidas.

En la segunda parte, se desarrollará categoría por categoría con base en la información suministrada por cada uno de los entrevistados, así como su opinión en cada una de las preguntas efectuadas, ya que es fundamental en este trabajo de investigación analizar los datos obtenidos y así darle respuesta al problema de esta investigación, pues esta información es fundamental para desarrollo de este trabajo.

Unidades y Categorías de Análisis

Tabla 2.

Unidad	Categorías
Herramientas Tecnológicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plataformas de pago 2. Seguridad en plataformas de pago electrónicas 3. E-Commerce 4. Herramientas bancarias de pagos 5. Pasarelas de pagos Nacionales e Internacionales
Estrategias Tecnológicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar procesos del servicio de Back Office 2. Competitividad por facilidades del E-Commerce 3. Implementar mecanismos de seguridad de la información 4. Facilitar gestión de procesos tecnológicos 5. Capacitación de plataformas electrónicas
Mejoras en los servicios de Back Office para la exportación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategias para aumentar los servicios de back office 2. Innovación en los servicios de Back Office 3. Desarrollar mejoras en los servicios de Back Office 4. Expansión de servicios por medio de pasarelas de pago

	5. Capacitaciones para reducir la desinformación
--	--

Fuente: Elaboración propia con base a información recopilada de encuesta efectuada en 2022.

Unidad de Análisis 1: Herramientas Tecnológicas

La primera unidad de análisis hace referencia a las herramientas tecnológicas existentes tanto nacionales como internacionales y de qué manera estas facilitan los pagos a los usuarios que brindan servicios de Back Office, ya que hoy en día la población nacional y no residente busca facilidades de pagos, esto de una forma fácil y segura. Es muy importante aclarar que todas estas herramientas deben de cumplir con estándares de seguridad para garantizar al usuario su tranquilidad al hacer uso de estas. Como esta unidad cuenta con varias categorías aquí las desgloso para luego pasar a analizarlas una por una:

1. Plataformas de pago
2. Seguridad en plataformas de pago electrónicas
3. E-Commerce
4. Herramientas bancarias de pagos
5. Pasarelas de pagos Nacionales e Internacionales

Categoría 1: Plataformas de pago

Descripción.

Según las preguntas suministradas a los encuestados sobre cuáles son las plataformas de pago más usadas para la exportación de servicios de Back Office se logró recolectar varios comentarios sobre lo que pensaban al respecto, por consiguiente:

✓ *“PayPal”*

- ✓ *“Mi Pos, PayPal, Payeezy”*
- ✓ *“PayPal y el Cash global y con respecto a comprar artículos Amazon, mercado libre, wish”*
- ✓ *“Medios como PayPal y transferencias electrónicas con SWIFT”*
- ✓ *“PayPal, Click on”*
- ✓ *“Commerce, PayPal”*

Análisis.

Con base en estas respuestas obtenidas por los encuestados se determina que la mayoría de la población confía más en la plataforma PayPal para efectuar sus pagos les da mayor confiabilidad y seguridad, por otra parte, se nota que las plataformas nacionales existentes hoy en día son muy poco usadas o casi nulas, esto muestra que hay o falta de información por parte de población o bien que no existe mucha publicidad al respecto.

Según Pacheco Garisoain, M. L. (2016), Tecnologías de la información y la comunicación. Pearson Educación menciona, *A principio de la década de los sesenta del siglo XX, los científicos comenzaron a plantear la posibilidad de interconectar computadora para poder consultar información de cualquier parte del mundo (p.15).*

Categoría 2: Seguridad en plataformas de pago electrónicas

Descripción.

En esta encuesta se demostró que las personas entrevistadas se sienten seguras en el uso de las plataformas electrónicas de pago por las siguientes razones:

- ✓ *“En mi caso la que he utilizado varias me ha parecido bastante sencillas de usar y seguras”*

- ✓ *“Me parece que PayPal es una plataforma muy estable y tiene muchos años de estar en el mercado, además utiliza tecnología SSL para proteger la data”*
- ✓ *“Han demostrado ser muy seguras a través de los años”*
- ✓ *“PayPal por su trayectoria y además el nivel de seguridad que utiliza como por ejemplo datos encriptados”*
- ✓ *“PayPal, es una forma segura solo con tu correo y contraseña”*

Análisis.

Las personas tienen una aceptación positiva con respecto a la seguridad de las diferentes plataformas en electrónicas existentes esto confirma que las personas cada día se familiarizan más a lo virtual y a la facilidad de poder hacer tanto la adquisición de un servicios como la facilidad que tienen las personas de efectuar sus pagos en línea y teniendo la seguridad de que sus datos e información personal relevante no vaya a ser manipulada por terceras personas, por eso es importante saber en sitios son seguros en donde puedo efectuar las compras de maneja segura.

Según Ronald Zambrano (2011) en su tesis de Elementos de seguridad E-Business en la banca nacional para prevenir el fraude en medios de pagos electrónicos menciona lo siguiente: *“La Auditoría tecnológica es un buen camino para averiguar la forma en qué se podrían optimizar los procesos y procedimientos internos de la empresa a través del uso o buen uso de tecnologías adecuadas.”*

Categoría 3: E-Commerce

Descripción.

Las personas respondieron positivamente a la pregunta planteada y mencionaron algunos beneficios que tiene el E-Commerce en el ámbito comercial estas fueron algunas de sus respuestas:

- ✓ *“Facilidad de completar la transacción sin intervención de terceras personas”*
- ✓ *“Facilidad de pago”*

- ✓ *“Agilidad en pagos”*
- ✓ *“Facilidad de pago para los servicios prestados y el dinero llega a las cuentas del comercio”*
- ✓ *“Pues es la facilidad de que no tengo que viajar y eso genera un mejor precio para la venta de mi producto y con ello entrar al mercado competitivo, además puedo utilizarlo las 24 horas”*
- ✓ *“Rapidez de pago, fuentes más cercanas y se creen conexiones entre países de maneras más sencillas”*
- ✓ *“El principal beneficio es el no tener que desplazarse a esos lugares de manera presencial”*
- ✓ *“Recuperación dinero más rápido y seguro”*
- ✓ *“Pagos en línea de forma directa y segura”*
- ✓ *“Rápidos y comodidad en el momento de hacer una compra”*

Análisis.

Con base en estas respuestas las personas buscan la facilidad de utilizar estas herramientas a favor de sus negocios, esto permite, como menciona en los comentarios obtenidos a sus respuestas, es fácil de pagar sin intervención de terceros, agilidad en los trámites, contar con el flujo de dinero en las cuentas costarricenses, así como la facilidad y seguridad en sus compras o bien pagos. Esto se puede dar desde la comodidad de su casa u oficina, con esta herramienta se efectúan los cobros sin importar en donde se encuentre el cliente, ya sea dentro o fuera del país.

Geyby Arela (2021) Universidad Autónoma San Francisco Perú Trabajo de Investigación “Estrategias de E-Commerce y su relación en el posicionamiento en el mercado de la empresa kankachos el cordero macho, EIRL AYAVIRI, 2021”

“Hoy, no hay razones de ninguna índole que impida que los países se alineen en el uso de las redes sociales y del ecommerce. En Latinoamérica el comercio electrónico cada vez es más creciente y más con la nueva realidad que trajo consigo la pandemia”

Categoría 4: Herramientas bancarias de pagos

Descripción.

La mayoría de la población indicó que existe poca información sobre las herramientas bancarias ofrecidas por los diferentes bancos en Costa Rica aquí les muestro las respuestas obtenidas por los encuestados:

- ✓ *“Existe poca información sobre plataformas de pago en línea”*
- ✓ *“La información es nula, limitando una cultura evolutiva del pago por estos medios”*
- ✓ *“Hace falta más información para que las personas estén más interesadas en usar las plataformas”*
- ✓ *“No parece que en CR se promociona mucho los medios de pago electrónico”*
- ✓ *“Actualmente las más conocidas son internacionales”*
- ✓ *“Los clientes no conocen de sus facilidades”*
- ✓ *“No les comentan a los clientes los pro y contra”*

Análisis.

Con base en la información obtenida por las personas entrevistadas se logra visualizar la poca información que las entidades bancarias les brindan a la población para dar a conocer las plataformas que estos tienen y las utilidades que brindan para que los empresarios puedan hacer uso de las mismas, también esto da a conocer que la población desconoce los servicios ofrecidos por los bancos y que basado en este desconocimiento las personas optan por contratar plataformas extranjeras (que en ocasiones cobran comisiones algo altas) y usarlos como medios de pagos en vez de usar las plataformas bancarias no porque están tenga algún negativo o sean malas sino por la falta de información.

Según Ronald Zambrano (2011) en su tesis de Elementos de seguridad E-Business en la banca nacional para prevenir el fraude en medios de pagos electrónicos menciona lo siguiente: *“La Auditoría tecnológica es un buen camino para averiguar la forma en qué se podrían optimizar los procesos y procedimientos internos de la empresa a través del uso o buen uso de tecnologías adecuadas.”*

Categoría 5: Pasarelas de pagos Nacionales e Internacionales

Descripción.

Con la información recolectada en esta categoría sobre los beneficios brindados por las plataformas nacionales como internacionales, por lo tanto, se obtuvo las siguientes respuestas:

- ✓ *“Eficiencia en la aplicación de pago”*
- ✓ *“Principalmente es la facilidad de pago en línea”*
- ✓ *“Bajos costos”*
- ✓ *“Las plataformas nacionales aseguran que el dinero ya sea nacionalizado sin mayores complicaciones”*
- ✓ *“Para mí la facilidad de pago y la seguridad cuyo dinero no lo va a perder tan fácilmente, aunque siempre hay un riesgo”*
- ✓ *“Trazabilidad, referencia de seguimiento electrónico y almacenamiento en billeteras electrónicas”*
- ✓ *Facilidad de uso, son plataformas usualmente estables, en su mayoría no genera cargos extra de uso, en cuanto a las extranjeras tienen alta disponibilidad entre diferentes países.*
- ✓ *“Agilidad y eficiencia”*
- ✓ *“Seguridad, rapidez, eficiencia, rompe paradigmas”*
- ✓ *“Las nacionales por si hay algún problema podemos acudir más fácilmente incluso sentimos seguridad el poder ir al sitio y en el caso de las internacionales por el nivel de seguridad y estándares altos”*
- ✓ *“La efectividad y eficacia con la que se da el pago en tiempo real”*

Análisis.

Con la información recolectada, se observa que la población cree que ambas pasarelas de pago ya sea nacionales o internacionales tienen beneficios, dependerá de la empresa y del giro

comercial que estas manejan, pues les permitirá elegir cuál es funcional. Por otro lado, las plataformas nacionales como las internacionales aseguran al cliente que sus flujos de dineros están seguros, ya que estas herramientas cuentan con altos estándares de seguridad lo cual es fundamental para el usuario quien haga uso de estas.

Según el artículo publicado por Paula Nicole Roldán (29 de junio, 2017). Sistema Monetario Internacional. Economipedia.com menciona, *“El Sistema Monetario Internacional (SMI) es el conjunto de instituciones, acuerdos y normas que rigen las transacciones comerciales y financieras entre distintos países”*.

Unidad de Análisis 2: Estrategias Tecnológicas

En esta segunda unidad se pretenden utilizar la tecnología como estrategia tecnológica la cual permita la mejora en los servicios de Back Office, así como innovar las empresas costarricenses en la captación de más clientes, incrementar sus ventas, mejoras en los procesos, bajar costos, buscar las formas en que las personas y compañías empresarias se puedan beneficiar de la tecnología y los diferentes usos dados y las empresas competitivas en el mercado. Esta unidad cuenta con varias categorías que aquí son desglosadas para luego pasar a analizarlas cada una:

1. Mejorar procesos del servicio de Back Office
2. Competitividad por facilidades del E-Commerce
3. Implementar mecanismos de seguridad de la información
4. Facilitar la gestión de procesos de plataformas electrónicas
5. Capacitación de plataformas electrónicas

Categoría 1: Mejorar procesos del servicio de Back Office

Descripción.

A continuación, se transcriben las respuestas facilitadas por las personas a las cuales se les consultó, a saber:

- ✓ *“Mejorar la calidad del internet, e invertir en educación de la fuerza laboral es una buena estrategia para mejorar la oferta de servicios de Back Office”*
- ✓ *“Contar con un departamento propio de gestión y seguimiento es una de las grandes oportunidades al alcance de todas las empresas que contratan un servicio de Back office. Por este motivo, es necesario contar con un departamento propio encargado y responsabilizado del correcto seguimiento de estas tareas”*
- ✓ *“Sin lugar a dudas, el seguimiento y control de tareas pendientes relacionadas con impagos requiere una cobertura específica que permita una gestión global y esto se puede efectuar a través del Back Office”*
- ✓ *“Comunicación con los clientes”*
- ✓ *“Una relación comunicativa basada en la fluidez, la transparencia y la sinceridad siempre es un valor en alza, máxime en las relaciones empresariales. La comunicación continúa con los clientes es una de las funciones prioritarias del Back office manteniendo informados a los clientes a cada momento mediante diversas vías como son llamadas, mensajes o emails, entre otras herramientas”*
- ✓ *“Contar con un servicio de Back office es clave para simplificar tareas (ahorrando así más tiempo) mejorando la fluidez comunicativa y las relaciones entre los diferentes departamentos existentes en la corporación”*
- ✓ *“Dar mejor soporte y facilitar el proceso para que sea fácil de integrar”*
- ✓ *“Dar a conocer los usos y beneficios de manera asertiva a todo tipo de usuario”*
- ✓ *“Las empresas deben invertir en publicidad, para que los clientes conozcan los métodos de pago”*
- ✓ *Optimización de los recursos, además ayuda al procedimiento de los negocios”*
- ✓ *“Me parece que ofrecer las mejores facilidades para adquirir el servicio de una forma segura en todos los ámbitos del servicio desde la consulta, contacto y pago”*

Análisis.

Según la información recolectada en esta categoría las personas dieron a conocer que el internet es uno de los factores que en ocasiones puede afectar la operación, ya que es fundamental para el desarrollo de los servicios de Back Office. Brindar mejoras en la comunicación con el

cliente de forma concisa y clara de cómo funcionan este tipo de servicios, buscar plataformas seguras para efectuar los pagos y también ver la compatibilidad de estos servicios con los sistemas contables que cuentan los clientes.

Según la Tesis de la Universidad de Guayaquil (2018) mencionada lo siguiente:

“La productividad del área de Back Office debe mantenerse en alto nivel dado que es la parte en donde se procesa y se finiquita la relación comercial antes de ser entregada al cliente externo, y se está viendo afectada porque el personal que labora en el departamento presenta falencias en el dominio de la tecnología y por ende su productividad se ve afectada con los reprocesos que se generan por la mala gestión. Es por ello se considera imperativo realizar un análisis sobre el uso de herramientas tecnológicas que inciden en la productividad del personal del área de BackOffice, y así establecer los correctivos necesarios”

Categoría 2: Competitividad por facilidades del E-Commerce

Descripción.

En esta categoría encontrará la información recolectada con las respuestas dadas por las personas entrevistadas:

- ✓ *“La Gente encuentra más fácil comprar servicios en línea”*
- ✓ *“Absolutamente, ya que ahora por todo lo que ha pasado la pandemia, muchos prefieren no salir de sus casas y de poder pagar de forma en línea o de manera más rápida es más llamativo”*
- ✓ *“Si, por facilidad para atracción de clientes”*
- ✓ *“Claro que sí, ya que al hablar de servicios que se prestan a nivel internacional las fronteras no son obstáculos para la venta de estos”*
- ✓ *“Si claro, el mundo va más hacia lo electrónico que lo físico, hace unos años atrás, era algo extraño e inseguro pagar los recibos de la luz y el agua en línea, pero ahora es algo muy normal y poco a poco se han venido disminuyendo las filas de pago por esos servicios”*
- ✓ *“Claro. Es globalizar operaciones financieras en función a demandas digitalizadas”*

- ✓ *“Si, ya que brindaría a las empresas la posibilidad de extender más sus servicios a diferentes zonas e incluso a otros países”*
- ✓ *“Si, más clientes al alcance de un clic”*
- ✓ *“Si claro, ahora estamos en una era donde la tecnología predomina, al tu negocio no tener un E-Commerce está perdiendo con su competencia”*
- ✓ *“Por supuesto que sí, porque agiliza la compra y pago de esta”*
- ✓ *“Si, hay mayor penetración hacia los clientes, mejora servicios, ahorros, estimula a la tecnología”*
- ✓ *“Sí, las personas por pandemia avanzaron a realizar sus pagos y compras en línea”*
- ✓ *“Claro, que si es lo que actualmente mueve el mundo”*
- ✓ *“Si claro hoy en día esas facilidades marcan una diferencia grande y competitiva”*

Análisis.

Según las personas entrevistadas se logra ver que el E-Commerce ha sido una herramienta fundamental en el avance de venta de servicios y la facilidad que tienen los clientes a la hora de adquirir los servicios, agiliza los tiempos de pago así como la compra que esta tan cerca como hacer *clic* en las plataformas y adquirir los servicios; esto ha permitido que a través de los años la tecnología sea un aliado más para el comercio internacional lo cual genera que las pequeñas y grandes empresas puedan implementar estas mejoras en sus empresas para captar esta población que va migrando a la era digital y, por lo tanto, la empresa se vuelva más competitiva con respecto a otras.

Geyby Arela (2021) Universidad Autónoma San Francisco Perú Trabajo de Investigación “Estrategias de E-Commerce y su relación en el posicionamiento en el mercado de la empresa kankachos el cordero macho, EIRL AYAVIRI, 2021”

“Hoy, no hay razones de ninguna índole que impida que los países se alineen en el uso de las redes sociales y del ecommerce. En Latinoamérica el comercio electrónico cada vez es más creciente y más con la nueva realidad que trajo consigo la pandemia”

Categoría 3: Implementar mecanismos de seguridad de la información

Descripción.

En esta categoría son presentadas las respuestas emitidas por las personas entrevistadas:

- ✓ *“Cuando el sistema se cae y no permite que el pago pase”*
- ✓ *“Poca garantía de seguridad”*
- ✓ *“Poco conocimiento de los trabajadores, mucho proceso y papeleo para algo sencillo, para una pregunta se debe esperar mucho tiempo o la mayoría no sabe”*
- ✓ *“Cultura del proceso”*
- ✓ *“Algunas son complicadas de usar, constantes estafas informáticas e inseguras”*
- ✓ *“Quizá la tasa de intermediación”*
- ✓ *“No se integran fácilmente con otras plataformas o herramientas empresariales”*
- ✓ *“Altos costos en afiliación, poco soporte para pagos por medio de aplicaciones móviles”*
- ✓ *“El robo de datos, porque los bancos no invierten en seguridad que sea efectiva para que no sucedan estos robos. Son muy pocos los bancos que tienen esa práctica de ciberseguridad en su mayoría los privados son los que más invierten para ese tipo de delito”*
- ✓ *“Inseguridad, clientes celosos, problemas con Internet”*
- ✓ *“Algunas son no certificadas, esto hace que las transacciones viajen sin los seguros de las marcas, quedando expuestos los comercios a recibir contracargos”*
- ✓ *“Creo que no son lo suficientemente seguras”*
- ✓ *“El costo de la implementación para la empresa que requiere el servicio”*

Análisis.

Se logró analizar que el usuario final denota inseguridad en el uso de las plataformas bancarias como medio de pagos electrónicos, ya que desafortunadamente se ha visto afectados sus sistemas de seguridad bancarios hackeados y esto genera inseguridad por parte de los usuarios quienes usan tales plataformas como medios de pagos. Es muy importante y de suma importancia que este tipo de instituciones mejoren la seguridad de sus usuarios y ganarse la confianza de

creando protocolos más rigurosos de seguridad para llegar a esta población que no ha tenido buenas experiencias con este tipo de plataformas.

Según Ronald Zambrano (2011) en su tesis de Elementos de seguridad E-Business en la banca nacional para prevenir el fraude en medios de pagos electrónicos menciona lo siguiente: *“La Auditoría tecnológica es un buen camino para averiguar la forma en qué se podrían optimizar los procesos y procedimientos internos de la empresa a través del uso o buen uso de tecnologías adecuadas.”*

Categoría 4: Facilitar la gestión de procesos de plataformas electrónicas

Descripción.

Estas fueron las respuestas recolectadas de los entrevistados a los que se les aplicó la encuesta:

- ✓ *“Burocracia, requisitos legales”*
- ✓ *“No poder cumplir con los requisitos que piden los bancos que ofrecen estas plataformas de pago, límites en los montos que aceptan por pagos”*
- ✓ *“Poca regulación aplicable”*
- ✓ *“La necesidad de contratar profesionales para las debidas implementaciones y probablemente la falta de información complique las implementaciones de los servicios”*
- ✓ *“Conocimiento tecnológico y el costo por crearlo”*
- ✓ *“Principalmente el recurso humano, ya que muchas personas no logran adaptarse al cambio de utilizar más plataformas electrónicas e incluso les disgusta”*
- ✓ *“Facturación mínima requerida y fees”*
- ✓ *“Integración y seguridad”*
- ✓ *“Difícil integración y altos costos”*
- ✓ *“De manera muy personal pienso que no hay obstáculos para el uso de las plataformas y tal vez es una desinformación de las plataformas existentes”*
- ✓ *“Hay muchos inconvenientes con los bancos son tramites tediosos y hasta costosos”*
- ✓ *“El costo de implementación y el poco conocimiento de este”*

Análisis.

Uno de los problemas más grandes encontrados a la hora de que las empresas quieran surgir e innovar utilizando las plataformas digitales nacionales es la existencia de demasiada burocracia en los tramites que solicitan, los requisitos son muchos la gestión de esto es prolongada lo cual provoca en los clientes desinterés en adquirir los productos e incluso desistir en medio proceso de contratación, así como los costos de las tarifas cobradas por las plataformas de pago extranjeras y algunas nacionales, lo que podría desincentivar a las empresas.

Según Pampillón Fernández, F. Cristina Ruza y Paz Curbera y Marta de la Cuesta González. (2012) menciona lo siguiente,

“... los rasgos fundamentales del sector financiero y las razones que justifican su existencia para, a continuación, determinar las cuestiones básicas que se encuentra a las que se enfrenta su estudio, a saber, conocer sistematizar y analizar el conjunto de procesos de financiación realizados en el interior del un país y del resto del mundo. (p. 12)”

Categoría 5: Capacitación de plataformas electrónicas

Descripción.

Se determinará en esta categoría lo que las personas encuestadas respondieron a las preguntas planteadas:

- ✓ *“Costa Rica cuenta con la fuerza laboral capacitada para avanzar al mismo paso que el desarrollo de la tecnología”*
- ✓ *“De momento no es suficiente, no muchos conocen de los términos o del sistema para que sea bien explicado a los clientes y que permita un buen uso de la plataforma. Es una curva de aprendizaje”*
- ✓ *“Si, Costa Rica tiene niveles de escolaridad muy altos por lo cual cuenta con profesionales calificados para implementar y manejar plataformas electrónicas”*

- ✓ *“Si, en general la tecnología va avanzando, así como el crecimiento de las personas que estudian para ello, por lo cual es un recurso que podría ser actualmente fácil de encontrar”*
- ✓ *“Muchas plataformas más grandes están listas con integraciones prediseñadas con otro software empresarial”*
- ✓ *“Si, me parece hay mucha persona capacitada y preparada para brindar estos servicios”*
- ✓ *“Claro que sí. La capacidad existe y se pueden implementar las plataformas”*
- ✓ *“Si, la personas día a día se van especializando más, hay orquestación tecnológica que les facilita más las cosas, hay intereses en seguir aprendiendo”*
- ✓ *“Sí, tenemos muchas empresas con experiencia en el tema y por el lado de los clientes es crear cultura a los que aún temen usar el producto”*
- ✓ *“Si cuenta con capital humano con la capacidad de especializarse en el tema. pero para eso las empresas deben de invertir en ese capital humano”*
- ✓ *“Si claro, en Costa Rica existen el capital y conocimiento humano que puede soportar ese tipo de plataformas, Costa Rica se ha convertido en uno de los mejores países para el desarrollo de aplicaciones por la calidad de conocimiento y estudios que existen y el país ofrece”*

Análisis.

En Costa Rica se cuenta con buenos profesionales preparados para capacitar y desarrollar este tipo plataformas, por ejemplo, en los últimos años las empresas extranjeras han puesto su mirada en este país para contratar mano de obra costarricense para ampliar su mercado de desarrollos de softwares, plataformas digitales, por lo tanto, es requerido y necesario que estas personas sean bilingües. Este país cuenta con un gran capital humano capacitado para llevar a cabo el desarrollo de estas innovadoras herramientas tecnológicas las cuales permiten a los clientes y a sus empresas poder atravesar fronteras gracias a la tecnología.

Según Pampillón Fernández, F. Cristina Ruza y Paz Curbera y Marta de la Cuesta González. (2012) menciona lo siguiente,

“... los rasgos fundamentales del sector financiero y las razones que justifican su existencia para, a continuación, determinar las cuestiones básicas que se encuentra a las que se enfrenta su estudio, a saber, conocer sistematizar y analizar el conjunto de procesos de financiación realizados en el interior del un país y del resto del mundo. (p. 12)”

Unidad de Análisis 3: Mejoras en el servicio de Back Office para la exportación

En esta tercera unidad de análisis se busca crear mejoras en el servicio de Back Office y ampliar; como esto puede favorecerá la exportación de estos servicios. Por lo tanto, se analiza lo que puede estar afectando al comercio internacional y áreas de mejora en las cuales se pueden trabajar y buscar una solución a los problemas encontrados en este proyecto, ya que es fundamental para proyecto. Esta unidad cuenta con varias categorías que aquí son desglosadas para luego pasar a analizarlas cada una:

1. Estrategias para aumentar los servicios de back office
2. Innovación en los servicios de Back Office
3. Desarrollar mejoras en los servicios de Back Office
4. Expansión de servicios por medio de pasarelas de pago
5. Capacitaciones para reducir la desinformación

Categoría 1: Incremento de servicios de back Office para la exportación

Descripción.

Esto fue lo respondido por las personas entrevistadas cuando se les aplicó la encuesta:

- ✓ *“Me parece que ha facilitado el comercio internacional con la mejora y accesibilidad de realizar pagos”*
- ✓ *“Creo que ha sido un buen impacto, ya que hay más compras en línea y cada vez más la gente confía en los medios de pago en línea”*
- ✓ *“Desde mi perspectiva creo que ha beneficiado para la apertura a otros mercados”*
- ✓ *“La verdad yo pensaría que viene creciendo”*

- ✓ *Aumentando en transparencia y transacciones”*
- ✓ *Las empresas que carecen de este medio probablemente han tenido bajas en cuanto a ser más competentes en comparación a las empresas que si las utilizan”*
- ✓ *“Me parece que ha podido extender sus fronteras y manejar una mayor cantidad de clientes”*
- ✓ *“Agilización de trámites ya que antes eran presenciales”*
- ✓ *“Es una herramienta más”*
- ✓ *“Yo considero más bien que las compras de manera digital cada día son más comunes y esto ayuda a las exportaciones e importaciones de artículos”*

Análisis.

En esta categoría se determina el impacto positivo producto de las facilidades de pago a los clientes, esto amplía los mercados y la efectividad de cómo los clientes pueden acceder a la información, también crea un crecimiento en los mercados los cuales se vuelven más competitivos y buscan la manera de surgir de manera novedosa. También ha permitido la agilización de trámites que antes se debía hacer todo presencial y tomaba más tiempo, pero todo esto ha cambiado gracias a la tecnología existente en este momento.

Según la Tesis de la Universidad de Guayaquil (2018) mencionada lo siguiente:

La productividad del área de Back Office debe mantenerse en alto nivel dado que es la parte en donde se procesa y se finiquita la relación comercial antes de ser entregada al cliente externo, y se está viendo afectada porque el personal que labora en el departamento presenta falencias en el dominio de la tecnología y por ende su productividad se ve afectada con los reprocesos que se generan por la mala gestión. Es por ello se considera imperativo realizar un análisis sobre el uso de herramientas tecnológicas que inciden en la productividad del personal del área de BackOffice, y así establecer los correctivos necesarios.

Categoría 2: Innovación en los servicios de Back Office

Descripción.

En esta categoría se encuentran las respuestas más sobresalientes de la encuesta efectuada:

- ✓ *“Hay más empresas pymes y muchos han podido emprender”*
- ✓ *“Si hablamos de servicios profesionales prestados desde Costa Rica, la evolución ha sido muy grande, incluso la pandemia aceleró para que los E-Commerce evolucionarán para dar mejores servicios a los consumidores finales”*
- ✓ *“Muy grande, ya hasta en China y la India se pueden hacer pedidos sin tener que hacer un viaje tan largo y costoso”*
- ✓ *“El Back office trata de la gestión y seguimiento correcto de todas las áreas son imprescindibles para que el negocio funcione perfectamente. Es necesario recordar que el concepto de Back office puede (y debe) aplicarse a cualquier tipo de empresa, sean PYMES o multinacionales con un objetivo común: mejorar procesos y obtener un rendimiento acelerado de los recursos”*
- ✓ *“Grande, la cual ha promovido incluso la entrada de empresas extranjeras que promueven estos servicios”*
- ✓ *“Conectividad”*
- ✓ *“Hay mucha más integración entre las herramientas y automatización”*
- ✓ *“Mayor seguridad en sus transacciones, más variedad de proveedores de este servicio”*
- ✓ *“Cada día se utiliza esta modalidad a nivel nacional y ha sido de ayuda a mejorar el servicio a los clientes”*
- ✓ *“Los centros de servicios compartidos han ido en crecimiento, excelente evolución”*
- ✓ *“Después de la pandemia, está evolucionando rápidamente, los comercios deben actualizarse constantemente, en tecnología, mercadeo de sus servicios, productos, y estudio de mercado”*
- ✓ *“Va en incremento, principalmente se vio un auge con el inicio de la pandemia”*
- ✓ *“Gracias a las plataformas y facilidades que existen actualmente hablando de tecnología el crecimiento ha sido exponencial”*

Análisis.

A raíz de la pandemia, la exportación de servicios de Back Office se vio forzado a la creación e innovación en temas tecnológicos, ya que por un tiempo se paralizó el comercio en general y se buscó la manera de vender sus servicios, de tal manera los clientes no debiesen que salir de sus casas y, de esta forma toma fuerza las compras en líneas y los pagos de servicios de manera electrónica. Esto permitió que muchas pequeñas empresas buscaran la manera de sobreponerse a la crisis y seguir compitiendo en el mercado, pero esta vez a través de la tecnología.

Ortega (2021) Universidad de Chile Instituto de Estudios Internacionales con el estudio de caso “El rol de la Agencia Universitaria para la Gestión del Emprendimiento (AUGE) en la innovación e internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). País: Costa Rica”

“Entre la información destaca la composición de las empresas por sector, las propuestas de valor y las ventajas competitivas de las empresas, los obstáculos para avanzar hacia la innovación e internacionalización desde la perspectiva de las unidades productivas e institucional, de igual manera los factores que inciden, la evaluación de la gestión de AUGE desde la perspectiva de las mipymes (oportunidades de mejora y acciones a destacar) ...” (p.7)

Categoría 3: Desarrollar mejoras en los servicios de Back Office

Descripción.

A continuación, las respuestas recolectadas por los encuestados:

- ✓ *“Deben tener conocimiento aplicaciones de administración de proyectos y colaboración”*
- ✓ *“Hablar otros idiomas: inglés, mandarín”*
- ✓ *“Tener mucho orden, buena estrategia para llevar a cabo un nuevo servicio al extranjero, esto ayuda a expandir el negocio a nuevos horizontes y permite más oportunidades de empleos”*
- ✓ *“Debe tener una representación legal en el país y beneficia al país ya que genera oportunidades de empleo”*

- ✓ *“Aparte de una buena conexión de HFC (fibra óptica), pensaría en una buena plataforma tecnológica, personal con amplio conocimiento y buenas herramientas corporativas. Además de un buen plan de implementación y seguimiento”*
- ✓ *“Equipo de trabajo que esté en constante capacitación del uso de las diferentes plataformas. Es beneficioso para el país ya que expande el mercado”*
- ✓ *“Debe tener una alta seguridad informática y una buena arquitectura a nivel de servidores. Beneficia porque trae trabajo y dinero de otros países”*
- ✓ *“Competitiva, conocer el mercado nacional e internacional, potenciar clientes, servicio al cliente, innovar, etc.”*
- ✓ *“Depende de su nicho me parece, amplitud tecnológica, músculo financiero, adaptación al cambio, competitividad”*
- ✓ *“Es necesario cumplir con estándares altos en servicio al cliente y seguridad de la información, hoy en día son requisitos para poder exportar los servicios en varios países”*

Análisis.

Es de suma importancia estar en constante actualización de cómo se mueven los servicios en el mercado y cómo ser competitivos en comparación a las demás empresas las cuales brindan este tipo de servicios y según la encuesta aplicada denota la importancia y ventaja que posee una empresa quien cuente con el capital humano que hable más de 3 idiomas, pues el servicio no se limitaría a español e inglés únicamente lo cual esto permitiría captar más clientes que hablen otro idioma, también contar con un excelente servicio al cliente es de suma importancia, aun cuando muchas veces genera publicidad orgánica en los clientes a los cuales se les brindan los servicios de Back Office.

Según la Tesis de la Universidad de Guayaquil (2018) mencionada lo siguiente:

La productividad del área de Back Office debe mantenerse en alto nivel dado que es la parte en donde se procesa y se finiquita la relación comercial antes de ser entregada al cliente externo, y se está viendo afectada porque el personal que labora en el departamento presenta falencias en el dominio de la tecnología y por ende su productividad se ve afectada con los reprocesos que se generan por la mala gestión. Es por ello se considera imperativo realizar un

análisis sobre el uso de herramientas tecnológicas que inciden en la productividad del personal del área de BackOffice, y así establecer los correctivos necesarios.

Categoría 4: Expansión de servicios por medio de pasarelas de pago

Descripción.

Estas fueron las respuestas más sobresalientes en la encuesta efectuada:

- ✓ *“Uno de los factores que han impulsado el crecimiento de los servicios de Back Office en CR ha sido más que todo poder innovar y atraer más clientes no solo costarricenses sino extranjeros en CR”*
- ✓ *“Otro factor ha sido por el período de pandemia muchos perdieron sus trabajos y tuvieron que emprender con distintos servicios para poder sobresalir”*
- ✓ *“Costa Rica tiene profesionales capacitados ha impulsado estos servicios en Costa Rica.*
- ✓ *“Creo que la burocracia gubernamental ha obstaculizado la apertura de más empresas para prestar servicios desde Costa Rica”*
- ✓ *“Las conexiones tecnológicas de las empresas que lo brindan”*
- ✓ *“Cultura organizacional Conectividad Brecha digital”*
- ✓ *“Factores que han impulsado: la necesidad de expandirse en los diferentes mercados a nivel nacional e internacional”*
- ✓ *“Comprensión de las mejores prácticas y leyes específicas de cada país”*
- ✓ *“Arquitectura a nivel informático y un mejor control del alto tráfico”*
- ✓ *“Si quiere ser competitiva tiene que crecer con la tecnología”*
- ✓ *“Impulsar el crecimiento en la tecnología y capital humano”*

Análisis.

En esta información obtenida se demuestra que la pandemia experimentada en el país trajo consigo muchos problemas al comercio, pero también estrategias nuevas a los comercios, en otras palabras, buscar la manera de cómo salir adelante y expandir sus servicios al mercado. Lo anterior

gracias a la tecnología porque en tiempos de pandemia no hubo contacto físico y estas plataformas facilitaron las gestiones en el comercio y se han vuelto un aliado para las empresas, de esta manera, las transacciones conocidas antes, se ha ido disminuyendo y esto gracias a la modernización de las plataformas bancarias y pasarelas de pago para ayudar al comercio.

Torres y Villada (2021) Universidad de Distrital Francisco José De Caldas (Bogotá)
Trabajo Final de la Especialización En Proyectos Informáticos “Adaptación del modelo de aceptación tecnológica para incrementar el uso de los medios de pagos electrónicos”

“Los medios de pago electrónico (MPE) se caracterizan por estar basados en los pagos físicos, por lo cual son similares en su concepto y finalidad, sin embargo, ofrecen al usuario más y mejores posibilidades como la de no estar físicamente presente al momento de realizar la transacción, mayor velocidad e inmediatez o la trazabilidad de la operación (p.17)”

Categoría 5: Capacitaciones para reducir la desinformación

Descripción.

En esta categoría esto fue lo que las personas entrevistadas respondieron a las preguntas aplicadas:

- ✓ “No se”
- ✓ “El impuesto del valor agregado 13%”
- ✓ “Locales: IVA”
- ✓ “Esto va a depender del tipo de servicio que se venda, pero el impuesto de valor agregado es el principal de todos”
- ✓ “Eso va a depender del tipo de plataforma que se utiliza, algunas cobran hasta el 13% de impuestos”
- ✓ “No lo sé”
- ✓ “No sé”
- ✓ “Impuesto del valor agregado”

- ✓ *“Impuestos de migración para residencia, impuestos de traspaso de propiedades, impuestos municipales y de personerías jurídicas entre otros”*
- ✓ *“Desconozco si actualmente existe un impuesto para esta actividad”*
- ✓ *“Desconozco con exactitud el dato”*

Análisis.

Como se denota en esta categoría, las personas no tiene claridad de cuáles son los impuestos por pagar producto de la exportación de los servicios de Back Office y en realidad esto genera incertidumbre en la población de cómo se maneja esta parte, por lo tanto urgen capacitaciones al personal de las empresas para que conozcan los tipos de impuestos involucrados en este tipo de transacciones, a saber el 13 % del IVA (impuesto del valor agregado) que se debe de cobrar y esto porque son servicios de Back Office brindados y no productos, por esta razón es que se aplica el impuesto antes mencionado.

Según Hernández y Mendoza (2018) menciona lo siguiente:

“Las encuestas de opinión son consideradas por diversos autores como un diseño o método. En la clasificación de la presente obra serían consideradas investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales-causales, ya que a veces tienen los propósitos de unos u otros diseños y a veces de ambos (Archeater, 2005) (p.180).”

Interpretación de los Datos

Al analizar cada uno de los puntos antes mencionados se determina que las personas confían más en las plataformas extranjeras con respecto a las nacionales, lo cual es lamentable porque deberían ser las plataformas costarricenses bancarias las más utilizadas y que generan más confiabilidad, pero en realidad las entidades bancarias deben de trabajar más por ganar la confianza de las empresas y clientes de poder utilizar sus herramientas tecnológicas en esta área deberían de mejorar.

Es fundamental que las personas quienes brinden servicios de Back Office cuenten con un segunda idioma, a saber el inglés como mínimo para proporcionar un buen servicio al cliente y así crear un incremento en las ventas de estos servicios y que en el mercado sean aún más competitivos con respecto a otros países y generar en sus clientes una excelente experiencia para que, cada día, las personas no residentes vean este país como un atractivo, no solo por el turismo, sino también por el servicio brindado.

Gracias a la pandemia, las importaciones y exportaciones fueron paralizadas, debido a esta situación experimentada el mundo entero y, en especial el país, el mercado de ventas virtuales tomó aun mayor fuerza, las ventas de productos y servicios tuvo un incremento considerable, ahora bien los bancos, comercios, empresas, entre otros, tuvieron que renovar y cambiar la manera de cómo se daba el comercio anteriormente (la mayoría de estas eran presenciales), gracias a la tecnología los clientes como efectúan sus pagos y compras en línea atravesando las fronteras (de manera virtual) y de esta forma llevar sus servicios a otros países.

Es importante mencionar que existe una inconformidad muy grande en la población de la servicio al cliente, pues muchas entidades bancarias debido a los tiempos de espera que se conllevan hacer un trámite con estas instituciones y lo difícil que es para las empresas obtener la información en un solo lugar, ya que los mismos funciones en frecuentes ocasiones desconocen los productos que el banco tiene, a saber las plataformas KLAP y la burocracia existente en Costa Rica que es uno de los *talones de Aquiles* más detectado en esta investigación deben de crear mejoras en todos aspectos, ya que son fundamentales en las empresas.

Existe mucho desconocimiento por parte de los encuestados acerca de la existencia de las plataformas electrónicas ofrecidas por los Bancos, así como de los beneficios brindados considerados de suma importancia para que los Bancos desarrollen campañas publicitarias en los diferentes medios de comunicación así como las redes sociales con las cuales cuenten, esto permitirá que las empresas analicen la posibilidad de usar más las plataformas costarricenses con respecto a las extranjeras y su respectivo beneficio para el país, ya que crea ingresos a los bancos por el uso de estas plataformas las empresas tienen mejor flujo de dinero y, de esta forma, crecer la cartera del Banco.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Mejorar el servicio al cliente que ofrecen las entidades financieras a las empresas que desean adquirir estos productos, por otra parte se logró identificar una falta de seguimiento por parte de los funcionarios del Banco hacia los clientes, también se detectó que estos funcionarios no brindan todos los requisitos de forma inmediata sino que así como avanza el proceso siguen solicitando requisitos que en el principio de la gestión no solicitaron y esto crea desinterés y frustración en los clientes que desean optar por el servicio.

Una de las plataformas más seguras y que más utilizada la población es PayPal que es una plataforma muy fuerte en el mercado, con muchos años de experiencia es una de las más utilizadas a nivel internacional por su fácil acceso, es una amigable, posee varios idiomas y maneja diferentes tipos de monedas además que se pueden envían facturas desde esa plataforma, a su vez recolectar los fondos dinero y también se puede enviar al banco con los que posea convenios si así lo desea la empresa.

Los servicios financieros podrían mejorar sus plataformas en la parte de la ciberseguridad para dar confianza a las empresas a utilizar sus plataformas bancarias y de esta manera dar un mejor soporte a las empresas que exportan sus servicios de Back Office y a los clientes que utilicen estas plataformas de pago.

Aumento en la demanda de servicios de Back Office en los últimos años y el buen capital humano costarricense que se tiene capitada para dar estos servicios, esto es beneficioso para el país porque permite aumentar la economía del país y de las empresas que desarrollan estas actividades.

Se logró observar el desconocimiento que tiene la población con respecto al tema impuestos que deben de cobrar los servicios de Back Office, ya que la mayoría de las personas encuestadas no tienen claridad de tipo de impuesto que se debe de utilizar en las ventas de estos servicios.

Mejorar el servicio al cliente en las empresas que brindan el servicio de Back Office esto para fortalecer aún más esta área porque si bien es cierto si los clientes se sienten a gusto con el servicio muy probablemente quiera mantener una larga relación con este tipo de empresas lo

que genera confianza, seguridad en el cliente y esto a su vez puede generar recomendaciones orgánicas como por ejemplo recomendar a la empresa con a sus amigos, familia, vecinos, entre otros.

Se concluyó en esta investigación que las plataformas electrónicas de pago facilitan el pago de los clientes, reducen las cuentas por cobrar en gran medida, así como también la gran aceptación del uso de estas.

Falta de publicidad de los bancos sobre las plataformas bancarias nacionales que ellos brindan y sus beneficios es uno de los problemas que más se detectaron y que al día de hoy las entidades financieras no han mejorado y esto se dio a conocer a raíz de la investigación efectuada.

Creación de empleo a través de la tecnológica y esto a raíz de la pandemia, pues se generó un aumento en la mano de obra de ingenieros informáticos lo cual genera más oportunidades laborales para la población nacional.

Las entidades bancarias deben reducir los tiempos de espera que conlleva la solicitud de los productos que ofrecen estas, se debe brindar un mejor seguimiento al cliente desde que adquiere el servicio hasta su implementación y funcionamiento.

Brindar capacitaciones a las empresas quienes usan las plataformas bancarias para fortalecer el conocimiento del producto brindado, esto permitirá al cliente que adquiera el servicio sentir la confianza y seguridad a la hora de implementar estos productos en su empresa.

Falta de capacitación en el personal de las entidades bancarias de hablar un segundo idioma, es uno de los retos que tienen las entidades bancarias y que se logró detectar en esta investigación la carecen de este tipo de personal no permite una comunicación efectiva entre el emisor y el receptor lo cual crea una brecha muy grande en la cual se debe de trabajar para mejorar estas dificultades que actualmente tienen estas entidades.

Las empresas que cuentan con plataformas de pagos digitales poseen más ventajas competitivas que las empresas que no cuentan con éstas, ya que la mayoría de la población indico la facilidad con la que cuentan a la hora de efectuar los pagos ya que son seguros y rápidos.

Las plataformas de pago brindan a los clientes agilidad en las transacciones y reducción del tiempo invertido en estas gestiones sin tener que desplazarse a ningún lugar, ya que desde la comodidad de su casa pueden efectuar estos trámites.

Algunas plataformas cuentan con costos muy altos por esto es importante hacer una comparación de las tarifas que estas tienen y escoger la que mejor se adapta más a las necesidades de la empresa y que sea accesible.

Recomendaciones

Se recomienda a las entidades Bancarias Nacionales la creación de alianzas con PROCOMER y, de esta manera, dar a conocer las plataformas tecnológicas brindadas, sus beneficios, y cómo se ven beneficiadas las pequeñas y grandes empresas al implementar estas herramientas en sus compañías, esto se podrá llevar a cabo coordinando reuniones entre las entidades bancarias y PROCOMER por medio de la unidad de formación al exportador.

Los Bancos deberían crear campañas publicitarias en las redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube y también efectuar pautas en radio o televisión para dar a conocer sus plataformas tecnológicas en el mercado y así hacer crecer estos servicios. Se debe delegar al departamento de mercadeo y publicidad (de estas entidades financieras) la creación de un plan estratégico campaña agresiva para la propagación de esta información y realmente logre captar la atención de la población en gran forma para poder dar a conocer de manera masiva estos productos.

A los bancos se les recomienda capacitar al personal que manejen un segundo idioma (como mínimo bilingües) para poder brindar un mejor servicio al cliente a las personas no residentes. En la contratación del personal para las áreas de plataforma y servicios al cliente de las entidades financieras uno de los requisitos obligatorios es el contar con un segundo idioma como mínimo, luego de esto efectuar una prueba oral, de escritura y escucha se deben de analizar los resultados para ver si califica para el puesto y luego de esto que se efectúen pruebas

de este idioma como mínimo una vez al año para poder seguir evaluando el desempeño de este lenguaje en el personal.

Reducir los tiempos de espera que los clientes atraviesan a la hora de solicitar las plataformas tecnológicas, ya que en unas ocasiones las personas de servicios al cliente del banco tardan días en dar respuesta y esto hace que las empresas no quieran adquirir el servicio por los largos tiempo de respuesta por parte de las entidades bancarias y utilicen plataformas extranjeras. Contratar personal especializado en servicio al cliente que cuente con la habilidad de poder dar seguimiento a los clientes de manera preferencial como por ejemplo que los funcionarios lleguen hasta su oficina y atenderle de forma personalizada o bien que cualquier empresa que desee obtener este servicio y no desee o pueda ir al banco físicamente el personal del Banco facilite por medio de un correo electrónico toda la información y si la empresa tiene dudas con respecto al uso de la plataforma o bien con los requisitos solicitados por el banco que el tiempo de respuesta por parte del banco sean de 24 horas hábiles para responder a dicha consulta o solicitud de la empresa.

Reforzar la ciberseguridad de los Bancos creando sistemas de seguridad más rigurosos y que el colegio de Ingenieros puedan efectuar auditorías al azar en donde puedan supervisar si las entidades bancarias están cumpliendo con las normas internacionales de seguridad y ver si necesitan implementar mejoras en su seguridad. Se deben de realizar reuniones entre el Colegio de Ingenieros y Arquitectos y el Colegio de Profesionales en Informática y Computación para que estos puedan dar charlas y capacitaciones gratuitas (como mínimo 3 veces al año) al personal que trabaja en la parte de ciberseguridad de las instituciones financieras con el fin de poderles enseñar como fortalecer esta área y crear planes de cómo evitar el hackeo de información, resguardar los datos de las personas que estos puedan manejar, así como la creación de controles internos de seguridad, auditorias o simulacros de internos de hackeo que permita detectar este tipo de situaciones y que sepan que se debe de hacer en estos casos y como se pueden eliminar o reducir este tipo de situaciones y a su vez que permita tener un sistema robusto y que sea impenetrable para los estafadores.

Se recomienda a las empresas que desarrollan servicios de Back Office para la exportación, mejorar su servicio al cliente, mejorar la comunicación con el cliente para poder cumplir con sus expectativas y dar un excelente servicio el cual, a su vez, genera la mejor publicidad que es cuando los mismos clientes satisfechos refieran la empresa con amigos, vecinos y demás personas gracias a la experiencia vivida. Es importante poder entender las necesidades del cliente y de esta manera poder dar soluciones a sus consultas y que éstas sean las más claras posibles para el cliente, se recomienda responder las consultas enviadas por medio de un correo electrónico en no más de 24 horas o bien si el cliente no comprende la información brindado por correo o bien sugerir al cliente una llamada telefónica para que de esta forma puedan comprender mejor el mensaje y a su vez poderle brindar al cliente un mejor servicio que esto permita producir en ellos(as) una satisfacción de principio a fin.

Se recomienda a las empresas que brindan servicios de Back Office utilizar las plataformas electrónicas de pago nacionales (la que más se adapte a su negocio u operación) que poseen las entidades bancarias y poder implementarlas en sus sistemas de contables o páginas web, ya que esto facilitará el pago de este tipo de servicios, por otro lado también permitirá un incremento en las ventas de las empresas ya que los pagos se podrán realizar de una manera fácil y segura, brindando una mejor experiencia a las personas no residentes, y de esta forma se potencia el aumento en la exportación de servicios.

CAPÍTULO VI

Objetivo general

Desarrollar una estrategia para la mejora de exportación de servicios de Back Office para las empresas costarricenses.

Objetivos específicos

Examinar las plataformas digitales que existen y como benefician los servicios de Back Office en Costa Rica.

Evaluar los servicios de Back Office en Costa Rica y el crecimiento generado en los últimos años en el país.

Justificación

La principal razón de esta investigación enmarcada en facilitar los pagos de sus servicios por medio de plataformas tanto nacionales como internaciones, esto con el fin de que sus servicios vayan en crecimiento y hacer crecer sus ventas a través de la tecnología, permite que sus clientes puedan efectuar sus pagos sin importar el lugar en donde se encuentren, las plataformas nacionales buscan dar a conocer por las empresas costarricense para que esto les sea una herramienta fundamental en sus ventas y que el flujo de dinero sea más efectivo en tiempo real e ingrese en las cuentas costarricenses de las compañías.

Por otro lado, cabe destacar que la mayoría de los clientes extranjeros interesados en adquirir servicios de Back Office, pues la gran mayoría no cuentan con cuentas bancarias costarricense que les facilite efectuar los pagos de los servicios antes mencionados, ya que los trámites para aperturas una cuenta bancaria resultan muy prolongados y causa desinterés por los clientes este tipo de situaciones, por esto es importante innovar y buscar la manera de que sea accesible y fácil de manejar esto generaría en los clientes satisfacción en los servicios, además se crea publicidad orgánica a través de la recomendación de los clientes con otros personas.

A raíz de esta pandemia, todo lo que se conocía como normal, por ejemplo, ir a bancos personalmente, efectuar pagos físicos entre otras cosas, cambió a partir del 2020 después de este año todo ha dado un giro inesperado en donde esta situación forzó al mundo entero a cambiar su manera de hacer las actividades si bien es cierto en muchos países ya estaban más familiarizados con efectuar trámites digitalmente, es el caso de Estados Unidos pero Costa Rica se vio forzado a implementar en tiempo récord la automatización de procesos a través de plataformas por de alguna

manera los negocios debían salir adelante y esto fue gracias a una pandemia que cambio el giro del comercio para siempre y para bien.

Según Hernández y Mendoza (2018), adicionalmente a los elementos previos, es necesario justificar el estudio que se pretende realizar, basándose en los objetivos y las preguntas de investigación, lo cual implica exponer las razones por las cuales es importante o necesario llevarlo a cabo (el *para qué* del estudio) y los beneficios derivados de él. (p. 44).

Proyecciones

- Se pretende examinar cómo las plataformas de pago digitales, tanto nacionales como internacionales, beneficiaran a las empresas que brindan servicios Back Office, esto con el fin de ayudar y estimular a este sector de la población a facilitar un poco las gestiones por realizar, al mismo tiempo, permite que sus ventas suban y que Costa Rica se dé a conocer no solo por exportar productos sino por exportar servicios de calidad, indiscutiblemente, permite el aumento en el mercado de los servicios y su explotación.
- Se analizará el crecimiento tenido de los servicios de Back Office en los últimos años e impulsarlo y buscar las estrategias y herramientas adecuadas para fortalecer aún más las exportaciones de estos servicios, con el fin de ayudar a las pequeñas y grandes empresas a incrementar la productividad del servicio, tiempo, procesos, pagos y demás factores que influyan llevar esto fuera de las fronteras nacionales en forma fácil y segura.

Propuesta

Se le propone a la empresa Outlier Legal Services S.A implementar el uso de plataformas bancarias nacionales para que su flujo de dinero sea inmediato y efectivo, ya que con estas herramientas les facilitarían a los clientes que paguen sus servicios por medio de un *link* y al alcance de un *click* nada más, así sus clientes extranjeros pagarían sin importar en donde se encuentren. Esto puede hasta llegar a reducir las cuentas por cobrar pendientes que se tengan por la facilidad del pago.

La empresa necesita tener el flujo de efectivo en las cuentas nacionales y no en los bancos del extranjero y les permitirá contar con el flujo de dinero necesario para operar con fluidez en el territorio nacional sin terceros ni intermediarios, estas plataformas deben de cumplir a cabalidad con las regulaciones internacionales de seguridad, sin estos protocolos de seguridad no podrían operar ninguna plataforma, lo anterior para garantizar al cliente seguridad y que no será estafado, ya que es prioridad para cualquier empresa o cliente que utilice estas herramientas.

Referencias

(Vargas, 2020)

Alejandra Quesada, Y. U. (Octubre de 2016). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/81/Tesis%20Final%20Musmanni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Amato, C. N. (Abril de 2015). *google académico*. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2176/Amato%2c%20Celina%20Noe.%20La%20log%20adstica%20inversa%20como%20estrategia%20para%20el%20logro%20de%20un%20desempe%20superior.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Araya, N. (junio de 2020). *Google académico*. Obtenido de file:///C:/Users/ACER/Downloads/TFG_Natalia_Araya.pdf

Cabero Almenara, J. y. (2017). Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. *International Journal of Educational Research and Innovation*, 9, 16-30., 1-15.

Cabero Almenara, J. y. (2017). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital*. Obtenido de Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital: <https://idus.us.es/handle/11441/66918>

Cárdenas, C. (17 de Abril de 2017). *Tesis.pucp.edu*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9143/Altez_C%C3%A1rdenas_Gesti%C3%B3n_cadena_suministro.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Circulante. (12 de Febrero de 2018). *Finanza de la cadena de suministro*. Obtenido de <https://circulante.com/finanzas-cadena-de-suministro/claves-la-cadena-suministro-supply-chain/>

Dayana Castro, J. D. (Diciembre de 2018). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/217/Propuesta%20log%C3%ADstica%20inversa%20CNFL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Domingo, G. M. (20 de Octubre de 2016). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/concepto-principios-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Edson garcía. Joseline Grillo, G. S. (2019). *repositorio.ulasamericas*. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/499/LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20CADENA%20DE%20SUMINISTROS%20COMO%20UN%20PROCESO%20DE%20INTEGRACI%C3%93N....pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Gonzales, J. (2015). *El arte de la entrevista*. Editorial Seguridad y Defensa.

Gonzales, J. (2015). *El arte de la entrevista*. Editorial Seguridad y Defensa.

- Jorge Herrera, J. F. (2016). Tasas de generación y caracterización de residuos sólidos ordinarios en cuatro municipios del área metropolitana Costa Rica. *Revista UNA*, 57.
- Juliana Castañeda, J. C. (2017). Diseño de una Red de logística Inversa para. *Scientia et Technica*, 150-160.
- La Asamblea legislativa de la república de Costa Rica. (8 de Diciembre de 2010). *u.c.r.* Obtenido de <https://www.ucr.ac.cr/medios/documentos/2015/LEY-8839.pdf>
- León, M. j. (2017). *Repositorio*. Obtenido de https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/9366/dise%20c3%20blo_propuesta_mejoramamiento_gestion_cadena.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marilyn Vargas, H. R. (Agosto de 2018). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/141/DOCUMENTO%20DE%20TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez, I. (2015). *Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación*. España: Elearning s.l.
- Mendoza, H. y. (2018).
- Merino, J. P. (2016). *Definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/recoleccion-de-datos/>
- Ministerio de Salud. (2011). *Index*. Obtenido de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/biblioteca-de-archivos/sobre-el-ministerio/politcas-y-planes-en-salud/politicas-en-salud/1107-politica-nacional-para-la-gestion-integral-de-residuos-2010-2021/file>
- Nelly Raquel, F. R. (12 de Marzo de 2019). *Repositorio upn*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24058/N00080230%20Nelly%20Raquel%20Felix%20Ruiz-N00111618%20Jessyca%20Iris%20Montes%20Valverde.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nuño, P. (29 de Diciembre de 2017). *emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/logistica-inversa.html>
- Pagán Martínez, M. T. (2017). La logística inversa como herramienta para la gestión de residuos de los supermercados de venta al por menor. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 150-165.
- Quintero, R. (2016). *Biblioteca digital*. Obtenido de http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/bitstream/10819/4355/1/Log%C3%ADstica%20inversa_Rudy%20Quintero%20Portocarrero_2016.pdf
- Roberto Hernández, C. F. (2014). *Metodología de la investigación*. México.
- Rojas, G. (2016). La logística inversa y el cambio climático. *Ingeniería*, 40-48.
- Thais Gonzales, L. T. (2019). *Kerwa*. Obtenido de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/79304/Propuesta%20CMS%20final%20.pdf>

20THAIS%20GONZ%c3%81LEZ%20-
%20LESLIE%20THOMAS%20VARGAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valor compartido. (11 de Junio de 2020). Obtenido de <https://www.valor-compartido.com/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-medio-ambiente/>

Vargas, A. G. (2020). “*La regulación del trabajo en las empresas de plataforma virtual de Costa*”. Obtenido de CEPAL:
https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45833/S2000389_es.pdf

Vitti, S. (11 de Febrero de 2019). *Blog*. Obtenido de <https://blog.encuesta.com/el-muestreo/>

Alejandra Quesada, Y. U. (Octubre de 2016). *repositorio*. Obtenido de
<http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/81/Tesis%20Final%20Musmanni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Amato, C. N. (Abril de 2015). *google académico*. Obtenido de
<https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2176/Amato%2c%20Celina%20Noe.%20La%20log%c3%adstica%20inversa%20como%20estrategia%20para%20el%20logro%20de%20un%20desempe%c3%b1o%20superior.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Araya, N. (junio de 2020). *Google académico*. Obtenido de
file:///C:/Users/ACER/Downloads/TFG_Natalia_Araya.pdf

Cabero Almenara, J. y. (2017). Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. *International Journal of Educational Research and Innovation*, 9, 16-30., 1-15.

Cabero Almenara, J. y. (2017). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital*. Obtenido de Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital:
<https://idus.us.es/handle/11441/66918>

Cárdenas, C. (17 de Abril de 2017). *Tesis.pucp.edu*. Obtenido de
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9143/Altez_C%C3%A1rdenas_Gesti%C3%B3n_cadena_suministro.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Circulante. (12 de Febrero de 2018). *Finanza de la cadena de suministro*. Obtenido de
<https://circulante.com/finanzas-cadena-de-suministro/claves-la-cadena-suministro-supply-chain/>

Dayana Castro, J. D. (Diciembre de 2018). *repositorio*. Obtenido de
<http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/217/Propuesta%20log%C3%ADstica%20inversa%20CNFL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Domingo, G. M. (20 de Octubre de 2016). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/concepto-principios-la-responsabilidad-social-corporativa/>
- Edson garcía. Joseline Grillo, G. S. (2019). *repositorio.ulasamericas*. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/499/LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20CADENA%20DE%20SUMINISTROS%20COMO%20UN%20PROCESO%20DE%20INTEGRACI%C3%93N....pdf?sequence=3&isAllowed=>
- Gonzales, J. (2015). *El arte de la entrevista*. Editorial Seguridad y Defensa.
- Gonzales, J. (2015). *El arte de la entrevista*. Editorial Seguridad y Defensa.
- Jorge Herrera, J. F. (2016). Tasas de generación y caracterización de residuos sólidos ordinarios en cuatro municipios del área metropolitana Costa Rica. *Revista UNA*, 57.
- Juliana Castañeda, J. C. (2017). Diseño de una Red de logística Inversa para. *Scientia et Technica*, 150-160.
- La Asamblea legislativa de la república de Costa Rica. (8 de Diciembre de 2010). *u.c.r.* Obtenido de <https://www.ucr.ac.cr/medios/documentos/2015/LEY-8839.pdf>
- León, M. j. (2017). *Repositorio*. Obtenido de https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/9366/dise%c3%b1o_propuesta_mejoramiento_gestion_cadena.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marilin Vargas, H. R. (Agosto de 2018). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/141/DOCUMENTO%20DE%20TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez, I. (2015). *Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación*. España: Elearning s.l.
- Mendoza, H. y. (2018).
- Merino, J. P. (2016). *Definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/recoleccion-de-datos/>
- Mnisterio de Salud. (2011). *Index*. Obtenido de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/biblioteca-de-archivos/sobre-el-ministerio/politcas-y-planes-en-salud/politicas-en-salud/1107-politica-nacional-para-la-gestion-integral-de-residuos-2010-2021/file>
- Nelly Raquel, F. R. (12 de Marzo de 2019). *Repositorio upn*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24058/N00080230%20Nelly%20Raquel%20Felix%20Ruiz-N00111618%20Jessyca%20Iris%20Montes%20Valverde.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nuño, P. (29 de Diciembre de 2017). *emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/logistica-inversa.html>

- Pagán Martínez, M. T. (2017). La logística inversa como herramienta para la gestión de residuos de los supermercados de venta al por menor. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 150-165.
- Quintero, R. (2016). *Biblioteca digital*. Obtenido de http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/bitstream/10819/4355/1/Log%C3%ADstica%20inversa_Rudy%20Quintero%20Portocarrero_2016.pdf
- Roberto Hernández, C. F. (2014). *Metodología de la investigación*. México.
- Rojas, G. (2016). La logística inversa y el cambio climático. *Ingeniería* , 40-48.
- Thais Gonzales, L. T. (2019). *Kerwa*. Obtenido de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/79304/Propuesta%20CMS%20final%20THAIS%20GONZ%c3%81LEZ%20-%20LESLIE%20THOMAS%20VARGAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valor compartido. (11 de Junio de 2020). Obtenido de <https://www.valor-compartido.com/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-medio-ambiente/>
- Vargas, A. G. (2020). “*La regulación del trabajo en las empresas de plataforma virtual de Costa*”. Obtenido de CEPAL: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45833/S2000389_es.pdf
- Vitti, S. (11 de Febrero de 2019). *Blog*. Obtenido de <https://blog.encuesta.com/el-muestreo/>
<https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/cuando-los-celulares-asumen-las-funciones-de-los-datafonos/M3O6TJAXLREAVOUTURJPYRWWBU/story/>
- <https://www.bncr.fi.cr/c%C3%B3mo-crear-en-3-sencillos-pasos-una-tienda-en-l%C3%ADnea-para-aumentar-tus-ventas-.html>
- <https://www.fttecnologias.com/>
- https://www.baccredomatic.com/es-cr/pymes/soluciones-y-herramientas?categoria=todo&nombre=compra-click&id=150866&gclid=Cj0KCQjwnNyUBhCZARIsAI9AYIFxGA6jWhd8hXeD71Q-kiQ1x7gsTV_hb0TbaUkGgcwsc4L2OCKhkuIaAtJeEALw_wcB
- <https://www2.baccredomatic.com/es-cr/comercios-afiliados/herramientas-aceptar-pagos/e-commerce#condiciones>

[https://www.baccredomatic.com/es-cr/pymes/soluciones-y-herramientas?categoria=medios-de-pago&gclid=Cj0KCQjwnNyUBhCZARIsAI9AYIFxGA6jWhd8hXeD71Q-](https://www.baccredomatic.com/es-cr/pymes/soluciones-y-herramientas?categoria=medios-de-pago&gclid=Cj0KCQjwnNyUBhCZARIsAI9AYIFxGA6jWhd8hXeD71Q-kiQ1x7gsTV_hb0TbaUkGgcwsc4L2OCKhkuIaAtJeEALw_wcB&nombre=mipos&id=154156)

[kiQ1x7gsTV_hb0TbaUkGgcwsc4L2OCKhkuIaAtJeEALw_wcB&nombre=mipos&id=154156](https://www.procomer.com/alertas_comerciales/banca-mundial-con-importantes-necesidades-de-tecnologia-financiera/)

https://www.procomer.com/alertas_comerciales/banca-mundial-con-importantes-necesidades-de-tecnologia-financiera/

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37739/1/TESIS%20HERRAMIENTAS%20TECNOLOGICAS%20BACKOFFICE%20FINAL%20final%20SEP.pdf>

https://books.google.co.cr/books?id=99HyPYGM5EUC&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional+definicion&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=comercio%20internacional%20definicion&f=false

<http://mendillo.info/seguridad/tesis/Zambrano.pdf>

Delgado, Arela & Geyby Miluska Universidad Autónoma San Francisco (2021) Estrategias de Ecommerce y su relación en el posicionamiento en el mercado de la Empresa Kankachos, el Cordero Macho, EIRL. Ayaviri, 2021 <http://repositorio.uasf.edu.pe/handle/UASF/524>

Ortega (2021) Universidad de Chile Instituto de Estudios Internacionales con el estudio de caso “El rol de la Agencia Universitaria para la Gestión del Emprendimiento (AUGE) en la innovación e internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). País: Costa Rica” [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/184282/El_rol_de_la_Agencia_Universitaria_para_la_Gestion_del_Emprendimiento_\(AUGE\)_en_la_innovacion_e_internacionalizacion_de_las_micro_pequeñas_y_medianas_empresas_\(Mipymes\).Pais_Costa_Rica.pdf?sequence=1](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/184282/El_rol_de_la_Agencia_Universitaria_para_la_Gestion_del_Emprendimiento_(AUGE)_en_la_innovacion_e_internacionalizacion_de_las_micro_pequeñas_y_medianas_empresas_(Mipymes).Pais_Costa_Rica.pdf?sequence=1)

Torres y Villada (2021) Universidad de Distrital Francisco José De Caldas (Bogotá) Trabajo Final de la Especialización En Proyectos Informáticos “Adaptación del modelo de aceptación tecnológica para incrementar el uso de los medios de pagos electrónicos”

<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/28925/TorresBastoCharletJulietVilladaOrtegonGustavoAdolfo2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alejandra Quesada, Y. U. (Octubre de 2016). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/81/Tesis%20Final%20Musmanni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Amato, C. N. (Abril de 2015). *google académico*. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2176/Amato%2c%20Celina%20Noe.%20L>

a%20log%c3%adstica%20inversa%20como%20estrategia%20para%20el%20logro%20de%20un%20desempe%c3%blo%20superior.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Araya, N. (junio de 2020). *Google académico*. Obtenido de file:///C:/Users/ACER/Downloads/TFG_Natalia_Araya.pdf
- Cabero Almenara, J. y. (2017). Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. *International Journal of Educational Research and Innovation*, 9, 16-30., 1-15.
- Cabero Almenara, J. y. (2017). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital*. Obtenido de Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital: <https://idus.us.es/handle/11441/66918>
- Cárdenas, C. (17 de Abril de 2017). *Tesis.pucp.edu*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9143/Altez_C%C3%A1rdenas_Gesti%C3%B3n_cadena_suministro.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Circulante. (12 de Febrero de 2018). *Finanza de la cadena de suministro*. Obtenido de <https://circulante.com/finanzas-cadena-de-suministro/claves-la-cadena-suministro-supply-chain/>
- Dayana Castro, J. D. (Diciembre de 2018). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/217/Propuesta%20log%C3%ADstica%20inversa%20CNFL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Domingo, G. M. (20 de Octubre de 2016). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/concepto-principios-la-responsabilidad-social-corporativa/>
- Edson garcía. Joseline Grillo, G. S. (2019). *repositorio.ulasamericas*. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/499/LA%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20CADENA%20DE%20SUMINISTROS%20COMO%20UN%20PROCESO%20DE%20INTEGRACI%C3%93N....pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Gonzales, J. (2015). *El arte de la entrevista*. Editorial Seguridad y Defensa.
- Gonzales, J. (2015). *El arte de la entrevista*. Editorial Seguridad y Defensa.
- Jorge Herrera, J. F. (2016). Tasas de generación y caracterización de residuos sólidos ordinarios en cuatro municipios del área metropolitana Costa Rica. *Revista UNA*, 57.
- Juliana Castañeda, J. C. (2017). Diseño de una Red de logística Inversa para. *Scientia et Technica*, 150-160.
- La Asamblea legislativa de la república de Costa Rica. (8 de Diciembre de 2010). *u.c.r*. Obtenido de <https://www.ucr.ac.cr/medios/documentos/2015/LEY-8839.pdf>

- León, M. j. (2017). *Repositorio*. Obtenido de https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/9366/dise%c3%blo_propuesta_mejoramamiento_gestion_cadena.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marilyn Vargas, H. R. (Agosto de 2018). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/141/DOCUMENTO%20DE%20TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez, I. (2015). *Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación*. España: Elearning s.l.
- Mendoza, H. y. (2018).
- Merino, J. P. (2016). *Definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/recoleccion-de-datos/>
- Mnisterio de Salud. (2011). *Index*. Obtenido de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/biblioteca-de-archivos/sobre-el-ministerio/politcas-y-planes-en-salud/politicas-en-salud/1107-politica-nacional-para-la-gestion-integral-de-residuos-2010-2021/file>
- Nelly Raquel, F. R. (12 de Marzo de 2019). *Repositorio upn*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24058/N00080230%20Nelly%20Raquel%20Felix%20Ruiz-N00111618%20Jessyca%20Iris%20Montes%20Valverde.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nuño, P. (29 de Diciembre de 2017). *emprendepyme*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/logistica-inversa.html>
- Pagán Martínez, M. T. (2017). La logística inversa como herramienta para la gestión de residuos de los supermercados de venta al por menor. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 150-165.
- Quintero, R. (2016). *Biblioteca digital*. Obtenido de http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/bitstream/10819/4355/1/Log%C3%ADstica%20inversa_Rudy%20Quintero%20Portocarrero_2016.pdf
- Roberto Hernández, C. F. (2014). *Metodología de la investigación*. México.
- Rojas, G. (2016). La logística inversa y el cambio climático. *Ingeniería* , 40-48.
- Thais Gonzales, L. T. (2019). *Kerwa*. Obtenido de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/79304/Propuesta%20CMS%20final%20THAIS%20GONZ%c3%81LEZ%20-%20LESLIE%20THOMAS%20VARGAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valor compartido. (11 de Junio de 2020). Obtenido de <https://www.valor-compartido.com/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-medio-ambiente/>
- Vargas, A. G. (2020). "La regulación del trabajo en las empresas de plataforma virtual de Costa". Obtenido de CEPAL: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45833/S2000389_es.pdf

Vitti, S. (11 de Febrero de 2019). *Blog*. Obtenido de <https://blog.encuesta.com/el-muestreo/>

Apéndices

1. ¿Cuáles cree usted que son las plataformas de pago electrónicas más utilizadas en el comercio para exportar los servicios de Back Office?
2. ¿Cuáles plataformas de pago considera usted que son más seguras para los servicios de Back Office? ¿Por qué?
3. ¿En el caso de los comercios que brindan modalidades especiales de pago (por ejemplo, las facilidades del E-Commerce) cuales cree usted que son los principales beneficios?
4. ¿Considera usted que hace falta información sobre las plataformas de pago ofrecen las entidades financieras en Costa Rica? ¿Mencione por qué?
5. ¿Mencione los beneficios que tienen las plataformas de pago tanto nacionales como extranjeras?
6. ¿Podría usted mencionar una estrategia que permita ofrecer servicios de Back Office de manera eficiente?
7. ¿Considera usted que contar con los medios del E-Commerce constituye una ventaja competitiva para las empresas? ¿Por qué?
8. ¿Mencione algunas desventajas que poseen las plataformas electrónicas de pago que ofrecen las entidades bancarias costarricenses a las empresas?
9. ¿Cuáles son los obstáculos a los que se enfrentan las empresas que quieren innovar utilizando las plataformas digitales de pago?
10. ¿Considera que Costa Rica cuenta con el capital humano adecuado para manejar las plataformas electrónicas de pago y brindar un mejor servicio? ¿Por qué?
11. ¿De qué manera considera que se ha visto afectado el comercio internacional ante la presencia de plataformas digitales?
12. ¿Cuál ha sido la evolución de los servicios de Back Office en los últimos años?
13. ¿Cuáles son las características que debe de tener una empresa para poder exportar los servicios de Back Office? ¿Por qué esto es beneficioso para el país?

14. ¿Cuáles cree que han sido los factores que han impulsado u obstaculizado el crecimiento de los servicios de Back Office en Costa Rica?
15. ¿Cuáles tipos de impuestos (locales y extranjeros) se pagan por exportar Servicios de Back Office desde Costa Rica al resto del mundo?