

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

**ANÁLISIS DEL USO DE SINPE MÓVIL EN LOS COMERCIOS  
DE SAN JUAN DE DIOS DE DESAMPARADOS, DURANTE EL  
ÚLTIMO CUATRIMESTRE DEL AÑO 2021**

**TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO  
EN CONTADURÍA PÚBLICA**

**ESTUDIANTE**

**KAREN GAMBOA VALVERDE**

**SAN JOSÉ, COSTA RICA, 2022**

## Contenido

Capítulo I. Introducción .....	2
Antecedentes .....	2
Internacionales.....	2
Nacionales. ....	4
Justificación.....	6
Planteamiento del problema.....	8
Objetivos .....	9
Objetivo general. ....	9
Objetivos específicos.....	10
Proyecciones .....	10
Capítulo II. Marco teórico.....	12
Comercio .....	12
Comercio formal.....	12
Comercio informal.....	13
Medio de pago.....	14
Efectivo.....	14
Tarjetas de crédito y débito. ....	15
Pago mediante dispositivos móviles.....	16
Sinpe Móvil.....	17

Condiciones de uso.....	18
Limitaciones.....	18
Beneficios.....	19
Desventajas.....	20
Legislación.....	21
Capítulo III. Marco metodológico .....	23
Enfoque de la investigación .....	23
Enfoque cuantitativo.....	23
Enfoque cualitativo.....	24
Diseño de la investigación .....	24
Diseño exploratorio.....	24
Fuentes de información .....	25
Primarias.....	25
Secundarias.....	25
Población y muestra .....	26
Población.....	26
Muestra.....	26
Instrumento .....	26
Cuestionario.....	27
Variables de la investigación .....	27

Capítulo IV. Análisis e interpretación de datos .....	30
Pregunta n.º 1 .....	30
Pregunta n.º 2 .....	31
Pregunta n.º 3 .....	32
Pregunta n.º 4 .....	33
Pregunta n.º 5 .....	35
Pregunta n.º 6 .....	36
Pregunta n.º 7 .....	38
Pregunta n.º 8 .....	39
Pregunta n.º 9 .....	40
Pregunta n.º 10 .....	41
Pregunta n.º 11 .....	42
Pregunta n.º 12 .....	43
Pregunta n.º 13 .....	44
Pregunta n.º 14 .....	45
Pregunta n.º 15 .....	46
Pregunta n.º 16 .....	47
Pregunta n.º 17 .....	48
Pregunta n.º 18 .....	50
Pregunta n.º 19 .....	51

Pregunta n.º 20 .....	52
Pregunta n.º 21 .....	53
Pregunta n.º 22 .....	54
Pregunta n.º 23 .....	55
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones.....	57
Conclusiones .....	57
Recomendaciones.....	59
Capítulo VI. Propuesta.....	62
Objetivos .....	62
Objetivo general. ....	62
Objetivos específicos.....	62
Identificación de los factores que interfieren en la compatibilidad de Sinpe Móvil como medio de pago en un comercio.....	63
Requisitos para la inscripción al servicio Sinpe Móvil.....	64
Descripción del procedimiento de implementación de Sinpe Móvil .....	70
Paso 1. Enumerar las ventajas y desventajas de Sinpe Móvil para el negocio.....	70
Paso 2. Definir la compatibilidad de Sinpe Móvil con el negocio. ....	72
Paso 3. Seleccionar la entidad financiera. ....	74
Paso 4. Afiliación al servicio Sinpe Móvil.....	75
Referencias.....	80

Anexos .....	83
Anexo 1. Instrumento de evaluación.....	83

## Contenido de tablas

Tabla 1 Límites de los bancos del año 2022 para el servicio Sinpe Móvil.....	32
Tabla 2 Variables de la investigación .....	29
Tabla 3 Entidades financieras que ofrecen Sinpe Móvil .....	67
Tabla 4 Sistemas de afiliación a Sinpe Móvil disponibles en 2022.....	76

## Contenido de gráficos

Gráfico 1 Cantidad de transacciones liquidadas por medio de Sinpe Móvil .....	7
Gráfico 2 Medios de pago que utiliza parte de la población de Costa Rica .....	9
Gráfico 3 Distribución de las empresas por sector .....	30
Gráfico 4 Distribución de los comercios activos en el distrito de San Juan de Dios de Desamparados .....	31
Gráfico 5 Clasificación de los comercios de acuerdo con el cumplimiento de las obligaciones tributarias y cargas sociales .....	32
Gráfico 6 Antigüedad de los comercios en San Juan de Dios de Desamparados .....	33
Gráfico 7 Distribución de los comercios de acuerdo con el tamaño.....	34
Gráfico 8 Cantidad de clientes recibidos por los comercios semanalmente.....	36
Gráfico 9 Medios de pago que se utilizan en los comercios.....	37
Gráfico 10 Medios de pago que más se utilizan en los comercios .....	38
Gráfico 11 Medio de pago menos utilizado en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados .....	39
Gráfico 12 Frecuencia de solicitud de los clientes con respecto a Sinpe Móvil como medio de pago.....	41
Gráfico 13 Aumento en el uso del servicio Sinpe Móvil.....	42
Gráfico 14 Uso de Sinpe Móvil en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados.....	43
Gráfico 15 Distribución de los usuarios de Sinpe Móvil de acuerdo con la generación .....	44
Gráfico 16 Distribución de los usuarios de Sinpe Móvil de acuerdo con el género.....	45
Gráfico 17 Uso de Sinpe Móvil en transacciones menores a ₡100.000.....	46
Gráfico 18 Comparación de seguridad de Sinpe Móvil con respecto al efectivo.....	47

Gráfico 19 Comparación de seguridad de Sinpe Móvil con respecto al uso de tarjetas de crédito y débito.....	48
Gráfico 20 Opinión sobre la seguridad de Sinpe Móvil según los comercios de San Juan de Dios de Desamparados .....	49
Gráfico 21 Opinión sobre la disponibilidad de Sinpe Móvil en cualquier teléfono móvil .....	50
Gráfico 22 Adaptabilidad de Sinpe Móvil con respecto a los usuarios .....	51
Gráfico 23 Opinión sobre la diversidad de entidades que ofrecen el servicio Sinpe Móvil.....	52
Gráfico 24 Disponibilidad de servicio Sinpe Móvil en los comercios .....	53
Gráfico 25 Opinión sobre la disponibilidad del servicio Sinpe Móvil en Costa Rica .....	54
Gráfico 26 Inmediatez de transferencia del servicio Sinpe Móvil.....	56

## Contenido de figuras

Figura 1 Factores internos y externos que interfieren con Sinpe Móvil .....	64
Figura 2 Requisitos de inscripción a Sinpe Móvil .....	66
Figura 3 Compatibilidad de Sinpe Móvil y un negocio .....	74
Figura 4 Pasos para la implementación de Sinpe Móvil en un comercio .....	79

## **Resumen de contenido**

Esta tesis se dividió en seis capítulos que en conjunto le dan cuerpo al escenario investigativo, a saber:

En el primer capítulo denominado introductorio se tiene como propósito describir las razones por las que este tema merece ser objeto de estudio. Este se relaciona con los materiales previos generados por investigadores y especialistas en torno al tópico de investigación y el abordaje que se le dio. Asimismo, se incluye el objetivo general y los objetivos específicos. En su conjunto introduce al lector en el tema de investigación y cómo se aborda.

En el segundo capítulo, el marco teórico, se brinda el sustento teórico y conceptual que sirve de fundamento para respaldar los hallazgos que genere el estudio.

Por otra parte, en el marco metodológico que corresponde al tercer capítulo se da a conocer el tipo de investigación empleada, la metodología, los instrumentos, las fuentes de información, población y muestra, las categorías de análisis empleadas por la persona investigadora y el tipo de análisis que se aplica al estudio.

En el cuarto capítulo se presentan, ordenan, analizan e interpretan los datos conseguidos a través de los instrumentos y las técnicas investigativas.

En el quinto capítulo denominado conclusiones y recomendaciones se brindan los principales hallazgos que se obtienen en cada una de las variables. Además de recomendaciones dirigidas a personas físicas o jurídicas sobre la implementación de estrategias para subsanar o mejorar cada una de las condiciones descritas en este documento.

El último capítulo presenta al lector una propuesta con la cual se proporciona una solución a uno de los problemas que se identifican en las conclusiones. Para esto, se identifica el objetivo general y los objetivos específicos necesarios para realizar la propuesta y se presentan los datos requeridos para su implementación.

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### Antecedentes

Sinpe Móvil es un servicio perteneciente a la plataforma Sinpe, la cual desarrolla y administra el Banco Central de Costa Rica. Con este servicio se habilitan las transferencias de fondo de cualquier cliente del sistema bancario nacional a una cuenta vinculada con un número de teléfono celular. Con esto se busca disminuir el uso de efectivo, crear transacciones más seguras, de fácil acceso, mayor cobertura y disponibilidad.

**Internacionales.** Al ser Sinpe Móvil un servicio dirigido a los usuarios del sistema bancario de Costa Rica, es difícil encontrar informes de este en medios internacionales. Sin embargo, existen investigaciones sobre elementos que comparten características similares a este servicio, de las cuales se pueden extraer conclusiones que beneficien la presente investigación.

Plaza (2018), de la Universidad de Guayaquil, presenta como conclusión que, al comparar el uso del pago móvil con otros medios se determinó que el porcentaje de uso se encuentra en función del tamaño de la parroquia y del movimiento comercial existente. Sin embargo, no existe una evolución uniforme, ya que hay parroquias con poco uso de este sistema a pesar de tener gran flujo comercial, por lo que se debe incentivar la adhesión al dinero electrónico. Además, recomienda mantener un sistema de incentivos fiscales como la devolución parcial del IVA, de esta forma, se puede incrementar la cantidad de usuarios de esta nueva modalidad.

El objetivo general consiste en: Ponderar el impacto que ha tenido la implementación del sistema de pago denominado *Billetera Móvil* como alternativa al sector no bancario de Guayaquil, en el año 2016. Los objetivos específicos son: Establecer conceptual y, operativamente, el sistema de pago denominado *Billetera Móvil* en el sistema financiero nacional; analizar el marco legal, regulaciones y normativas implementadas para su operación; investigar el nivel de aceptación que ha tenido esta propuesta gubernamental en la población de la ciudad de Guayaquil; cuantificar el volumen de transacciones realizadas empleando este sistema en esta ciudad, tanto en el ámbito nominal como proporcional, mediante una comparación con las transacciones realizadas con otros medios de pago y determinar la ponderación que han tenido las transacciones bancarias en las que

se han empleado el sistema de billetera móvil como medio de pago alternativo para el sector no bancarizado de la ciudad de Guayaquil.

El aporte obtenido por medio de esta investigación indica la necesidad de implementar beneficios en los servicios ofrecidos, para que exista mayor cantidad de usuarios. De esta forma, la integración no depende únicamente del tamaño de la población y el flujo comercial de las localidades.

Por otra parte, se encuentra la investigación realizada por Quihui (2021) para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El estudio plantea el siguiente objetivo general: Analizar la idoneidad de BIMO (billetera móvil) como herramienta financiera válida y eficiente capaz de impulsar una mayor inclusión de la población al sistema financiero ecuatoriano hacia una sociedad *cashless* como objetivo general. Los objetivos específicos son: Determinar en qué medida el acceso a la billetera móvil es una alternativa para dinamizar las transacciones, tanto para productores como consumidores; establecer una comparativa de ventajas y desventajas de los medios de pago más usados en Ecuador vs. BIMO específicamente al segmento de mercado de transacciones (público en general) por el sistema financiero e identificar y explicar las determinantes que influyen en la intención al uso de esta herramienta digital de pago por parte de los usuarios consumidores.

Una conclusión importante es la siguiente: la adopción y el uso de BIMO es un proceso lento, ya que las personas consumidoras están preocupadas por la seguridad y privacidad de sus transacciones. No obstante, la realidad es que estos medios alternativos utilizan tecnología avanzada para garantizar la seguridad del servicio. El autor recomienda campañas masivas de promoción de los beneficios de utilizar la billetera móvil e instruir sobre el uso y manejo correcto de esta, para combatir la conclusión anterior.

En resumen, Quihui (2021) indica que es necesario presentar a los posibles usuarios los beneficios del sistema de billetera móvil e informar sobre la manipulación de este. Con lo anterior demuestra que uno de los factores importantes para la implementación de un servicio es informar al público meta.

Cusco (2019) en su tesis presenta la siguiente conclusión: el sistema de dinero electrónico (SDE) no se consolidó por falta de difusión y carencias de programas que respalden a este innovador proyecto y la desconfianza por este. Además, recomienda al municipio de Guayaquil dar un

presupuesto para las campañas de difusión, para consolidar el proyecto de SDE y dinamizar diversos aspectos económicos.

La investigación consta del siguiente objetivo general: Analizar el funcionamiento del dinero electrónico bajo sistemas público privado. Como objetivos específicos se plantea: Describir el funcionamiento del dinero electrónico bajo el Banco Central del Ecuador; comparar a los factores de éxito y brechas competitivas en casos en el ámbito internacional; caracterizar el sistema financiero privado del Ecuador, estructura y principales variables financieras y determinar la percepción de los usuarios del dinero electrónico bajo un sistema privado. En relación con este último estudio se realiza la importancia de informar a los posibles usuarios sobre el servicio de moneda digital para promover su difusión.

**Nacionales.** Pese a que Sinpe Móvil es un servicio que cuenta con años de ofrecerse al público, no existen investigaciones dirigidas a este medio. Sin embargo, es posible encontrar proyectos que sirvan como base para la presente investigación.

La primera investigación consultada la realiza He (2021), para el Instituto Tecnológico de Costa Rica. El estudio consta del siguiente objetivo general: Proponer una estrategia de mercado digital al supermercado Los Pinos que permita enfrentar los cambios en el comportamiento de compra de las personas consumidoras producto de la COVID-19 y así mantener e incrementar las ventas. Como objetivos específicos propone: Analizar el microentorno y el macroentorno del supermercado Los Pinos, con el fin de conocer la realidad en la que se encuentra inmerso el negocio, Determinar los cambios en el comportamiento de compras de las personas consumidoras causado por la pandemia de la COVID-19 y elaborar tácticas de mercadeo digital que permitan al supermercado Los Pinos enfrentar los giros y retos en su mercado, con el debido control y plan de contingencias.

Además, contiene la siguiente conclusión: La crisis sanitaria provocada por la pandemia de la COVID-19 ha causado cambios en las preferencias de pago de las personas consumidoras, ya que se ha incrementado el uso de pagos digitales y la disminución del uso de efectivo. Como recomendación propone: Debido al comportamiento mostrado por las personas consumidoras al mantener las distancias se recomienda utilizar recursos como Facebook, Instagram y WhatsApp Business que permitan mantener las distancias y, en consecuencia, disminuir el uso del efectivo como medio de pago.

La investigación consultada indica que el comportamiento de las personas consumidoras se ve afectado por la situación del país y, en consecuencia, ha disminuido el uso del efectivo. Por lo tanto, es necesario ofrecer medios de pago digitales que satisfagan las necesidades de las personas consumidoras.

Por otro lado, Mora (2021) presenta una tesina que tiene como objetivo general: Realizar un estudio de satisfacción del cliente para determinar el perfil de este y sus aspectos referentes para la pyme Jugos Vitality. Como objetivos específicos plantea: Identificar los hábitos de compra de las personas consumidoras de la pyme Jugos Vitality; analizar cuáles son los aspectos considerados por el consumidor para la compra del producto y adquisición del servicio; conocer el grado de satisfacción que poseen los clientes con respecto a los productos y servicios que ofrece la pyme Jugos Vitality y clasificar los clientes según el perfil para segmentación de los mercados que se atienden.

Mora (2021) concluye lo siguiente: el medio de pago de mayor uso es el efectivo, sin embargo, por recomendación de parte del Ministerio de Salud se habilitó a las personas consumidoras la plataforma Sinpe Móvil y la entidad cuenta con datáfono. Respecto con el hallazgo anterior Mora (2021) da la siguiente recomendación: Sinpe permite a las personas consumidoras realizar transacciones sin contacto entre usuarios, al seguir las lineaciones del Ministerio de Salud, sin embargo, es beneficioso mantener el datáfono a la vista del consumidor para ofrecer medios alternativos.

El trabajo de Mora (2021) indica que, el efectivo se considera el medio de pago con mayor uso, a pesar de que el comercio cuenta con métodos alternativos como el pago con tarjeta y el servicio de Sinpe Móvil. Como aporte, permite observar la tendencia de la población en utilizar medios tradicionales en lugar de tecnologías más recientes y, por lo tanto, un elemento que afecta la aceptación de Sinpe Móvil entre la ciudadanía costarricense.

Morales, en el año 2021, presentó un estudio en el que indica que la digitalización es un proceso empresarial estratégico para el cual es necesario implementar tecnologías que se ajusten a las necesidades de cada entidad. Sin embargo, a causa de la pandemia, la digitalización se ha adelantado y crea un escenario en el cual los comerciantes deben adaptar sus negocios o pueden quedar obsoletos y, posteriormente, desaparecerán. Una recomendación relacionada con la digitalización

consiste en implementar nuevas formas de pago, por ejemplo, Sinpe Móvil para que los clientes tengan facilidad de pago.

De esta investigación se desprende el objetivo general: Determinar cuál ha sido el impacto organizacional que ha tenido la pandemia de la COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera ubicada dentro del territorio nacional de marzo a octubre de 2020. Como objetivos específicos propone: Conocer los principales cambios organizacionales que se han dado en la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica para enfrentar la pandemia; establecer oportunidades en el ámbito organizacional para la industria hotelera del territorio nacional durante y pospandemia; determinar el tipo de transformación estratégica a la cual se enfrentan los diferentes restaurantes por la pandemia de la COVID-19 y detallar una propuesta para que sea utilizada por la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica durante y después de la pandemia.

Con respecto a esta investigación, Morales (2021) indicó que la pandemia ha acelerado el proceso de digitación en los negocios. Por ende, es importante aplicar las tecnologías que se adaptan a los comercios para mantener el flujo de clientes.

### **Justificación**

Ante la situación actual de emergencia sanitaria debido a la COVID-19 es beneficioso para los comercios ofrecer a sus clientes un ambiente seguro para realizar sus compras. Uno de los medios que facilitan el cumplir con el distanciamiento social y el cero contacto es el servicio de Sinpe Móvil, ya que al permitir las transacciones desde un teléfono móvil evita la necesidad de intercambiar dinero en efectivo.

El uso de este servicio se ha incrementado desde su implementación en el año 2015, en un inicio las transacciones se realizaban principalmente entre personas de una misma familia, en centros de trabajo, con amigos, entre otros. Sin embargo, la ciudadanía encontró en Sinpe Móvil un medio para realizar compras de bajo costo como la cancelación de servicios de transporte, pago en comercios pymes e incluso compras en supermercados. De acuerdo con Umaña (2021):

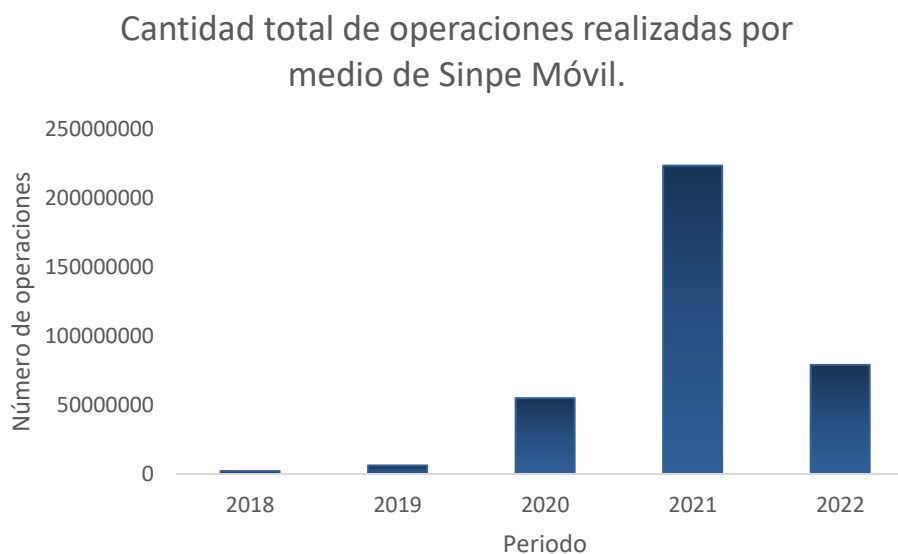
La utilización de Sinpe Móvil como medio de pago en Costa Rica sigue creciendo de manera acelerada y este 2021 los montos transferidos entre enero y noviembre mediante el mecanismo aumentaron 300% respecto al mismo periodo del 2020, lo

que ha permitido consolidarse aún más en comparación con hace 24 meses, cuando apenas calaba entre los usuarios (párr. 1).

El aumento en las transacciones por medio del servicio Sinpe Móvil ha sido mayor con respecto a años anteriores. De acuerdo con el artículo citado la causa de este fenómeno se debe principalmente a la pandemia de la COVID-19 y las condiciones que se han impuesto en los comercios del país. Este fenómeno se puede apreciar en los reportes que realiza el Banco Central de Costa Rica con la información mensual de las transacciones realizadas por los usuarios. El Gráfico 1 muestra el aumento en las operaciones desde 2020, año en el cual se reportó el primer paciente positivo con la COVID-19 en Costa Rica.

### *Gráfico 1*

Cantidad de transacciones liquidadas por medio de Sinpe Móvil



Fuente: Datos del Banco Central de Costa Rica (2022).

A pesar de los esfuerzos que realiza el BCCR para informar a la población interesada en el servicio no existe un control real que muestre la cantidad y valor de las transacciones realizadas a negocios. Esto fomenta el cuestionamiento por parte de los comerciantes de si es beneficioso o no habilitar el servicio en sus negocios.

La presente investigación tiene como fin informar a los lectores de la aceptación del servicio Sinpe Móvil en los comercios del distrito de San Juan de Dios de Desamparados. De forma que los interesados puedan obtener una perspectiva de la aceptación y elementos que afectan este servicio entre comercios.

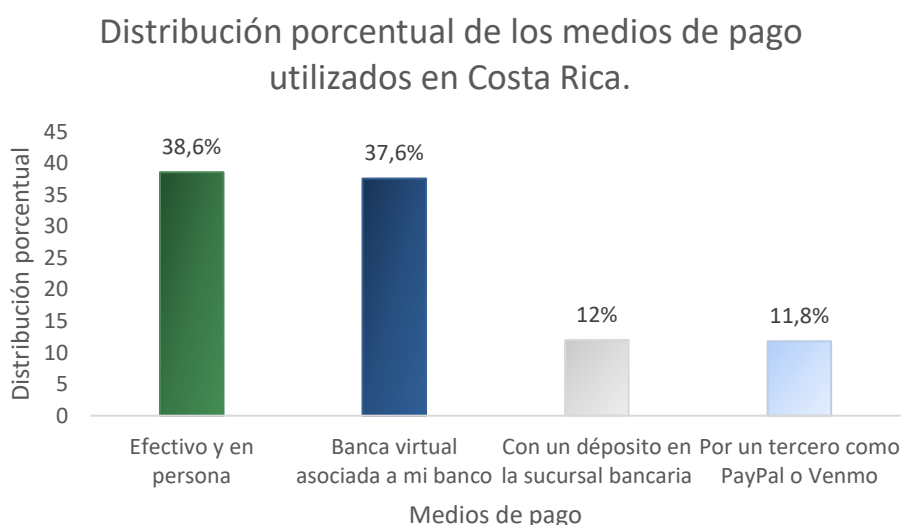
### **Planteamiento del problema**

La disminución del uso del efectivo es un fenómeno que se refleja cada vez en mayor medida en diferentes países. Los continuos avances en la tecnología, tendencias globales o incluso la pandemia producto de la COVID-19 son factores que han acelerado la consolidación del uso de los medios de pago electrónicos. En el caso de Costa Rica se han implementado distintas formas para disminuir el uso de este medio, como el uso de tarjetas de crédito y débito, transferencias virtuales y la plataforma Sinpe.

De acuerdo con una encuesta aplicada por la firma de *software* bancario Temenos, el 38 % de la población costarricense prefiere usar dinero en efectivo para realizar transferencias. Entre las razones de este fenómeno se encuentra el desconocimiento de cómo funcionan las plataformas digitales y aplicaciones financieras y el miedo a las estafas electrónicas. El Gráfico 2 muestra los resultados por Temenos:

## Gráfico 2

Medios de pago que utiliza parte de la población de Costa Rica



Fuente: La República, con base en datos obtenidos por Temenos (2019).

Pese a que la población costarricense tiene preferencia por el efectivo, se puede observar el creciente uso de la banca virtual. Por lo tanto, es indispensable para los comercios actualizar sus negocios para evitar la pérdida de clientes y adaptarse a los cambios en las costumbres de la población de Costa Rica.

Los comercios como entes que continuamente realizan transacciones deben cuestionarse cuáles medios de pago son aplicables en sus negocios y determinar los costos necesarios para su implementación. Sinpe Móvil se muestra como una de las opciones más llamativas en el país al ser un servicio de bajo costo y fácil de utilizar, pese a no ser un servicio construido específicamente para comercios, las transacciones realizadas por esta plataforma crecen a diario.

Con el objetivo de presentar al lector la aceptación del servicio Sinpe Móvil en una población determinada, el presente estudio plantea el siguiente cuestionamiento: ¿Cuál es la aceptación de Sinpe Móvil en los comercios de San Juan de Dios durante el último cuatrimestre del año 2021?

## Objetivos

**Objetivo general.** El objetivo general expresa de forma clara y breve la finalidad de la

investigación y sirve de guía principal del proceso investigativo, ya que con este se evita perder la dirección de un proyecto. El objetivo determinado para este trabajo consiste en:

Analizar el uso de Sinpe Móvil en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados durante el último cuatrimestre del año 2021.

**Objetivos específicos.** Al determinar el objetivo general se establecen los objetivos específicos, los cuales consisten en definir pequeñas metas que permiten alcanzar el objetivo mayor. Los objetivos específicos para esta investigación son los siguientes:

1. Caracterizar los comercios de San Juan de Dios de Desamparados que operan durante el último cuatrimestre del año 2021, por medio de preguntas dirigidas al personal de los comercios participantes de la investigación.
2. Definir el nivel de aceptación de Sinpe Móvil en comparación con otros medios de pago en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados, mediante el cuestionamiento a los negocios participantes en la investigación.
3. Determinar los elementos que afectan el uso de Sinpe Móvil en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados, por medio de una entrevista a los negocios participantes en la investigación.

### **Proyecciones**

El presente estudio le ofrece al lector una perspectiva razonable de la aceptación que tiene el servicio de Sinpe Móvil entre la población del distrito de San Juan de Dios de Desamparados. De esta forma, los lectores pueden identificar los factores que afectan el uso de este servicio entre la ciudadanía.

El presente proyecto tiene como aporte presentar al comerciante los aspectos por tomar en cuenta al implementar Sinpe Móvil en un negocio, con esto ayuda a valorar la conveniencia de este como parte de una estrategia comercial. Además, pretende informar a las personas consumidoras sobre el panorama actual del uso de este servicio en distintos comercios, junto con los aspectos más importantes vinculados con Sinpe Móvil.

Al ser San Juan de Dios un distrito con una superficie de 2,98 km<sup>2</sup> y contar con 22.049 habitantes, de acuerdo con el último censo en el año 2011, es difícil cuestionar a la población sobre el uso del servicio, por lo que el estudio indaga a los comercios activos en la comunidad. Sin embargo, el análisis no incluye los comercios que laboran por temporada como los locales navideños y aquellos que laboran en días específicos, por ejemplo, los puestos comerciales de la feria del agricultor que se llevan a cabo los sábados. Asimismo, se excluyen los comercios bajo el contrato de franquicia, debido a que estos pueden estar sujetos a las condiciones dadas por el franquiciador, los comercios cuyos ingresos por servicio se estiman altos como la venta de automóviles usados y aquellos negocios pertenecientes a una cadena comercial.

Finalmente, la investigación no cuestiona a los negocios de lotería conocidos como *tiempos*, debido a que estos comercios no realizan un intercambio real de bienes o servicios, en su lugar, el trámite consiste en intercambiar una promesa condicionada por dinero.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentan los términos necesarios para comprender la presente investigación y con esto darle al lector una noción sobre los recursos que se utilizan para realizar el proyecto. Uno de los recursos clave para el estudio son los usuarios del servicio Sinpe Móvil, los cuales al ser un grupo muy extenso se dificulta la obtención de los datos, para esto, se describe esta variable con el término de comercio.

### Comercio

Según Pérez (2021):

El comercio es una actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio y transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El término también es referido al conjunto de comerciantes de un país o una zona, o al establecimiento o lugar donde se compra y vende productos (párr. 1).

El concepto de comercio hace referencia, tanto a la actividad de intercambio de servicios y bienes como a los individuos y locales en donde se lleva a cabo esta actividad. El comercio surge a partir del desarrollo de la agricultura, la cual permitió que algunos individuos produjesen más de lo que podían consumir, el excedente era intercambiado por otros bienes iniciando el comercio mediante el llamado trueque.

El comercio es uno de los ejes principales en la economía, ya que provee empleo, reduce la pobreza y genera crecimiento económico, tanto de individuos como de países. Debido a la importancia que posee el comercio, la implementación de nuevas tecnologías se ha convertido en un aspecto sumamente importante al mejorar la competitividad de los negocios y facilitar la experiencia de compra de los clientes.

El desarrollo del comercio ha ido de la mano con la evolución de la sociedad y la implementación de nuevas tecnologías. Por lo tanto, es necesario crear normativas que regulen esta actividad. Sin embargo, no todos los comerciantes se adhieren a estas y han dividido los negocios en dos categorías: comercio formal e informal.

**Comercio formal.** La Revista Industria&Negocios (2021) indica:

El comercio formal es aquel que rige bajo las normas del país donde se efectúa, por lo cual se ampara en los estatutos legales vigentes. Requiere reglas muy claras y justas para desarrollar su actividad, garantizando los productos que ofrece al consumidor (párr. 1).

Los comercios formales son aquellos que trabajan bajo las normativas laborales, fiscales y legales definidas por el país en donde se lleva a cabo la actividad comercial. El comercio formal ofrece condiciones laborales más atractivas al ser regido por el Código Laboral, además, los bienes y servicios procedentes de este tipo de comercio tienen una garantía mayor con respecto al informal. Por último, el comercio formal propicia al Estado una fuente de ingreso a través del pago de impuestos, los cuales se utilizan para el desarrollo del país al invertir en proyectos de bienestar social.

En contraparte, el comercio formal tiene mayores costos de implementación (trámites municipales y timbres) y operación (planillas, impuestos, inventarios, entre otros). Por consiguiente, no son disponibles para las personas ciudadanas de bajos recursos.

**Comercio informal.** De acuerdo con Montoya (s. f.):

1. La economía informal es un progreso generador de ingreso caracterizado por evitar las regulaciones de las instituciones de la sociedad; 2. La informalidad está compuesta por todas las actividades [sic] económicas que desobedecen a las regulaciones estatales; 3. Se considera parte de la economía informal a unidades de producción operadas por un solo individuo u hogar no constituida como persona jurídica legal e independiente de sus propietarios y que además tienen poco capital y productividad; 4. Son informales las actividades económicas que no están en las cuentas nacionales o estadísticas oficiales (párr. 6).

La economía o comercio informal son todas aquellas actividades comerciales evasoras de las normas legales, tributarias y laborales de un país. Al no cumplir con estas normativas, el comercio informal representa una forma no competitiva de comercio, además, los derechos laborales pueden o no respetarse y al no cumplir con las obligaciones tributarias el país no percibe ingresos necesarios para el desarrollo de Costa Rica. En contraparte, el comercio informal ofrece empleo

para aquellas personas incapaces de obtener un trabajo formal, costos menores, eliminación de trabas burocráticas, capacidad de cambio de negocio y la facilidad de ingresar a otros negocios.

En Costa Rica, la informalidad laboral en los meses de agosto, setiembre y octubre de 2021 representa el 43.9 % de los trabajadores, de acuerdo con datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

### **Medio de pago**

Del Real (2018) señala que: “Un medio de pago es cualquier medio comúnmente aceptado en un mercado por otros particulares, un comercio, la administración o cualquier otra institución, como forma para comprar bienes o contratar servicios” (párr. 2). Un medio de pago es la forma en la cual se cancela una operación comercial. Este instrumento deben aceptarlo las partes involucradas en la transacción y de acuerdo con la legislación del país o países en donde se lleva a cabo el pago.

Los medios de pago son de gran importancia para el comercio, en especial aquel que se lleva a cabo entre entidades de distintos países. Estos se clasifican de acuerdo con la seguridad que brindan en el momento de realizar las transacciones y su elección depende de la confianza existente entre las partes involucradas.

En el comercio internacional, un medio de pago se reconoce cuando el vendedor lo acepta para la cancelación del contrato de venta y está cifrado en una moneda, la cual se puede convertir sin problemas. Con el constante desarrollo tecnológico y social han aparecido distintos instrumentos de pago y los más importantes para la presente investigación son los siguientes:

**Efectivo.** Sánchez (2018) lo define como: “Se habla de efectivo al estado en el que el dinero puede encontrarse en el ámbito económico en curso legal, pudiéndose contar con ello en el corto plazo para asumir distintas obligaciones de pago” (párr. 1). El efectivo son aquellas monedas y billetes aceptados para cancelar una deuda obtenida en una transacción comercial. En Costa Rica, la moneda aceptada es el colón costarricense, que se representa por una letra *c* cruzada por dos líneas (₡), sin embargo, el dólar estadounidense se acepta en la mayoría de los locales nacionales.

El uso de monedas y billetes como medio de pago ofrece a la población una forma fácil de controlar el consumo, al evitar gastar más de lo que se posee y se acepta prácticamente en cualquier

comercio. Como desventajas, el dinero en efectivo representa un instrumento inseguro, ya que no es posible garantizar la pertenencia, es fácil de sustraer y existen monedas y billetes falsos circulando en el territorio de Costa Rica.

La historia del efectivo en Costa Rica inicia con los primeros billetes emitidos en 1858 por el Banco Nacional Costarricense con las denominaciones de 1, 2, 10 y 20 pesos de las series A y B. En 1896 la reforma monetaria designa al colón como moneda nacional y años más tarde la Ley de Bancos permite la emisión de billetes a cualquier banco con un capital de un millón de colones.

Para el año de 1914 el Estado crea el Banco Internacional, para servir como banco emisor, más adelante en 1921 este banco se designa como único emisor de billetes del país y en 1936 con la creación del Departamento Emisor el banco fue nombrado Banco Nacional de Costa Rica. No es hasta 1950 que se funda el Banco Central de Costa Rica, único organismo autorizado para la emisión de moneda y el cual tiene como función principal mantener la estabilidad de la moneda nacional, asegurar la conversión de esta y controlar la inflación.

#### **Tarjetas de crédito y débito.** Según BBVA (2018):

Los más comunes son las tarjetas de débito y crédito. La diferencia principal es que [sic] en la primera, los pagos se cargan directamente y sobre todo de forma más o menos inmediata a la cuenta bancaria del titular, mientras que en la segunda el pago suele aplazarse en el tiempo (un mes en la mayoría de los casos) (párr. 4).

Las tarjetas de crédito son instrumentos de pago que en el momento de cerrar una transacción crean un préstamo por parte de la entidad bancaria, el cual generalmente se cancela al final de mes. Tiene como ventaja disponer de fondos mayores a los respaldados por una cuenta bancaria, facilita el control por medio de estados de cuenta, permite el pago automático de servicios, el pago sin contacto, acceso a programas de lealtad y construir un récord crediticio. Sin embargo, el uso descontrolado de estas genera altas tasas de endeudamiento, al incumplir con los pagos del crédito y la acumulación de intereses generados por este.

Las tarjetas de débito son aquellas asociadas con una cuenta corriente que permiten operaciones eficientes, inmediatas y seguras. Al igual que las tarjetas de crédito, son más confiables que el efectivo, permiten una mejor gestión financiera, facilitan los pagos *on-line* y a diferencia de las

de crédito no generan intereses. En Costa Rica la aceptación de las tarjetas de crédito y débito en los comercios es obligatorio, como se indica en la Ley n.º 9416:

Todas las personas, físicas o jurídicas, con actividad lucrativa que presten sus servicios al público están obligadas a aceptar, como medio de pago alternativo, las tarjetas de crédito o débito, así como cualquier otro mecanismo electrónico o no, en donde exista una institución financiera que le garantice al comerciante la acreditación del dinero a su favor (Asamblea Legislativa, 2016a, art. 4).

El incumplimiento de este artículo por parte de un comercio implica las sanciones descritas en la Ley para Mejorar la Lucha contra el Fraude Fiscal del 14 de diciembre de 2016, la cual estipula lo siguiente:

Constituye una infracción administrativa negarse a aceptar, como medio de pago alternativo, las tarjetas de crédito o débito u otros mecanismos de pago, electrónicos o no, garantizados por una institución financiera, según lo dispuesto en el artículo 4 de la Ley n.º 9416, Ley para Mejorar la Lucha contra el Fraude Fiscal, de 14 de diciembre de 2016. Esta infracción se sancionará con una multa equivalente a un salario base, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 92 (Asamblea Legislativa, 2016b, art. 85 bis).

Pese a las sanciones establecidas es posible encontrar comercios que desacatan la ley, al no permitir los trámites bajo estos medios, ya sea por falta de confianza en las tarjetas, costo, imposibilidad de realizar los trámites necesarios para la aceptación, entre otros.

**Pago mediante dispositivos móviles.** De acuerdo con Evaluando ERP (2022):

Pago de productos o servicios entre dos partes para el que cumple una función clave el uso de un dispositivo móvil (por ejemplo, un teléfono). El pago mediante dispositivos móviles se aplica, fundamentalmente, a las transacciones efectuadas entre consumidores y comerciantes por la compra directa de bienes y servicios, ya sea a través de una cuenta o de un punto de venta (Point of Sale, POS) (párr. 4).

Este instrumento utiliza dispositivos móviles para realizar el pago, los cuales se dividen en pago por proximidad y pago remoto. El pago por proximidad se caracteriza por almacenar la

credencial de pago mediante el dispositivo móvil y transmitir la información con la tecnología NFC. El pago remoto usa aplicaciones para autenticar, de forma remota, la información personal almacenada y validar las transacciones. En Costa Rica, uno de estos medios que se implementan en el país consiste en Sinpe Móvil, el cual se presenta a continuación.

### **Sinpe Móvil**

Según el Banco Central de Costa Rica (BCCR) (s. f.):

Sinpe Móvil se dirige al segmento de pagos al detalle (de bajo monto), para que los usuarios del Sistema Financiero Nacional puedan realizar transferencias electrónicas de dinero a cuentas vinculadas a números de teléfono móviles, desde cualquier canal de banca electrónica (Banca SMS, Banca Web Móvil, Banca App, Banca en Línea o Red de Cajeros Automáticos) (párr. 1).

Sinpe Móvil es un servicio desarrollado e implementado por el Banco Central de Costa Rica, que se utiliza para la transferencia y consulta de saldos desde un dispositivo móvil. Desde su implementación en 2015, este servicio ha tenido un crecimiento constante al ser un instrumento de pago seguro, de fácil acceso, amplia cobertura y bajo costo.

Para el funcionamiento de este servicio las entidades bancarias vinculan una cuenta de fondos perteneciente al sistema bancario nacional con uno o varios números de teléfono móvil. Para realizar transferencias de saldo, el servicio ofrece tres opciones: (a) mediante un mensaje de texto: enviando un texto al número asignado por la entidad bancaria con el mensaje Pase, el saldo requerido, el número telefónico al cual se lleva a cabo la transferencia y el motivo; (b) por medio de las aplicaciones disponibles por la organización bancaria que ofrece el servicio; (c) utilizando la sucursal electrónica de la entidad bancaria (página *web*).

Debido a la creciente ola de estafas que se relacionan con este servicio, el Banco Nacional implementó el uso de un código de verificación, el cual se envía al correo electrónico o al número telefónico del usuario cada vez que este desee realizar una transferencia. Con esto, el banco pretende validar las transacciones realizadas y ofrecer un servicio más seguro a sus clientes.

El servicio ofrece a sus usuarios la opción de consulta de saldo y movimientos. Para esto, es necesario enviar un mensaje de texto al número asignado con la palabra *saldo* para determinar el monto disponible y la palabra *últimos* para verificar los cinco movimientos finales realizados.

**Condiciones de uso.** Sinpe Móvil es un instrumento con pocas condiciones de uso, las cuales son: (a) poseer una cuenta en el sistema bancario nacional, perteneciente a una de las entidades que ofrecen el servicio; (b) tener una línea móvil activa, este servicio es utilizable en cualquier dispositivo móvil; (c) otras condiciones dependen exclusivamente de la entidad bancaria a la cual se afilie la persona usuaria.

La afiliación de un usuario al servicio de Sinpe Móvil depende de la entidad bancaria, la cual puede tener distintas alternativas como los trámites en línea, centro de llamadas, atención en sucursales, entre otros. Sin embargo, para prescindir del servicio la forma más sencilla es enviar al código de la organización bancaria la palabra *inactive*, otras opciones dependen de la compañía que le ofrece el servicio al usuario.

Además, es posible cambiar la cuenta bancaria vinculada con un número de teléfono móvil. Para esto, es necesario cancelar la inscripción con la primera entidad bancaria y después realizar la afiliación al servicio.

**Limitaciones.** El servicio tiene algunas limitaciones importantes como la capacidad de asignar únicamente cinco números telefónicos a una cuenta y vinculación de un dispositivo a una sola cuenta bancaria. De acuerdo con lo establecido por el Banco Central de Costa Rica, los pagos móviles menores a ₡100.000,00 diarios no tienen cargos adicionales, mientras que una cuenta puede recibir un máximo de ₡2.000.000,00 sin costo para el cliente. Sin embargo, los límites y costos de envío y recepción varían entre entidades, por lo tanto, es necesario verificar lo establecido por cada uno de los establecimientos que ofrecen el servicio.

Tabla 1

*Límites de los bancos del año 2022 para el servicio Sinpe Móvil*

Banco	Monto máximo en ₡	Comisiones
Banco de Costa Rica	Envío: ₡200.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.

Banco Nacional	Envío: ₡200.000 diarios Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Popular y de Desarrollo Comunal	Envío: ₡500.000 diarios. Recepción: sin límite.	Envíos superiores a ₡100.000 tienen un costo de \$2 por cada transacción a otro banco. Recepción: superiores a ₡2.000.000, 0.2 % sobre el exceso recibido de otros bancos
Bac San José	Canal autenticado: 5₡00.000 diarios. SMS: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Montos superiores a ₡100.000 diarios tienen un costo de \$3.
Banco BCT	Sin límites	Envíos superiores a ₡100.000 tienen un costo de ₡2.500 en cada transacción. Recepción: superiores a ₡2.000.000 tienen un costo de ₡2.500.
Banco Cathay	Envío: 100.000 diarios Recepción: 2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Davivienda	Envío: 100.000 diarios Recepción: 2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Lafise	Envío: 100.000 diarios Recepción: 2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Promérica	Sin límites	Envíos superiores a ₡100.000 diarios tienen un costo de \$3. Recepción: sin costo
Banco Scotiabank	Envío: ₡100.000 diarios Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.

**Beneficios.** Sinpe Móvil se presenta al público como un medio de pago ágil, seguro y con gran cobertura en el país. Entre los beneficios que ofrece el servicio se encuentra la gestión del saldo disponible en la cuenta vinculada y el control de los movimientos que se realizaron, evita el uso de cajeros automáticos y el pago de comisiones por retiro de efectivo, disminuye la necesidad del contacto con otras personas y reduce el riesgo de asalto al no portar monedas y billetes.

En el caso de los comerciantes, el servicio permite un modelo de negocios más flexible al ser un medio de pago remoto y de bajo costo. Además, al ser un medio vinculado con una cuenta

bancaria, la verificación de los ingresos y gastos que se llevan a cabo se facilita, por lo tanto, la contabilidad del negocio tiene mejor control.

El servicio es beneficioso, tanto para los usuarios como para el sistema financiero, ya que los gastos se relacionan con el manejo del efectivo como la impresión de billetes, la adquisición de seguros, la custodia de efectivo, el manejo de cajeros automáticos, entre otros. Sinpe Móvil se considera un medio para combatir el lavado de dinero, al mostrar los distintos movimientos de saldo y contribuir con la disminución del uso del efectivo.

**Desventajas.** Al ser un servicio desarrollado para la transición de saldos bajos limita las actividades que se pueden llevar a cabo con esta plataforma. Además, no se puede eliminar el traspaso de saldo de una cuenta a otra, en caso de equivocarse de número al cual realizar la transición, no existen mecanismos que cancelen la actividad.

En materia tributaria, el uso de este servicio brinda la oportunidad de evadir el pago de impuestos. Esto se debe a la inexistencia de mecanismos que puedan identificar el propósito de las transferencias que se llevan a cabo por este medio de pago, caso distinto a lo que ocurre con las transacciones con tarjetas. Por este motivo, el exministro de Hacienda, Elián Villegas, se comprometió en 2021 a revisar la información disponible y crear un medio para prevenir la evasión del pago de impuestos vinculados con este servicio. Sin embargo, en el momento de elaborar la presente investigación no se concretó ningún proyecto relacionado con la evasión de impuestos por este medio de pago.

El servicio Sinpe Móvil ha presentado fallos en los meses de diciembre de 2021 y febrero de 2022, lo cual deja en duda la confianza a este mecanismo. Adicionalmente, desde octubre de 2021 se han reportado estafas que se relacionan con este servicio. De acuerdo con datos del Organismo de Investigación Judicial (OIJ) se realizaron 400 denuncias asociadas con este servicio durante los meses de febrero y marzo de 2022.

De acuerdo con Rojas (2021), debido al aumento en las denuncias por estafas que se relacionan con Sinpe Móvil el Banco Central de Costa Rica declaró que los hurtos se produjeron de las siguientes formas:

- (a) El primer timo consiste en la falsificación del comprobante de pago. En este tipo de engaño el estafador acuerda una transacción con una persona que usualmente

requiere vender un producto o servicio y, en lugar de realizar el depósito de dinero vía Sinpe Móvil, el estafador le envía o enseña un comprobante de pago falso. Algunas personas cometen un primer error que es confiar en la veracidad del comprobante que le envía una persona desconocida. El segundo error es no verificar el ingreso de los fondos en la cuenta bancaria. Es así como algunos entregan el producto o servicio que ofrecen, pero nunca reciben su dinero; (b) La segunda modalidad de estafa consiste en una falsa llamada telefónica de la entidad financiera, donde se le indica a la persona que el servicio de Sinpe Móvil será deshabilitado. Posteriormente le solicitan los datos de su cuenta bancaria o bien le envían un mensaje para que ingrese a una dirección web y así obtienen datos sensibles de la cuenta del cliente para realizar el fraude (párr. 3-4).

Pese a lo declarado por el Banco Central de Costa Rica, entre las denuncias realizadas se encuentran usuarios que indican no haber obtenido la aplicación, sin embargo, los robos se adjudican a esta plataforma. Como respuesta a estos casos, las entidades bancarias han optado por reforzar las medidas de seguridad y recordarles a los usuarios la importancia de no compartir contraseñas, *tokens*, pines y códigos de seguridad. Adicionalmente, la policía judicial recomienda digitar siempre la dirección electrónica completa del banco en la parte superior del navegador, de esta forma, los usuarios evitan las páginas clonadas usadas por cibercriminales para obtener el usuario y contraseña de los clientes.

**Legislación.** En 2021 el Ministerio de Hacienda presentó un plan para la creación de un impuesto a las transacciones realizadas por medio de Sinpe Móvil, el cual fue vetado por distintas fracciones de la Asamblea Legislativa, al ser un proyecto que promueve la informalidad y afecta la economía de Costa Rica.

Entre los argumentos presentados para negar esta propuesta se encuentra la posibilidad de que la población que ha aceptado este servicio opte por volver a utilizar el efectivo en sus transacciones y la dificultad que se presenta en su ejecución debido a la imposibilidad de determinar el origen de las transacciones que se realizaron, es decir, no es posible identificar si la transferencia se debe a la compra de bienes o servicios gravados o no. Por último, se argumentó que la declaración y pago de impuestos es un deber de los contribuyentes, por lo que Sinpe Móvil es solo un medio de pago.

Al momento de realizar el estudio, el Ministerio de Hacienda de Costa Rica aconseja el uso de la aplicación de la factura electrónica, esto para verificar los saldos de las transacciones mediante el control cruzado con los datos del balance central. En el caso de los comercios pertenecientes al régimen simplificado, la recomendación es optar por emitir facturas electrónicas de manera voluntaria, con esto los comercios actúan como entes emisores y receptores no confirmantes, es decir, pueden recibir y enviar comprobantes sin la necesidad de llevar a cabo una confirmación con el Ministerio de Hacienda.

En febrero de 2022 el presidente en ejercicio, Rodrigo Chaves, presentó en su propuesta de gobierno la posibilidad de crear el Sistema de Transacciones Comerciales y Financieras (Sintra), con el propósito de ampliar el uso de los medios de pago electrónicos y aumentar el seguimiento de los movimientos bancarios. Con esta propuesta, se vinculan el Sistema de Tecnología de Información para el Control de Aduanas (TICA) y el Sistema Nacional de Pagos Electrónicos (Sinpe), por lo que las normativas aplicadas afectan directamente el servicio de Sinpe Móvil.

Con el establecimiento de Sintra, el Ministerio de Hacienda obtendría un mejor control sobre los ingresos y gastos de la población costarricense, ya que propone generar una factura digital para cada transacción realizada. Por otra parte, los detractores de la propuesta argumentan que el sistema Sintra no identifica el origen de las transacciones, crean opciones de que las transferencias por medio de Sinpe y Sinpe Móvil estén sujetas al pago de impuestos y una posible violación al secreto bancario.

### CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se presenta al lector los recursos que se utilizan para recolectar los datos y posterior determinación de las conclusiones. De acuerdo con Ulate y Vargas (2018), la metodología: “Corresponde detallar todos los procedimientos ejecutados y con ello demostrar la validez y autenticidad de la investigación” (p. 71). Por consiguiente, la metodología le permite al investigador establecer las bases necesarias para un proyecto al definir el enfoque de este y los instrumentos más adecuados para la obtención y análisis de los datos.

#### **Enfoque de la investigación**

El enfoque o ruta de investigación se relaciona con la naturaleza de un estudio, es decir, la forma en la cual la persona investigadora planea analizar un tema. El enfoque debe ser de acuerdo con las circunstancias de la investigación, ya que con este se definen los instrumentos necesarios para completar las conclusiones.

Tradicionalmente, las rutas de investigación se dividen en cuantitativa y cualitativa, sin embargo, existe un enfoque híbrido, el cual se utiliza para investigaciones de naturaleza más compleja. Por lo tanto, para analizar los datos son necesarias dos perspectivas, una objetiva y otra subjetiva, esta ruta se denomina mixta.

#### **Enfoque cuantitativo.** De acuerdo con Hernández *et al.* (2018):

Representa un conjunto de procesos organizado de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones. Cada fase precede a la siguiente y no podemos eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna etapa. Parte de una idea que se delimita y, una vez acota, se generan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica. De las preguntas se derivan hipótesis y determinan y definen variables; se traza un plan para probar las primeras (diseño, que es como “el mapa de la ruta”); se seleccionan casos o unidades para medir estas variables en un contexto específico (lugar y tiempo); se analizan y vinculan las mediciones obtenidas (utilizando métodos estadísticos), y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis (pp. 6-7).

El enfoque cuantitativo describe, explica y predice fenómenos desde un punto de vista objetivo. Además, utiliza procesos rigurosos en la recolección y análisis de los datos, con el fin de contestar una hipótesis establecida. Los instrumentos que se usan para la investigación se basan en la medición numérica y el análisis estadístico que establecen patrones de comportamiento.

**Enfoque cualitativo.** Según Hernández *et al.* (2018):

Definimos un rumbo (planteamiento del problema), pero no es un camino en línea recta. Actúa como la aplicación de tráfico y navegación de tráfico y navegación Waze u otros sistemas similares (va reubicando o recalculando la mejor ruta de acuerdo a [sic] las circunstancias para arribar al lugar que deseamos). Nuestro equipo incluye análisis temático e interpretación de significados pues lidiamos con narrativas (p. 10).

El enfoque cualitativo utiliza técnicas de recolección de datos sin escalas numéricas para probar o no una hipótesis. Difiere del enfoque cuantitativo, al no necesitar de un proceso riguroso, ya que, en ocasiones, regresa a etapas previas para afinar o descubrir las preguntas de la investigación.

El presente trabajo utiliza la ruta cuantitativa para realizar la recolección y el análisis de datos y con esto presentar al lector una medición razonable sobre el tema por investigar. Mediante este enfoque las conclusiones se respaldan por datos cuantificables.

### **Diseño de la investigación**

Define el plan necesario para la recolección, medición y análisis de los datos requeridos para comprobar o descartar una hipótesis. Además, establece los parámetros de una investigación, al definir la población, instrumento, variables y técnicas necesarias para llevar a cabo el proyecto. A pesar de existir distintos tipos de estudios, para fines de la presente investigación se utiliza el diseño exploratorio.

**Diseño exploratorio.** Hernández *et al.* (2018) lo definen como: “Sirven para preparar el terreno. Antecedentes a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos” (p. 106). Al no existir estudios que se relacionan con Sinpe Móvil, la presente investigación sirve como base para que en próximos años se dé mayor importancia a este servicio, este es un medio

que atrae mayor interés entre la población costarricense. Además de identificar los factores que afectan el juicio de los usuarios en el momento de decidir si implementar o no el servicio por investigar.

### **Fuentes de información**

Las fuentes de información son todos aquellos instrumentos o recursos que satisfacen las necesidades informativas de un hecho que se desea conocer, son el origen del conocimiento requerido para iniciar el proceso investigativo. Las fuentes se dividen en primarias y secundarias.

**Primarias.** De acuerdo con la Universidad de Guadalajara (s. f.):

Contienen información original que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca y pueden encontrarse en soporte o digital (párr. 1).

Las fuentes primarias son aquellas que proporcionan datos que se obtienen directamente del autor original, estas pueden proceder de libros, artículos, antologías, documentos oficiales, entre otros. Estas fuentes no las interpretan o analizan personas distintas al investigador original.

**Secundarias.** La Universidad de Guadalajara (s. f.) señala:

Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de una biblioteca. Se utilizan cuando no se tiene acceso a la fuente primarias por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente no es confiable. Permiten confirmar los hallazgos en una investigación y ampliar el contenido de la información de una fuente primaria (párr. 2).

Las fuentes secundarias consisten en la interpretación de los estudios de fuentes primarias y en el análisis e interpretación de la información, sin proceder a la búsqueda de los datos en primera persona. Es decir, las fuentes secundarias son resúmenes de las experiencias vividas por un autor original.

## Población y muestra

**Población.** De acuerdo con Niño (2019):

Cuando se trata de especificar el objeto de estudio, es necesario partir de la identificación de la población que se va a estudiar, constituida por una totalidad de *unidades*, vale decir, por todos aquellos elementos (personas, animales, objetos, sucesos, fenómenos, etcétera) que pueden conformar el ámbito de una investigación (p. 54).

La población es el conjunto de unidades que comparten una determinada serie de características delimitadas en contenido, tiempo y lugar. Para fines del presente estudio, la población está conformada por los comerciantes de negocios formales activos en el año 2022 del distrito de San Juan de Dios de Desamparados.

**Muestra.** Niño (2019) afirma: “Una muestra es una porción de un colectivo o de una población determinada que se selecciona con el fin de estudiar o medir las propiedades que caracterizan a la totalidad de dicha población” (p. 55). Una muestra es un subconjunto representativo de la población de las cuales se recolectan datos para analizar o medir las características del total de la población. La muestra que se utiliza en el proyecto consiste en aquellos comerciantes dispuestos a participar en el instrumento elaborado para la recolección de datos.

## Instrumento

De acuerdo con Niño (2019):

De momento que se entiendan como recursos, medios, útiles, pruebas o herramientas, los instrumentos tienen como función “*capturar los datos o la información*” requerida con el fin de verificar el logro de los objetivos de la investigación, medir las variables y validar la hipótesis, en caso de que se completen (p. 89).

Los instrumentos son los recursos que se utilizan para obtener la información necesaria para lograr los objetivos, analizar las variables o verificar una hipótesis propuesta. Un instrumento se caracteriza por ser confiable y válido, con esto asegura la exactitud y veracidad de los datos que se obtienen.

**Cuestionario.** Niño (2019) plantea lo siguiente:

Los cuestionarios son un conjunto de preguntas técnicamente estructuradas y ordenadas que se presentan escritas e impresas para ser respondidas igualmente por escrito o a veces de manera oral. De los instrumentos para recoger información, son los más utilizados y se aplican tanto en la entrevista como en la encuesta (p. 91).

Un cuestionario se compone por una serie de preguntas redactadas de manera clara, organizada y estructurada, que tienen como objetivo obtener información sobre el tema que se desea investigar. La información adquirida por este medio debe ser confiable, para esto, las preguntas deben permitir estandarizar e integrar los datos que se obtienen.

### **Variables de la investigación**

Según Ulate y Vargas (2018):

La variable es un aspecto de un fenómeno caracterizado por la capacidad de asumir valores, ya sea cuantitativa o cualitativamente. En general, las variables suelen clasificarse de la siguiente manera: (a) independiente: elemento que explica, condiciona o determina la presencia de otro; (b) dependiente: elemento explicado en función de otro; y (c) interviniente: elemento que interviene tanto en una variable independiente como en una dependiente, es decir, cuando influye en la aparición de otro elemento, pero de forma indirecta (p. 81).

Las variables son elementos que pueden asumir dos o más valores, en una investigación estas indican exactamente qué es lo que se desea indagar y la forma en la cual se puede medir. Para determinar las variables se utiliza la siguiente tabla:

Tabla 2

*Variables de la investigación*

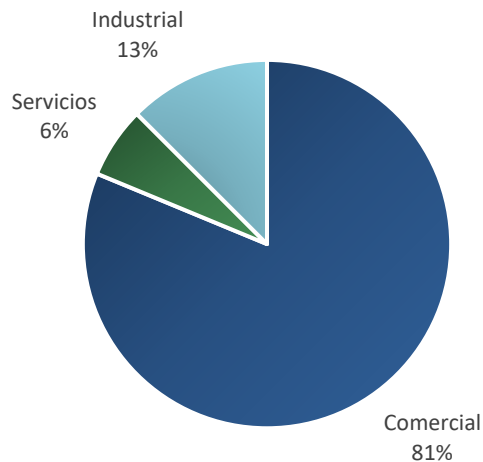
<b>Objetivo específico</b>	<b>Variables de estudio</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Definición instrumental</b>
Caracterizar los comercios de San Juan de Dios de Desamparados que operan durante el último cuatrimestre del año 2021, por medio de preguntas dirigidas al personal de los comercios participantes de la investigación	Comercios de San Juan de Dios de Desamparados	El comercio es una actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio y transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El término también es referido al conjunto de comerciantes de un país o una zona, o al establecimiento o lugar donde se compra y vende productos (Pérez, 2021, párr. 1)	Negocios que operan en San Juan de Dios de Desamparados.  Características de los negocios que operan en San Juan de Dios de Desamparados.	Entrevista al personal de los comercios participantes. Ítem 1.  Entrevista al personal de los comercios participantes, Ítems 2-5.
Definir el nivel de aceptación de Sinpe Móvil en comparación con otros medios de pago en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados, mediante el cuestionamiento a los negocios participantes en la investigación	Medios de pago	Un medio de pago es cualquier medio comúnmente aceptado en un mercado por otros particulares, un comercio, la administración o cualquier otra institución, como forma para comprar bienes o contratar servicios (Del Real, 2018, párr. 2)	Medios de pago que se utilizan en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados.  Grado de aceptación de Sinpe Móvil como medio de pago	Entrevista al personal de los comercios participantes, Ítems 6-8.  Entrevista al personal de los comercios participantes, Ítems 9-11.
Determinar los elementos que afectan el uso de Sinpe Móvil en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados, por medio de una entrevista a los negocios participantes en la investigación	Sinpe Móvil	Sinpe Móvil se dirige al segmento de pagos al detalle (de bajo monto), para que los usuarios del Sistema Financiero Nacional puedan realizar transferencias electrónicas de dinero a cuentas vinculadas a números de teléfono móviles, desde cualquier canal de banca electrónica (Banca SMS, Banca Web Móvil, Banca App, Banca en Línea o Red de Cajeros Automáticos) (Banco Central de Costa Rica [BCCR], s. f., párr. 1)	Elementos que influyan en la aceptación de Sinpe Móvil como medio de pago.	Entrevista al personal de los comercios participantes, Ítems 12-24.

## CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En este capítulo se analizan los resultados mediante la aplicación del instrumento con la finalidad de cumplir con los objetivos que se plantearon al inicio de la investigación. El análisis de la información permite sustentar las conclusiones y recomendaciones que se muestran en próximos capítulos. Los resultados se obtuvieron mediante la aplicación de una entrevista personal realizada a cada uno de los comercios participantes, los cuales se distribuyen de acuerdo con el sector en el cual operan de la siguiente forma:

### *Gráfico 3*

Distribución de las empresas por sector



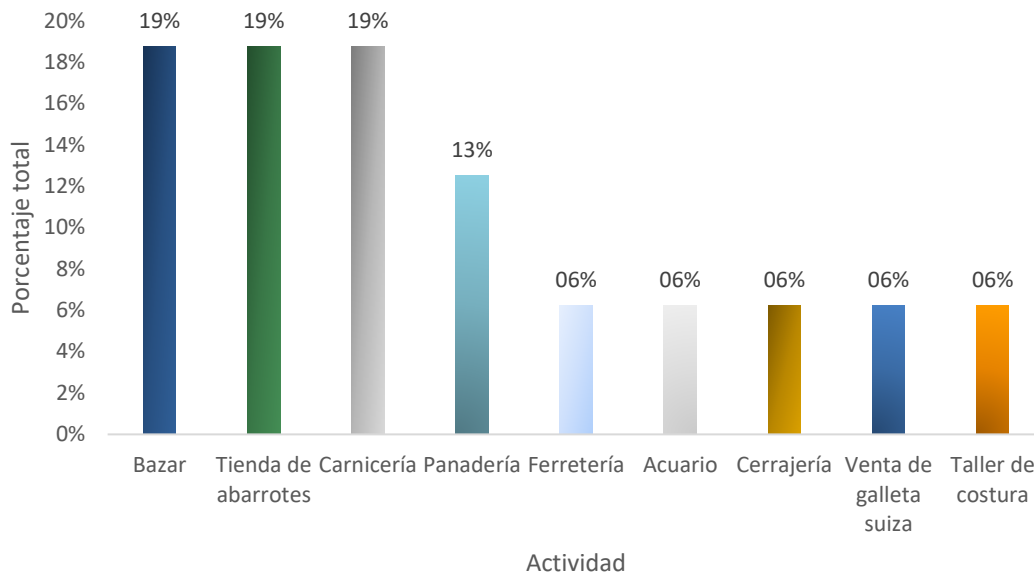
Conforme a lo que se indica en la gráfica anterior, los comercios participantes en la investigación pertenecen principalmente al sector comercial con un 81 % del total de la muestra, el 13 % son negocios industriales, mientras el restante 6 % se clasifican dentro del sector de servicios.

### **Pregunta n.º 1**

¿A qué se dedica el negocio?

#### Gráfico 4

Distribución de los comercios activos en el distrito de San Juan de Dios de Desamparados



De acuerdo con la información obtenida, los comercios de San Juan de Dios de Desamparados se dedican principalmente a la venta de bienes, siendo los bazares, las tiendas de abarrotes y las carnicerías los comercios más populares de la zona, cada uno representa el 19 % de los negocios encuestados. Las panaderías constituyen un 13 % de las actividades, mientras el porcentaje restante corresponde a negocios como la venta de galleta suiza, los acuarios, las ferreterías, talleres de costura y las cerrajerías con un 6 % del total de los comercios entrevistados.

Esta información permite definir el ambiente comercial de la zona, en donde los negocios más florecientes se dedican a la venta de bienes básicos, como artículos de primera necesidad, venta de carne, panes y la existencia de negocios específicos como la venta de galleta suiza.

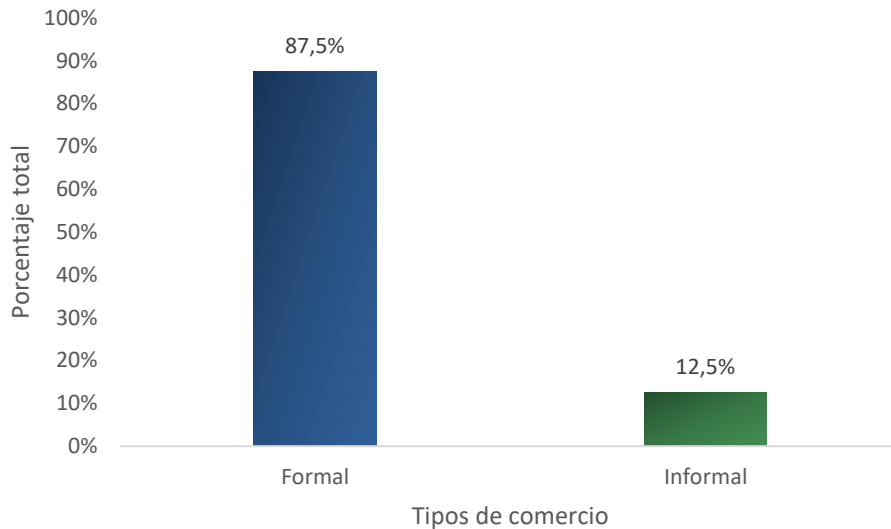
#### Pregunta n.º 2

¿El negocio cumple con las obligaciones tributarias y de seguridad social de Costa Rica?

- a) Sí.
- b) No.

### Gráfico 5

Clasificación de los comercios de acuerdo con el cumplimiento de las obligaciones tributarias y cargas sociales



Según se aprecia, el 87.5 % de los comercios se consideran negocios formales al cumplir con el pago de las obligaciones tributarias impuestas a los negocios, así como con los pagos vinculados con la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) y contar con los permisos municipales necesarios para realizar las actividades comerciales. El 12.5 % de los comercios indica el no pago de impuestos y las demás cargas sociales necesarias para la operación.

Los negocios localizados en el distrito de San Juan de Dios en su mayoría son formales, los cuales poseen la información necesaria para cumplir con las normativas dispuestas en Costa Rica y están comprometidos con generar ingresos al Estado con el pago de los impuestos correspondientes. Sin embargo, en el distrito hay comercios informales, los cuales durante el proceso de entrevista indicaron desconocer las normativas aplicables a su actividad comercial e incluso no consideran necesario adaptarse a las regulaciones establecidas.

### Pregunta n.º 3

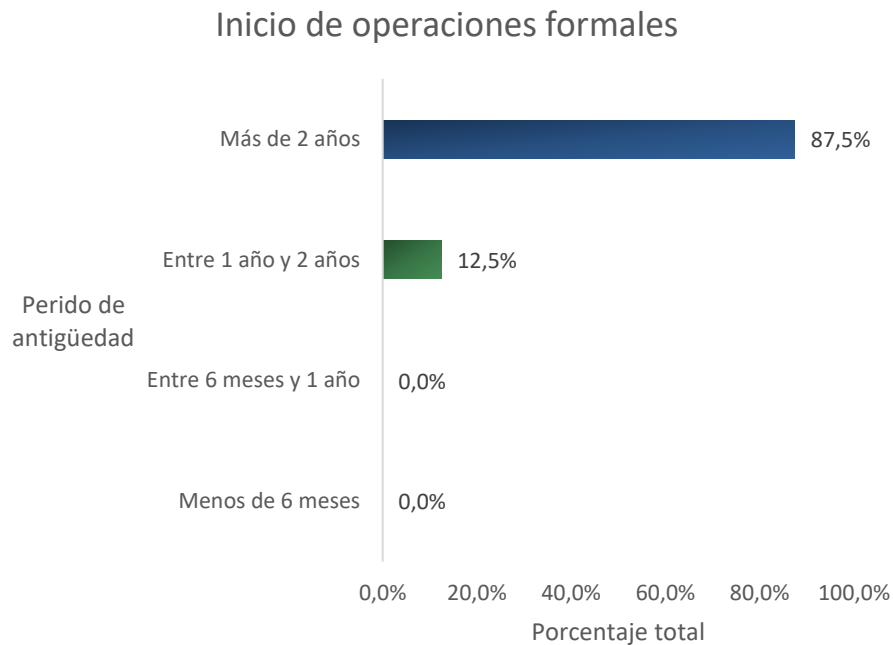
¿Cuánta antigüedad tiene el negocio desde que inició operaciones de manera formal?

- a) Menos de 6 meses.

- b) Más de 6 meses, menos de 1 año.
- c) Más de 1 año, menos de 2 años.
- d) Más de 2 años.

Gráfico 6

Antigüedad de los comercios en San Juan de Dios de Desamparados



El 87.5 % de los comercios entrevistados asegura haber iniciado operaciones de manera formal, por un periodo mayor a los 2 años, mientras que solo un 12.5 % de los comercios indicó laborar en durante un periodo mayor a 1 año, pero menor a 2 años.

Del grupo perteneciente al 87.5 % más de la mitad de los comercios entrevistados aseguran haber laborado por un periodo mayor a 10 años, con lo cual ha asegurado un grupo de clientes fieles al negocio. Entre las características destacables de estos grupos se encuentran la ubicación, la finalidad o la poca competencia con relación a otros negocios cercanos.

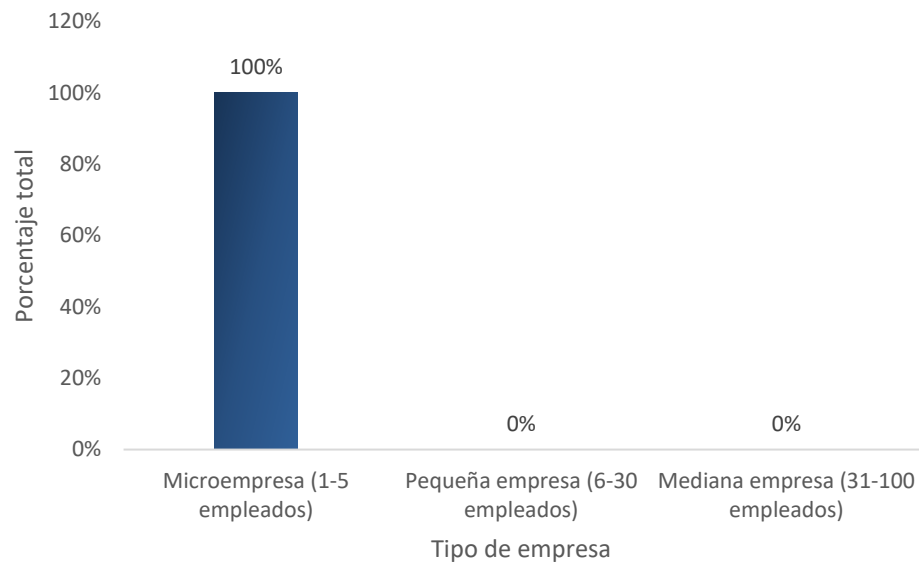
**Pregunta n.º 4**

¿Cuántos empleados tiene el negocio?

- a) 1-5.
- b) 6-30.
- c) 31-100.

Gráfico 7

Distribución de los comercios de acuerdo con el número de empleados



Conforme a lo que se indica en la gráfica, el 100 % de las personas participantes son microempresas, al ser negocios que necesitan un número menor a 5 empleados para operar. El método que se utiliza para clasificar a las empresas es el aplicable por la Caja Costarricense de Seguro Social, en el cual se determina por el número de trabajadores. Para esto, las microempresas se conforman por un rango de 1 a 5 empleados, en las pequeñas empresas el rango es de 6 a 30 colaboradores y las medianas empresas contratan de 31 a 100 trabajadores. Este sistema se utilizó por conveniencia de la investigación, al facilitar clasificar los negocios entrevistados.

Sin embargo, el Ministerio de Economía, industria y Comercio (MEIC) utiliza un sistema distinto, el cual se encuentra previsto en el Decreto Ejecutivo 30857. En este la diferenciación entre micro, pequeña o mediana empresa se lleva a cabo mediante las siguientes fórmulas:

$$P = ((0.6 * pe / 100) + (0.3 * van / \text{C}600.000.000) + (0.1 * afe / \text{C}375.000.000)) * 100$$
 para el sector industrial.

$P = [(0.6 * pe / 30) + (0.3 * van / \text{C}\$1.200.000.000) + (0.1 * ate / \text{C}\$375.000.000)] * 100$  para los sectores de comercios y servicios.

Donde: P equivale al puntaje obtenido, pe al personal promedio empleado por la empresa durante el último periodo fiscal, van es equivalente al valor de las ventas anuales netas de la compañía durante el mismo periodo, afe representa el valor de los activos fijos de la empresa en el último periodo fiscal y ate es el valor de los activos totales de la empresa en el mismo plazo.

De acuerdo con este decreto las empresas que obtienen un puntaje menor o igual a 10 se consideran microempresas, una puntuación mayor a 10 o menor o igual a 35 son pequeñas empresas, mientras aquellos negocios cuyo puntaje es mayor a 35 o menor o igual a 100 se clasifican como mediana empresa.

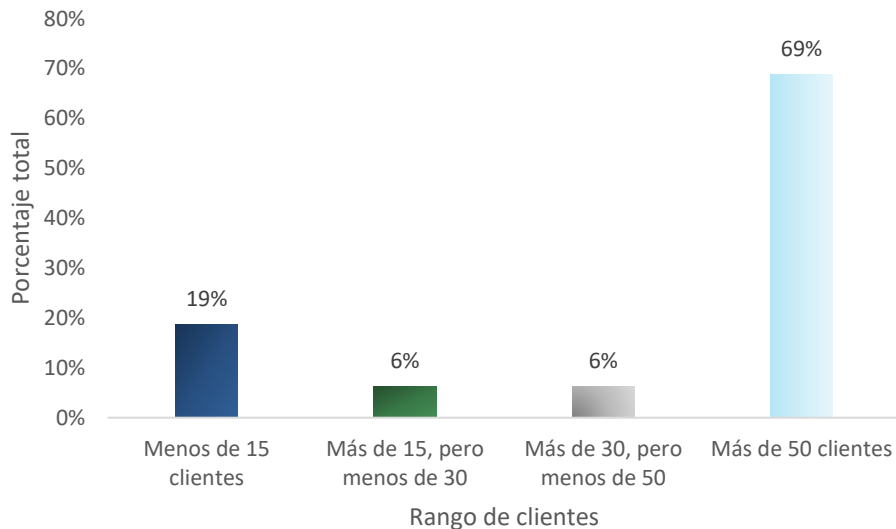
#### **Pregunta n.º 5**

¿Cuántos clientes recibe por semana?

- a) Menos de 15 clientes.
- b) Más de 15, pero menos de 30.
- c) Más de 30, pero menos de 50.
- d) Más de 50 clientes.

### Gráfico 8

#### Cantidad de clientes recibidos por los comercios semanalmente



De acuerdo con la información suministrada durante el proceso de entrevista, el 69 % de los comercios recibe semanalmente más de 50 clientes, el 19 % atrae menos de 15 clientes semanales, mientras que el 12 % restante se divide uniformemente en comercios que atienden más de 15 clientes, pero menos de 30 o más de 30, pero menos de 50 clientes semanales.

Conforme a lo que se indica durante la recolección de datos, uno de los factores que más influyen en el ingreso de clientes a los comercios es la ubicación, en el caso de los bazares, la cercanía al centro educativo del distrito permite el ingreso de clientes que buscan la impresión de documentos o la compra de suministros necesarios para el proceso educativo. Por otra parte, las panaderías se localizan cerca de las paradas de autobuses, de esta forma, buscan atraer clientes que esperan el transporte público.

Otro factor que influye en la cantidad de clientes que recibe un comercio es la singularidad del producto. En el caso de la venta de galleta suiza, al ser un producto no clasificado como necesidad básica el flujo de clientes no es constante, incluso hay semanas en las cuales no realizan una venta.

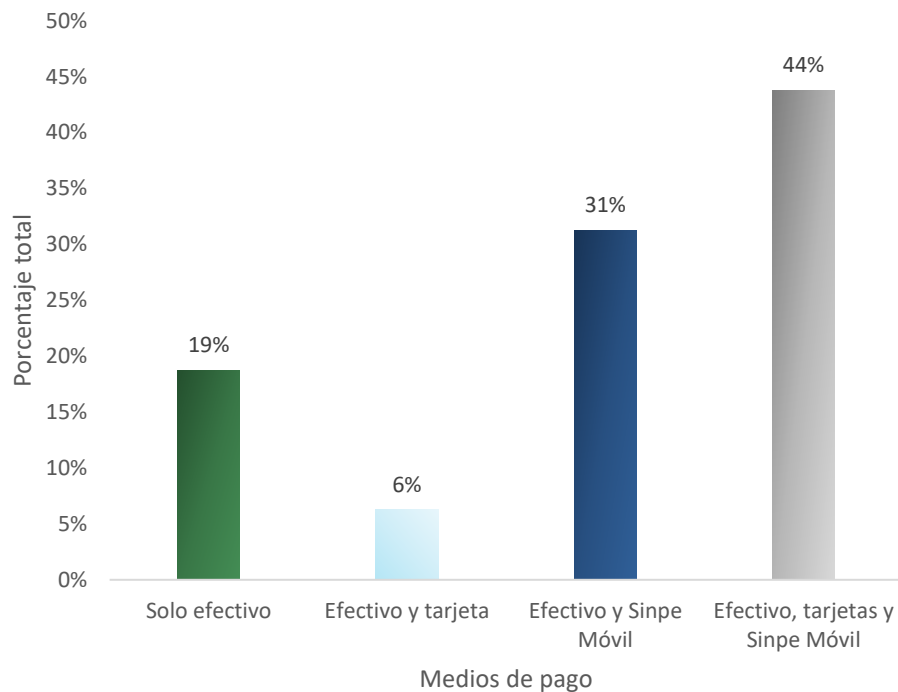
#### Pregunta n.º 6

¿Cuáles medios de pago se acepta en el negocio?

- a) Solo efectivo.
- b) Efectivo y tarjetas.
- c) Efectivo y Sinpe Móvil.
- d) Efectivo, tarjetas y Sinpe Móvil.

*Gráfico 9*

Medios de pago que se utilizan en los comercios



Según la información suministrada por los comercios del distrito, el 44 % de los locales acepta efectivo, tarjetas y el servicio Sinpe Móvil como medio de pago, mientras que el 31 % de los negocios recibe efectivo y Sinpe Móvil, un 19 % de los entrevistados permite cancelar las transacciones únicamente con efectivo y un 6 % de los locales acepta efectivo y tarjetas para realizar los pagos.

Conforme a lo que indican los entrevistados, las microempresas en su mayoría solo reciben efectivo, al ser un medio con pocos requisitos para su implementación. Mientras los comercios que no utilizan datáfonos indicaron que el proceso de implementar este mecanismo es complicado o que genera un gasto que no pueden solventar.

Un 13 % de los comercios participantes asegura no disponer continuamente del servicio Sinpe Móvil. Esto se debe principalmente a la rotación del personal, ya que el negocio solo dispone de un teléfono móvil vinculado al comercio y este pertenece a una cantidad limitada de personas.

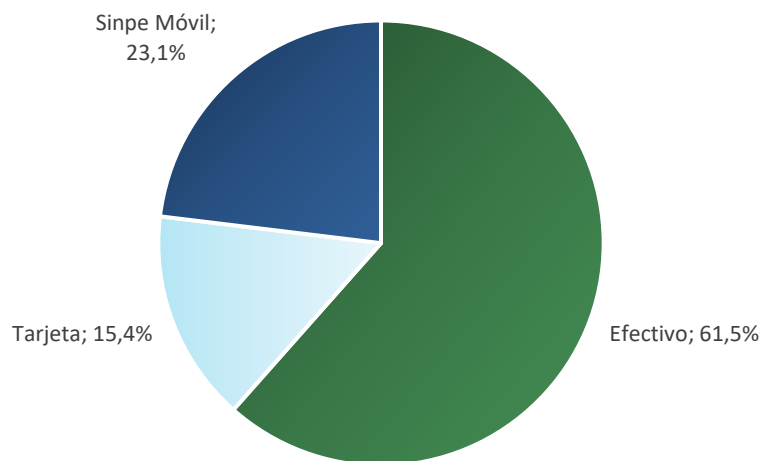
### **Pregunta n.º 7**

¿Cuál medio de pago es el más utilizado por sus clientes?

- a) Efectivo.
- b) Tarjetas.
- c) Sinpe Móvil.
- d) Otro.

### *Gráfico 10*

Medios de pago que más se utilizan en los comercios



Según lo mostrado por el Gráfico 10, el 61.5 % de los comercios indica que sus clientes prefieren utilizar el efectivo para cancelar la compra de bienes, el 23.1 % considera a Sinpe Móvil como el método de pago que más se utiliza, mientras el restante 15.4 % identifica a las tarjetas de crédito y débito como el medio de pago predilecto por sus clientes.

Durante el proceso de entrevista, el grupo perteneciente al 61.5 % indicó que el efectivo es el medio de pago más accesible, es decir, cualquier persona puede tener efectivo y no necesita de aplicaciones u otros mecanismos para usarlo. Los comercios pertenecientes al grupo de 23.1 % aseguran que el servicio Sinpe Móvil tiene como mayor beneficio el cero contacto entre usuarios. Debido a la situación producida por la COVID-19, esta característica se ha convertido en una ventaja con respecto a otros medios de pago.

El Gráfico 10 no incluye los datos de los locales que utilizan únicamente efectivo como medio de pago, al no identificar el uso de otros mecanismos entre sus locales y, por ende, no tener relevancia en esta pregunta.

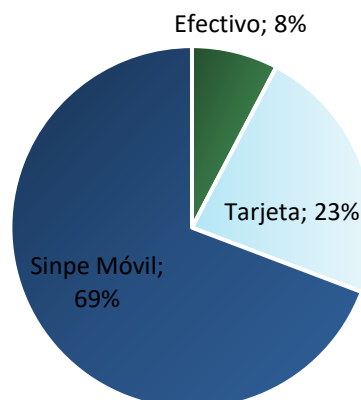
### **Pregunta n.º 8**

¿Cuál es el medio de pago menos utilizado por sus clientes?

- a) Efectivo.
- b) Tarjetas.
- c) Sinpe Móvil.
- d) Otro.

### *Gráfico 11*

Medio de pago menos utilizado en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados



Conforme a lo que se indica en el Gráfico 11, el medio de pago menos utilizado es el servicio de Sinpe Móvil con un total de 69 % de los comercios entrevistados, mientras que el 23 % de la muestra indica que las tarjetas de crédito y débito son los mecanismos de pago menos recurrentes en el momento de pagar. El restante 8 % de las personas participantes considera el efectivo como la forma de pago menos utilizada por sus clientes.

El grupo perteneciente al 8 % señala que los clientes evitan llevar sumas importantes de efectivo, con el objetivo de evitar el robo de dinero. En consecuencia, los fondos que mantienen pueden no ser suficientes para cubrir los gastos y, por lo tanto, utilizan otros medios de pago para cancelar las transacciones.

Al igual que en el Gráfico 10, los comercios que utilizan solo efectivo no se toman en cuenta en el momento de realizar la comparación de los mecanismos de pago, debido a no tener relevancia en esta pregunta.

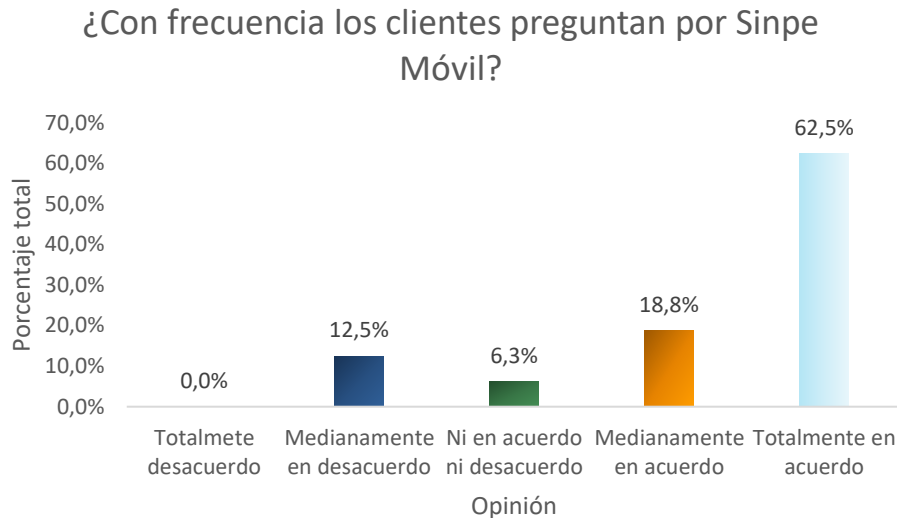
#### **Pregunta n.º 9**

¿Con qué frecuencia los clientes preguntan sobre el uso de Sinpe Móvil como medio de pago?

0	1	2	3	4
Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Gráfico 12

Frecuencia de solicitud de los clientes con respecto a Sinpe Móvil como medio de pago.



...

Según los datos obtenidos, el 62.5 % de los comercios afirma que los clientes preguntan con frecuencia por el uso de Sinpe Móvil para cancelar el pago de los bienes adquiridos, el 18.8 % de los negocios indica que los clientes preguntan por el servicio, pero no con frecuencia, el 12.5 % de los comercios afirma que sus clientes no preguntan con frecuencia por Sinpe Móvil, mientras que el 6.3 % de los entrevistados menciona no prestar atención a la periodicidad de esta pregunta, por lo tanto, no pueden estar de acuerdo o en desacuerdo.

Durante el proceso de entrevista, la mayoría de los comercios que incorporaron Sinpe Móvil afirman incluir entre los locales rótulos para mostrar la inclusión del servicio y agilizar el proceso de compra. Por otro lado, la mayoría de los comercios restantes planifican incorporarse a la plataforma con el objetivo de brindar un mejor proceso de compra a los clientes.

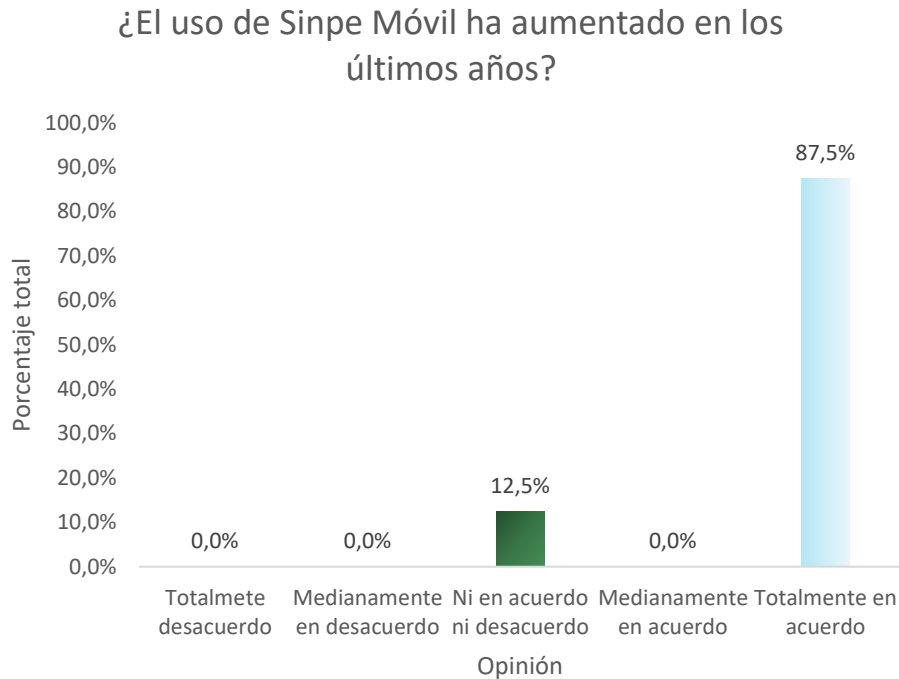
**Pregunta n.º 10**

¿El uso de Sinpe Móvil como medio de pago aumentó en los últimos años?

0	1	2	3	4
Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

### Gráfico 13

Aumento en el uso del servicio Sinpe Móvil.



...

De acuerdo con la información que se muestra en el Gráfico 12, el 87.5 % de los comercios entrevistados afirma que el uso del servicio Sinpe Móvil ha tenido un aumento con respecto a años anteriores. El 12.5 % restante de las personas participantes afirma no prestar atención a los cambios que se han producido con relación a este servicio.

La información recolectada mediante la pregunta n.º 10 se basa en la percepción que los comercios tienen sobre el servicio. Ningún participante mantiene un documento en el que se pueda observar el aumento o disminución del uso de Sinpe Móvil en el negocio y este juicio puede verse alterado por la información que muestran distintos medios de comunicación disponibles en el territorio nacional.

#### Pregunta n.º 11

¿Sinpe Móvil es un servicio poco utilizado como medio de pago por los clientes?

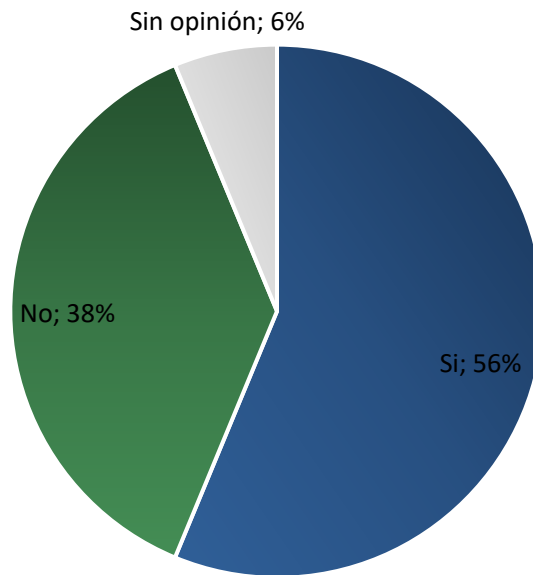
- a) Sí.

- b) No.
- c) Sin opinión.

*Gráfico 14*

Uso de Sinpe Móvil en los comercios de San Juan de Dios de Desamparados

¿Sinpe Móvil es un medio de pago poco utilizado?



Conforme a lo mostrado en el Gráfico 14, el 56 % de los comercios señala que el servicio Sinpe Móvil es un medio de pago poco utilizado por los clientes que frecuentan el negocio, el 38 % de los entrevistados, por el contrario, indican que el servicio es muy utilizado para cancelar las transacciones del negocio. Por otro lado, el 6 % restante no tienen una opinión clara sobre el uso de Sinpe Móvil, por lo tanto, se abstienen de responder sí o no en esta pregunta.

**Pregunta n.º 12**

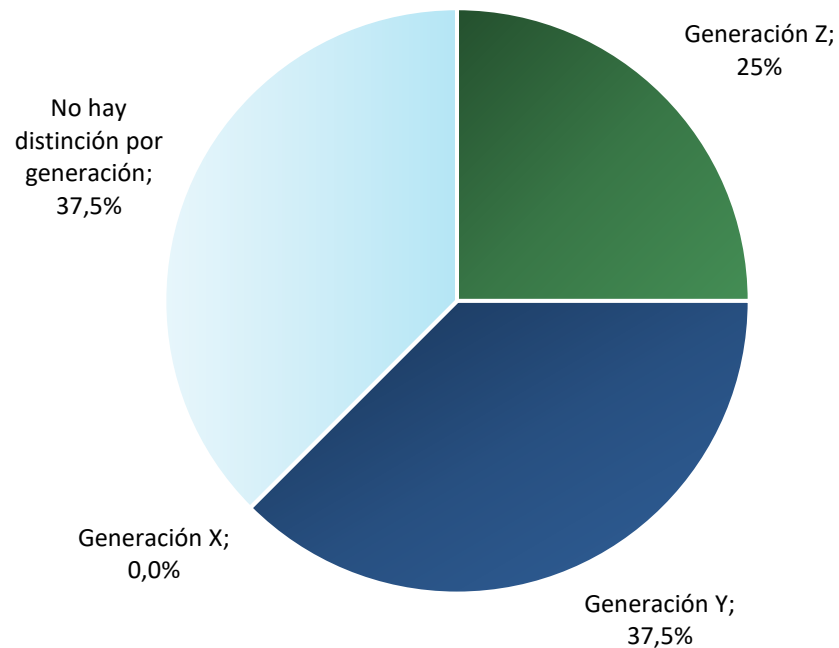
¿A cuál generación pertenece la mayoría de los usuarios de Sinpe Móvil?

- a) Generación Z
- b) Generación Y
- c) Generación X

d) No hay distinción por generación.

*Gráfico 15*

Distribución de los usuarios de Sinpe Móvil de acuerdo con la generación



En conformidad con lo que indica el Gráfico 15, el 37.5 % de los comercios asegura que no existe una generación que utilice con mayor frecuencia Sinpe Móvil, un 37.5 % de las personas participantes considera que los usuarios que más utilizan el servicio pertenecen a la generación Y, la cual consiste en personas nacidas entre los años 1981 y 1993. El restante 25 % pertenece a la generación Z, es decir, personas nacidas entre 1994 y 2010.

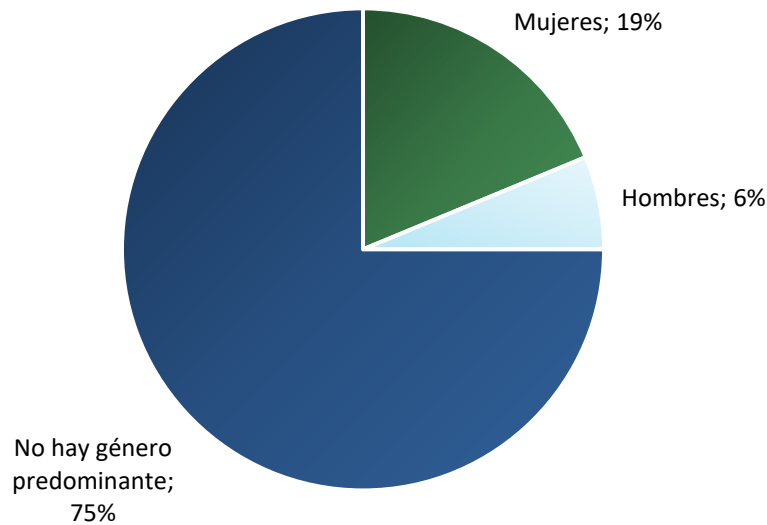
**Pregunta n.º 13**

¿Los usuarios de Sinpe Móvil en su mayoría son?

- a) Mujeres.
- b) Hombres.
- c) No hay género predominante.

### Gráfico 16

Distribución de los usuarios de Sinpe Móvil de acuerdo con el género



De acuerdo con el Gráfico 16, el 75 % de los comercios entrevistados indica que el servicio Sinpe Móvil lo utilizan hombres y mujeres en igual frecuencia. El 19 % de las personas participantes opina que los usuarios del servicio en su mayoría son mujeres y el 6 % de las personas colaboradoras afirma que el uso de la plataforma es más frecuente en hombres.

Otro estudio presentado en 2022 muestra información contradictoria a los resultados por medio de la pregunta n.º 13, en la cual solamente el 6 % de las personas participantes considera al género masculino como el que utiliza con mayor frecuencia el servicio Sinpe Móvil. Por otra parte, el Estudio de tarjeta de pago de la oficina del consumidor financiero indica que los hombres son los usuarios que emplean en mayor medida el servicio con un 64 % de las personas participantes.

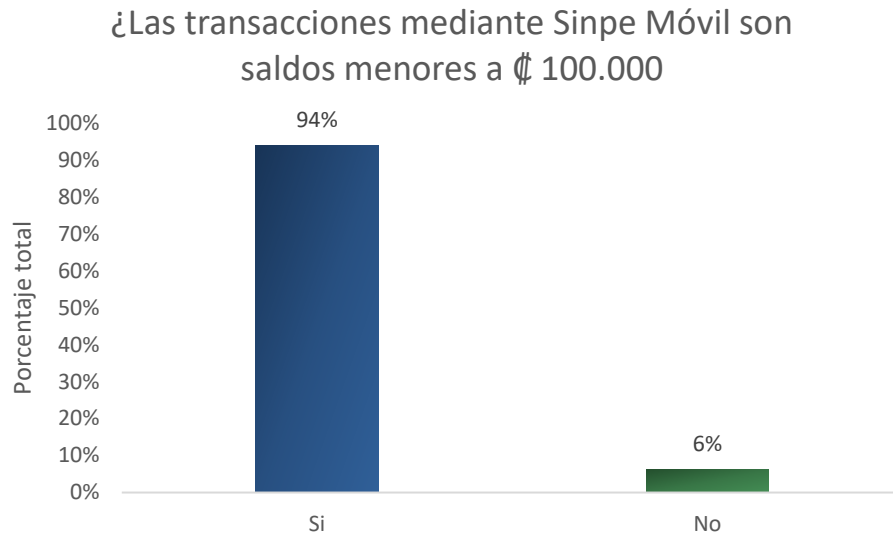
#### Pregunta n.º 14

¿Los usuarios de Sinpe Móvil utilizan el servicio para transacciones menores a ₡100.000 en su comercio?

- a) Sí.
- b) No.

### Gráfico 17

#### Uso de Sinpe Móvil en transacciones menores a ₡100.000



Según los datos recolectados, el 94 % de las transacciones realizadas por medio de Sinpe Móvil son saldos menores a ₡100.000, mientras que el 6 % restante son transferencias de valores mayores a esa cantidad.

Los datos obtenidos indican que los saldos transferidos varían de acuerdo con el propósito de la transacción, es decir, los montos menores (₡5.000 o menos) son característicos de pagos de servicios de impresión o fotocopias, mientras las trasferencias de mayor saldo se deben al pago de servicios, a la cancelación de cuentas con proveedores, entre otros. Las transacciones mayores a ₡100.000 son producto de encargos especiales.

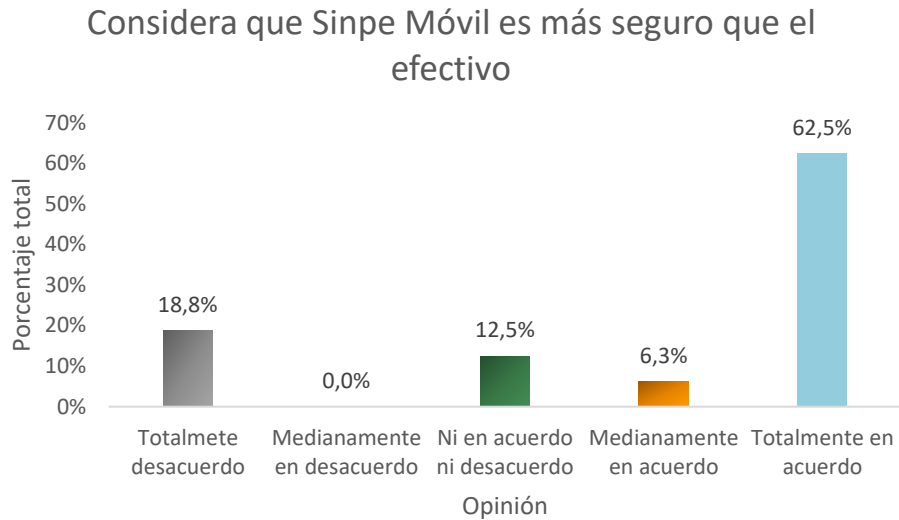
#### Pregunta n.º 15

¿Sinpe Móvil es más seguro que usar efectivo?

0	1	2	3	4
Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

### Gráfico 18

Comparación de seguridad de Sinpe Móvil con respecto al efectivo



...

Conforme a lo que se indica en el Gráfico 19, 62.5 % de las personas participantes considera al servicio Sinpe Móvil más seguro que el efectivo, el 18.8 % indica que el efectivo es más seguro que Sinpe Móvil, el 12.5 % califica al efectivo y al servicio igualmente seguros, mientras que el restante 6.3 % reconoce a la plataforma como un medio de pago ligeramente más seguro que el efectivo.

Las personas participantes expresaron que el uso de Sinpe Móvil disminuye los robos, esto se debe al hecho de no mantener efectivo al alcance de la mano, mientras que, en el caso de sustracción del teléfono móvil, la víctima es capaz de cancelar el servicio y con esto salvaguardar los fondos de las cuentas vinculadas al dispositivo sustraído. Además, al cancelar con Sinpe Móvil, se evita la estafa mediante el uso de billetes falsos e incluso evita los pagos con mayores o menores montos producidos por error.

### Pregunta n.º 16

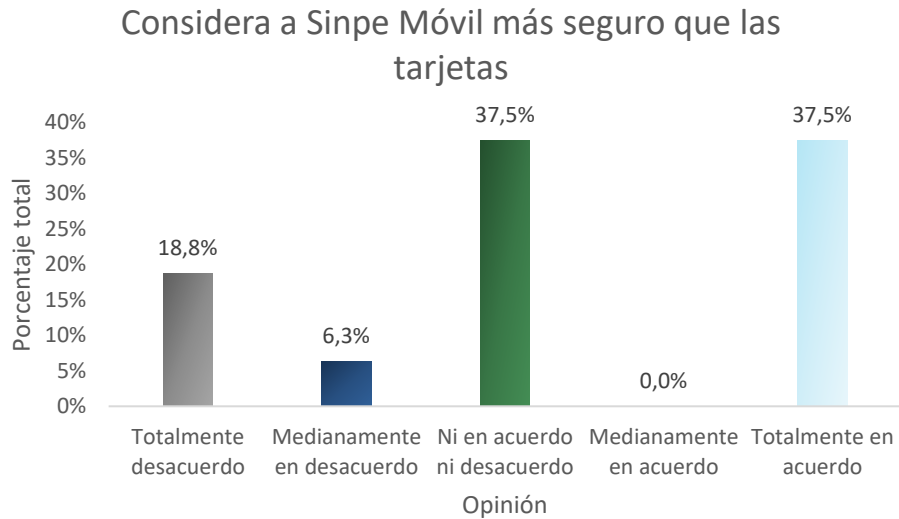
¿Sinpe Móvil es más seguro que usar tarjetas de crédito o débito?

0	1	2	3	4
---	---	---	---	---

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	----------------------------	--------------------------------	-------------------------	-----------------------

Gráfico 19

Comparación de seguridad de Sinpe Móvil con respecto al uso de tarjetas de crédito y débito



Los datos recolectados indican que el 37.5 % de los entrevistados califica a las tarjetas y al servicio Sinpe Móvil como medios de pago igualmente seguros, otro 37.5 % asegura que Sinpe Móvil es más seguro, el 18.8 % de los entrevistados considera a las tarjetas más seguras que la plataforma, mientras que el restante 6.3 % opina que las tarjetas de crédito y débito son ligeramente más confiables que Sinpe Móvil.

El grupo perteneciente al 18.8 % durante el proceso de entrevista aseguraron desconfiar de la plataforma Sinpe Móvil debido a los casos de estafa vinculados con este servicio, incluso si las personas participantes no son víctimas directas de esta clase de robo. Por otro lado, aquellos que consideran a Sinpe Móvil más confiable se basan en la posibilidad de sustraer los datos de la tarjeta, ya sea, en el momento de cancelar una compra directa, al usar un cajero automático o al realizar una compra a distancia mediante un teléfono móvil o un computador, además, el robo físico de las tarjetas bancarias.

**Pregunta n.º 17**

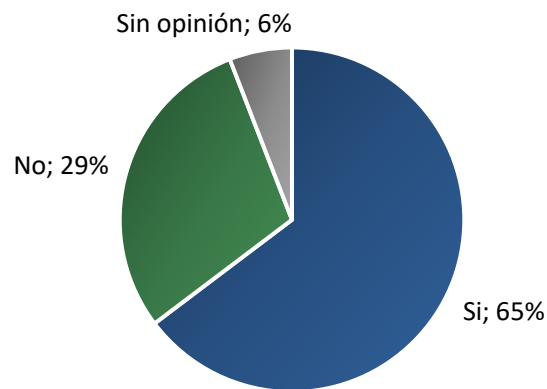
¿Considera que Sinpe Móvil es un medio de pago seguro?

- a) Sí.
- b) No.
- c) Sin opinión.

Gráfico 20

Opinión sobre la seguridad de Sinpe Móvil según los comercios de San Juan de Dios de Desamparados

¿Considera Sinpe Móvil un medio de pago seguro?



Según los datos mostrados en el Gráfico 20, el 65 % de las personas participantes considera al servicio Sinpe Móvil como un medio de pago seguro, el 29 % de las personas colaboradoras opina que la plataforma no es confiable, mientras el 6 % de los entrevistados no tiene una opinión clara sobre el servicio, por lo que se abstienen de contestar sí o no.

Durante el proceso de entrevista, las personas colaboradoras indicaron que la necesidad de utilizar un código de seguridad para realizar una transacción ha influenciado en la opinión sobre el servicio Sinpe Móvil, debido a la confiabilidad que representa esta medida. Por otro lado, los comercios que califican de inseguro el servicio destacan el poco seguimiento a los casos de estafa vinculados al servicio, debido a la falta de compensación a las víctimas y la posición de las entidades financieras al responsabilizar a los usuarios.

### Pregunta n.º 18

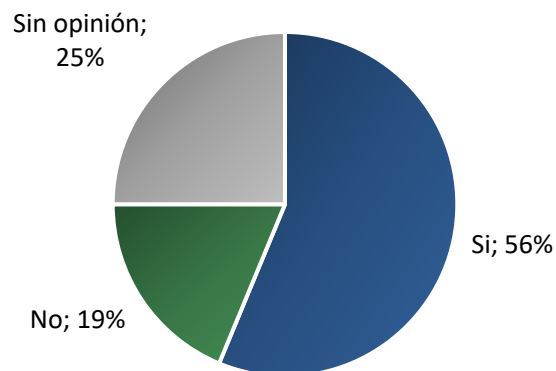
¿Cualquier teléfono móvil puede vincularse al servicio Sinpe Móvil?

- a) Sí, cualquier teléfono móvil puede vincularse.
- b) No, solo los modelos capaces de utilizar las aplicaciones necesarias.
- c) Sin opinión.

#### Gráfico 21

Opinión sobre la disponibilidad de Sinpe Móvil en cualquier teléfono móvil

¿Todo teléfono móvil es capaz de vincularse a Sinpe Móvil?



De acuerdo con la información obtenida, el 56 % de las personas participantes considera que el servicio Sinpe Móvil puede vincularse con cualquier teléfono móvil, sin la necesidad de tener características como la pantalla táctil o pertenecer a marcas específicas. El 25 % de los entrevistados no está seguro de la disponibilidad del servicio en los dispositivos, por lo que no han emitido un juicio sobre esta pregunta, mientras el restante 19 % de las personas participantes cree que no todos los dispositivos móviles tienen las características necesarias para vincular un número móvil a una cuenta bancaria.

Aunque la mayoría de las personas participantes tienen opinión positiva sobre la disponibilidad del servicio en cualquier modelo, solo un 12.5 % de las personas encuestadas afirma conocer

el uso del servicio Sinpe Móvil mediante mensajes SMS. El restante 87.5 % da prioridad a las aplicaciones que ofrecen las distintas entidades bancarias.

Un factor que afecta la opinión sobre disponibilidad del servicio consiste en los dispositivos móviles que se utilizan entre la población, siendo los modelos de pantalla táctil más populares con respecto a los de teclado. Por lo tanto, los modelos con mayor antigüedad no se perciben como instrumentos capaces de vincularse a la plataforma.

### **Pregunta n.º 19**

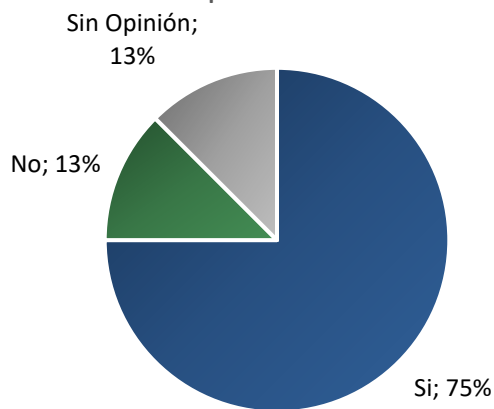
¿Sinpe Móvil es un servicio fácil de utilizar para cualquier persona?

- a) Sí, cualquier persona puede usarlo.
- b) No, es difícil de usar para personas no acostumbradas a la tecnología.
- c) Sin opinión.

### *Gráfico 22*

Adaptabilidad de Sinpe Móvil con respecto a los usuarios

¿Sinpe Móvil es fácil de utilizar para cualquier persona?



Conforme a lo que se indica en el Gráfico 22, el 76 % de los entrevistados considera que Sinpe Móvil es un servicio que se adapta a cualquier persona, sin importar la edad o capacidad de utilizar la tecnología. El 12 % de las personas participantes opina que el servicio se dificulta a las

personas acostumbradas a utilizar los servicios básicos incluidos en el teléfono móvil, mientras que el restante 12 % no ha emitido un juicio sobre esta pregunta.

Al realizar el proceso de recolección de datos, las personas encuestadas identificaron que las personas mayores de edad son el grupo que tiene mayor dificultad en el momento de utilizar el servicio, al no poder acostumbrarse a las aplicaciones diseñadas por las distintas entidades bancarias. Otra limitación es la necesidad de los usuarios de mantener una cuenta activa en alguna entidad bancaria que ofrezca el servicio, razón por la cual las empresas de bajos ingresos no han incorporado el servicio.

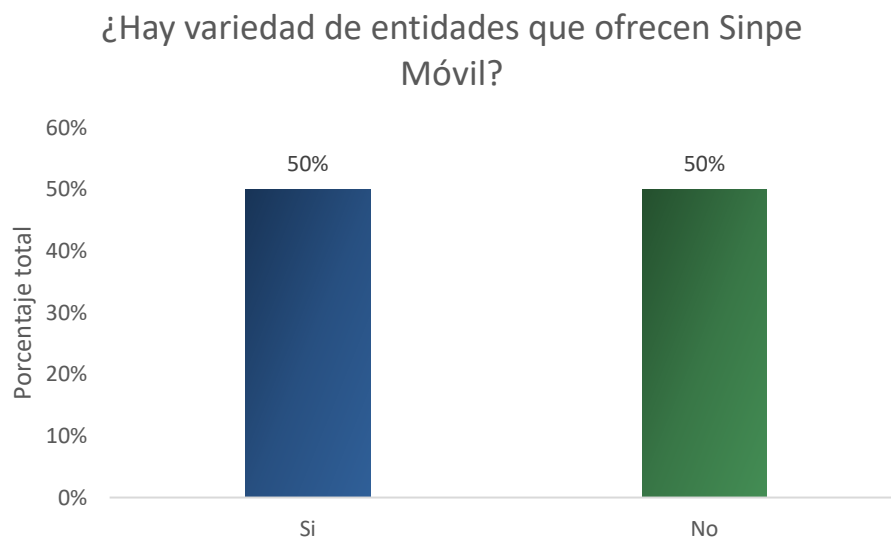
### **Pregunta n.º 20**

¿Hay variedad de entidades que ofrecen el servicio de Sinpe Móvil?

- a) Sí.
- b) No.

*Gráfico 23*

Opinión sobre la diversidad de entidades que ofrecen el servicio Sinpe Móvil



Según los datos mostrados en el Gráfico 23, el 50 % de las personas participantes afirma que el servicio Sinpe Móvil es ofrecido por distintas entidades bancarias, mientras el otro 50 % aseguran que la plataforma solo está disponible en un número limitado de bancos.

Al momento de realizar las entrevistas a los distintos locales, el Banco Nacional y el BAC San José son los entes financieros más asociados con el servicio. Otras entidades con menor reconocimiento son los diferentes bancos que operan en el territorio nacional, sin embargo, ningún entrevistado asocia el servicio con una cooperativa pese a que estas representan el 52 % del total de entidades que ofrece el servicio en el año 2022.

Además, un 6 % de las personas participantes afirma mantener el servicio en más de una entidad bancaria. Para esto, ha tenido que mantener hasta tres tarjetas SIM por las cuales vincula un solo teléfono móvil.

### **Pregunta n.º 21**

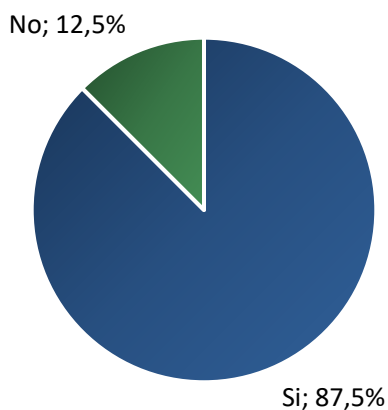
¿Sinpe Móvil se puede usar en variedad de comercios?

- a) Sí, en este momento está disponible en la mayoría de los negocios.
- b) No, una parte de los comercios no ha implementado el servicio.

#### *Gráfico 24*

Disponibilidad de servicio Sinpe Móvil en los comercios

¿Sinpe Móvil se puede usar en variedad de comercios?



Conforme a lo que se indica en el Gráfico 24, el 87.5 % de las personas encuestadas cree que Sinpe Móvil es un medio de pago utilizable en la mayoría de los negocios, mientras el 12.5 % restante considera que no todos los comercios han implementado el servicio.

El grupo perteneciente al 87.5 % indicó que una de las razones más importantes de implementar el servicio es la presión por parte de clientes y proveedores, además de la facilidad que implica realizar transferencias entre distintas cuentas. Por otro lado, los comercios pertenecientes al 12.5 % indican que el servicio tiene una limitación importante en la cantidad de saldo disponible en una transacción, por lo tanto, los negocios con transferencias de sumas mayores a ₡100.000 están renuentes a implementar el servicio.

### **Pregunta n.º 22**

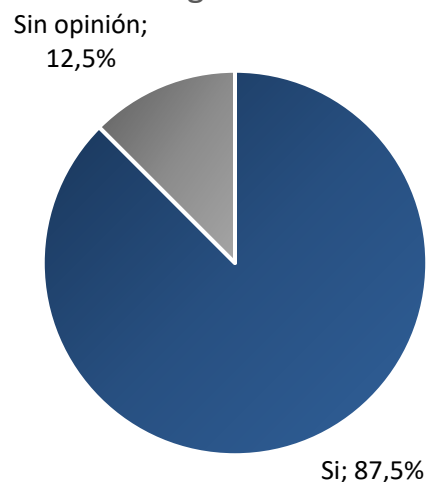
¿Sinpe Móvil es un servicio disponible en la mayor parte del territorio costarricense?

- a) Sí.
- b) No.
- c) Sin opinión.

#### *Gráfico 25*

Opinión sobre la disponibilidad del servicio Sinpe Móvil en Costa Rica

¿Sinpe Móvil tiene gran cobertura en el país?



De acuerdo con el Gráfico 25, el 87.5 % de los entrevistados considera que el servicio Sinpe Móvil está disponible en la mayor parte de Costa Rica, mientras que el restante 12.5 % de las personas participantes no está segura de la disponibilidad del servicio en todas las áreas del país, por lo tanto, se abstienen a emitir un juicio sobre esta pregunta.

Según las personas participantes pertenecientes al 12.5 %, los territorios ubicados en zonas de difícil conexión a Internet no tienen posibilidades de acceder al servicio. Sin embargo, este grupo de colaboradores no se encuentra seguro del tamaño de la población que puede estar afectada, por ende, no están seguros de la cobertura total del servicio.

Además, los entrevistados aseguran que el conocimiento respecto a Sinpe Móvil procede principalmente de clientes o proveedores que introdujeron el servicio, lo que puede causar el desconocimiento de Sinpe Móvil en parte de la población, ya que la publicidad referente a la plataforma es mínima, pese al aumento en el uso que han percibido los comercios. De igual manera, otra fuente de información consiste en los medios de comunicación, los cuales han dado gran cobertura a las estafas vinculadas con este servicio.

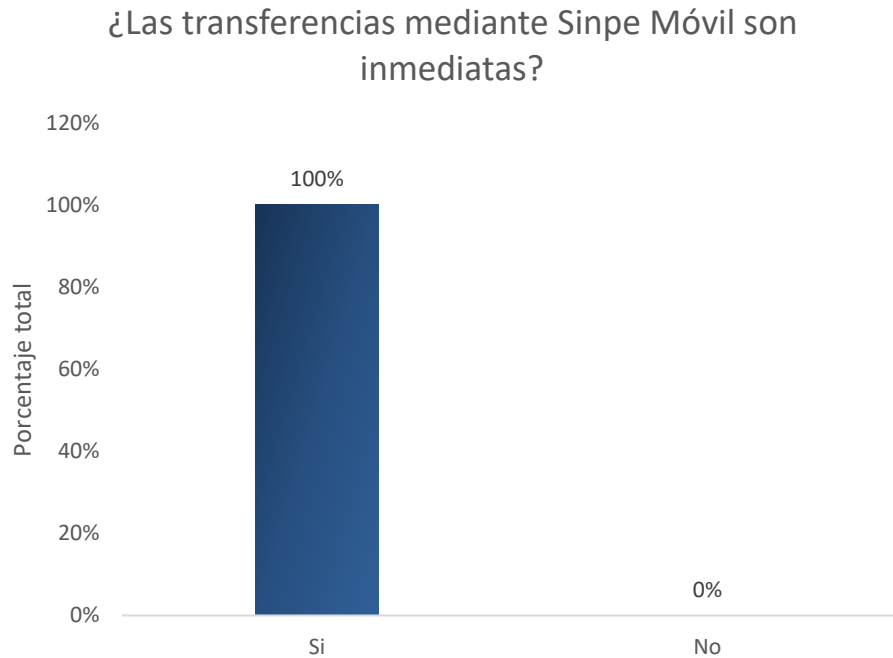
**Pregunta n.º 23**

¿Las transferencias de saldo por medio de Sinpe Móvil son inmediatas?

- a) Sí.
- b) No.

## Gráfico 26

### Inmediatez de transferencia del servicio Sinpe Móvil



En conformidad con lo indicado en el Gráfico 26, el 100 % de las personas participantes opina que las operaciones realizadas mediante el servicio Sinpe Móvil son inmediatas. Uno de los puntos destacados por las personas participantes de la investigación consiste en la velocidad que tiene el servicio, debido a que garantiza la disponibilidad de los saldos en las cuentas vinculadas con la plataforma.

En el caso del efectivo, para asegurar los valores se necesita realizar un depósito, lo que implica dirigirse a una entidad bancaria y esperar para recibir atención; por otra las trasferencias realizadas por medios electrónicos no se reflejan en la misma rapidez e incluso un pago recibido mediante tarjeta puede retrasarse hasta por 24 horas. Por ende, la velocidad de las transferencias es una de las principales ventajas que posee el servicio Sinpe Móvil.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

A continuación, se presentan las principales conclusiones extraídas mediante el análisis de los datos que se obtuvieron al entrevistar los distintos comercios del distrito de San Juan de Dios de Desamparados:

1. Las empresas que operan en la zona de San Juan de Dios de Desamparados se dedican principalmente al comercio y en su mayoría son locales dedicados a proveer abarrotes, distribuidoras de carne, artículos de papelería y producción y venta de panes y repostería. Sin embargo, el ambiente comercial permite el ingreso de locales especializados como las cerrajerías y acuarios. El distrito posee un ambiente residencial, en donde los negocios más florecientes se dedican a cubrir las necesidades de esa población, sin impedir el desarrollo de otro tipo de negocios.
2. El comercio formal es predominante en el distrito, en donde los comerciantes se esfuerzan por cumplir con las regulaciones indicadas por las autoridades de Costa Rica. Esto pese al aumento de la informalidad en los últimos años de acuerdo con la última Encuesta Continua de Empleo transmitida en enero del presente año, en la cual se menciona que unas 966.000 personas se dedican al empleo informal.
3. Los negocios entrevistados han tenido un periodo de operaciones sustancioso, debido principalmente a la ubicación de los locales y al público al cual dirigen sus productos o servicios. En consecuencia, los mercaderes han logrado fidelidad por parte de sus clientes, ya que estos comercios captan un flujo constante de visitas, en su mayoría un número mayor a las 50 personas semanales. Además, el distrito no se encuentra saturado de comercios, con lo cual permite a nuevos empresarios iniciar operaciones en la comunidad.
4. El uso de un medio de pago en un comercio se ve influenciado por factores como los clientes, proveedores, las leyes y regulaciones aplicables, la disponibilidad de los mecanismos necesarios para su uso (datáfonos, teléfonos móviles, Internet), accesibilidad y seguridad. En el caso de Sinpe Móvil, solo el 25 % de los comercios no ha

implementado el servicio, no obstante, el uso de este para cancelar una transacción es menor a otros medios más antiguos como el efectivo o las tarjetas. Pese a eso, la plataforma ha ganado notoriedad entre la población, como lo indica un estudio de la Oficina del Consumidor Financiero, donde el 60 % de las personas participantes asegura contar con el servicio.

5. Pese a que el 75 % de los comercios participantes aseguró tener en funcionamiento Sinpe Móvil, el uso del servicio es condicionado en el 17 % de estos. Lo anterior se debe a que solo una parte de las personas colaboradoras tiene conocimientos sobre cómo funciona la plataforma, por lo tanto, su uso se limita al tiempo en el cual estos trabajadores se encuentran en el local.
6. Sinpe Móvil es conocido por gran parte de la población, este medio se ha difundido en su mayoría por los usuarios, los cuales han presentado el servicio a los distintos comercios y a otros pobladores. La implementación de la plataforma en los locales se debe a los clientes que constantemente preguntan sobre el uso de este en los negocios.
7. Las razones más importantes citadas por los comerciantes en referencia a la implementación de Sinpe Móvil en el negocio son la reducción del contacto directo, la poca necesidad de usar efectivo, la falta de un impuesto a las transacciones, la comodidad de realizar pagos a proveedores, la facilidad de pago por parte de los clientes y la seguridad del servicio. Por el contrario, los mayores obstáculos asociados con la plataforma consisten en la necesidad de abrir una cuenta bancaria, la falta de conocimiento del proceso de inscripción y la falta de interés en llevar a cabo los trámites necesarios para la vinculación a la herramienta.
8. Pese a ser una herramienta asociada principalmente al intercambio entre clientes y comerciantes, la aplicación se utiliza en el pago de proveedores y servicios públicos por parte de los mercaderes. Esto convierte a Sinpe Móvil en un medio de gran versatilidad, ya que se puede implementar en distintos negocios sin importar el tipo de organización, el producto o la ubicación de estos.
9. Sinpe Móvil se considera un medio de pago seguro, pese a las numerosas estafas vinculadas con la plataforma. Los comercios creen que el servicio es un mecanismo más

confiable que el efectivo e igual de seguro a las tarjetas, debido a la posibilidad de cancelar la suscripción desde cualquier dispositivo con conexión a Internet. Esto permite minimizar las consecuencias del robo de los teléfonos móviles, además, evita a los usuarios la necesidad de mantener billetes y monedas en el momento de transitar por el territorio nacional.

10. La velocidad que brinda la plataforma al realizar transferencias de saldos entre usuarios es uno de los factores que más satisfacen a la población. Al comparar la inmediatez con la que se llevan a cabo los movimientos de saldo con el uso de las páginas *web* o los servicios prestados por funcionarios de las entidades financieras, los clientes favorecen a Sinpe Móvil, ya que los cambios en las cuentas bancarias se registran en el momento de llevar a cabo la transacción.
11. La vinculación a la plataforma de Sinpe Móvil se puede realizar en cualquier teléfono móvil, sin embargo, la mayoría de las personas asocian el servicio con las distintas aplicaciones ofrecidas por las entidades financieras. Por lo tanto, el uso de Sinpe Móvil mediante mensajes SMS es menor con respecto a las aplicaciones o incluso este mecanismo se omite por los usuarios.
12. Conforme a los resultados del análisis de los datos recolectados, la mayoría de los comercios reconoce la existencia de distintas entidades financieras que ofrecen el servicio Sinpe Móvil. Sin embargo, la decisión sobre cuál entidad elegir en el momento de activar la plataforma se basa principalmente en las cuentas bancarias disponibles por los usuarios, sin tomar en cuenta cuáles son las mejores opciones para el negocio.

## **Recomendaciones**

Con fundamento en la investigación empleada a los comercios de San Juan de Dios de Desamparados, se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Cumplir con la formalidad comercial permite obtener un mayor grado de confianza por parte de los clientes, empleados y proveedores, el acceso a programas gubernamentales de apoyo al emprendedor, evitar la exposición a sanciones monetarias por incumplimiento de obligaciones tributarias y mayores beneficios crediticios como los ofrecidos

por el Sistema de Banca para el Desarrollo (para la micro, pequeña y mediana empresa) o el programa de Apoyo a Mujeres Empresarias y Emprendedoras.

2. Antes de iniciar un negocio es importante verificar cuáles comercios se encuentran en la zona y la aceptación del producto o servicio por ofrecer. Es indispensable crear un perfil de las necesidades y características de las personas que puedan llegar al local e identificar las normativas necesarias para la operación. Con estos datos la toma de decisiones sobre el tipo de emprendimiento por iniciar se facilita.
3. Implementar distintos medios de pago en un local ayuda a crear una mejor experiencia de compra. Esto ya que los clientes tienen la opción de elegir el mecanismo con el que se sientan más seguros, elimina las limitaciones de no disponer de fondos físicos y permite expandir el negocio a otros medios como las ventas en línea.
4. Al decidir incorporar un medio de pago en un negocio es importante identificar las limitaciones y beneficios que aporta este medio al local, además, es necesario conocer los requisitos y procedimientos de incorporación. Con respecto a la implementación de Sinpe Móvil como medio de pago, es necesario definir los factores que influyen en él, como el tipo de cliente al cual está dirigido el local, el valor de las transacciones, la disponibilidad de personal capaz de usar el servicio y las entidades financieras que disponen de la plataforma. Con esta información es posible determinar la conveniencia de esta herramienta en el negocio.
5. Capacitar al personal sobre los distintos medios de pago aplicables en el territorio nacional permite formar colaboradores capaces de orientar a los clientes sobre el uso y beneficios que aportan estos mecanismos. En el caso de Sinpe Móvil, informar a la población faculta a un mayor número de personas en el uso del servicio, sin ser influenciadas por pensamientos como la limitación por edad, capacidades para el manejo de herramientas tecnológicas e incluso los dispositivos que puedan acceder a la plataforma.
6. Aplicar las medidas de seguridad sugeridas por las distintas entidades financieras para la plataforma Sinpe Móvil, como comprobar el funcionamiento adecuado del servicio, la no compartición de información sobre las cuentas bancarias y contraseñas, verificar

el saldo disponible en caso de realizar una devolución de dinero y no utilizar los enlaces que se encontraron mediante un buscador para ingresar a las páginas *web* de las entidades bancarias.

7. Como factor clave en la popularización de Sinpe Móvil, la velocidad con la que se llevan a cabo las transacciones no se debe comprometer. En caso de realizar alguna actualización al servicio las entidades financieras son responsables de crear aplicaciones en las cuales no se exponga la seguridad o inmediatez de la plataforma.
8. Conocer las distintas entidades que ofrecen Sinpe Móvil y las condiciones por las cuales se restringe el uso de esta herramienta les permiten a los comerciantes adquirir la plataforma en conformidad con las características del negocio. Al investigar las instituciones financieras se debe tomar en cuenta la imagen proyectada, las medidas de seguridad provistas por el servicio ofrecido, la respuesta que ha tenido la institución con respecto a las denuncias por estafa y las condiciones ofrecidas.
9. Al realizar futuras investigaciones sobre la aceptación de un medio de pago es fundamental definir el ambiente comercial de la zona. En caso de utilizar el presente proyecto como base para otros informes es necesario emplear comunidades similares para una mejor compatibilidad.

## CAPÍTULO VI. PROPUESTA

A partir de los resultados en el proceso de entrevista y análisis respecto a la adopción de Sinpe Móvil en los comercios se muestra la siguiente propuesta.

### Objetivos

**Objetivo general.** Diseñar una guía de procedimientos para la implementación de Sinpe Móvil en un comercio de atención directa al público.

#### Objetivos específicos.

1. Identificar los factores que intervienen en la compatibilidad de Sinpe Móvil como medio de pago en un comercio.
2. Enumerar los requisitos para la inscripción al servicio Sinpe Móvil.
3. Describir el proceso necesario para la implementación de Sinpe Móvil como herramienta de pago en un comercio.

La experiencia de compra es uno de los elementos más importantes para atraer clientes, una forma de mejorar en este aspecto es ofrecer distintos medios de pago con los cuales los visitantes se sientan más seguros. No obstante, cada herramienta posee características distintivas como el control presupuestario y la inseguridad que puede tener el efectivo, la comodidad y el pago de comisiones por parte de las tarjetas de crédito y débito, la seguridad en las transacciones y el límite de ahorro en PayPal o la inmediatez de los movimientos de saldo y el uso exclusivo en colones de Sinpe Móvil que los hacen convenientes o no para un negocio. Por lo tanto, es necesario identificar la compatibilidad de estas dos partes.

Debido al aumento en el uso de Sinpe Móvil, los emprendedores son responsables de informarse sobre las condiciones de uso, las formas de inscripción, las instituciones que ofrecen la plataforma y compatibilidad del servicio con el negocio que regentan. Con base en esta necesidad, la propuesta diseña un manual con el cual se verifique la compatibilidad del servicio con los negocios y el procedimiento necesario para la implementación de este.

Como aclaración, la propuesta se dirige principalmente a negocios que tienen contacto directo con clientes y proveedores. Por este motivo, las empresas que comercializan exclusivamente de forma virtual no son el objetivo de este capítulo.

### **Identificación de los factores que interfieren en la compatibilidad de Sinpe Móvil como medio de pago en un comercio**

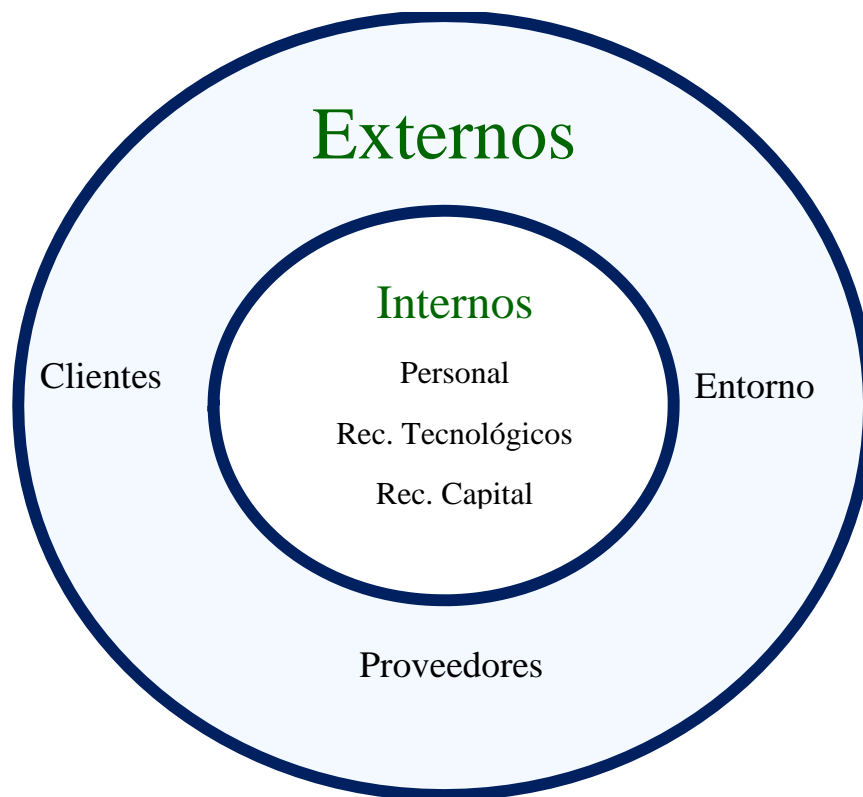
Identificar los elementos que influyen en la afinidad entre Sinpe Móvil y un local ayuda a decidir sobre la implementación del servicio en un negocio. En caso de no existir compatibilidad entre estos, el emprendedor se evita los gastos vinculados con la plataforma como el tiempo invertido en el proceso de activación, la compra de dispositivos móviles y los trámites de creación de cuentas bancarias (si no se dispone de alguna con una entidad financiera que ofrece la herramienta).

Para definir el concepto de factor, Sy Corvo (2021) indica lo siguiente: “Los factores internos y externos de una empresa son aquellos agentes que se encuentran dentro y fuera de una organización, que pueden generar un impacto positivo o negativo en la misma” (párr. 1). En el caso de Sinpe Móvil, los factores internos y externos son aquellos que facilitan o impiden el uso de esta herramienta en un negocio. Al tomar en cuenta esta definición, se han identificado los siguientes elementos:

- **Clientes:** Son el principal objetivo de un negocio, al ser estos quienes deciden comprar los bienes o servicios ofrecidos y el medio de pago que desean utilizar entre los disponibles. Estos se influyen por el entorno, la calidad de vida y el desarrollo social y económico.
- **Proveedores:** Son quienes abastecen al negocio de los materiales o servicio para realizar la operación comercial. Al igual que los clientes, estos realizan transacciones con el local, por lo tanto, el uso de un determinado medio de pago depende de la aceptación de estas empresas.
- **Entorno general:** Son aquellos elementos que pueden tener un efecto inmediato en la empresa, pero no influyen en las actividades. Entre estos se encuentra el ambiente comercial, ubicación geográfica y población.
- **Personal:** Son las personas colaboradoras que laboran en la empresa para fabricar los bienes o brindar un servicio. En empresas de venta de bienes o prestación de servicios directos

(plomaría, centro de llamadas, atención financiera entre algunos ejemplos) el contacto con los clientes es cercano, por lo que son la cara del comercio al público.

- Recursos de capital: Es el recurso económico con el que cuenta una empresa. Con este pueden implementar distintas estrategias para mantener vivo el comercio.
- Recursos tecnológicos: Son aquellos elementos necesarios para la aplicación de una herramienta o proceso. En el caso de Sinpe Móvil, son los dispositivos móviles capaces de acceder a la plataforma.



*Figura 1*

Factores internos y externos que interfieren con Sinpe Móvil

### **Requisitos para la inscripción al servicio Sinpe Móvil**

Los requisitos para la afiliación al servicio se indican en la página *web* del Banco Central de Costa Rica (s. f.) de la siguiente forma:

Para afiliarse al servicio, debe ponerse en contacto con la entidad financiera en

donde mantiene la cuenta de fondos que desea vincular a su teléfono móvil y consultar ahí sobre el trámite de afiliación. Requisitos para los clientes: (a) Tener una cuenta de fondos abierta en colones en alguna de las entidades financieras que ofrecen el servicio a sus clientes; (b) Tener una cuenta activa en línea de teléfono móvil; y, (c) Cumplir con los demás requisitos particulares que la entidad financiera del cliente establezca. Afiliación de teléfonos móviles: (a) La afiliación de números de teléfono es posible únicamente con la vinculación a cuentas de fondos a colones; (b) Un número de teléfono móvil debe estar vinculado a una única cuenta de fondos; (c) Una misma cuenta de fondos que pueden estar vinculada a uno o más número de teléfono móvil; y, (d) Un mismo cliente puede afiliarse tantos números de teléfonos móviles como cuentas de fondos desee vincular al servicio (párr. 3-4).

# Requisitos



## Tener una cuenta bancaria

La cuenta bancaria debe estar en colones y en alguna de las entidades que brinda el servicio.



## Tener una línea móvil

La línea debe estar activa y se vincula a una única cuenta bancaria.



## Otros requisitos

Las entidades financieras pueden solicitar otros documentos en el momento de activar el servicio.



*Figura 2*

### Requisitos de inscripción a Sinpe Móvil

Al momento de realizar la investigación el país cuenta con tres principales empresas dedicadas al servicio de telefonía móvil, las cuales son: Claro perteneciente a América Móvil, kölbi propiedad del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) y Liberty Latin America con el nombre de Liberty. Para el año 2022 Costa Rica cuenta con un total de 35 instituciones financieras que ofrecen Sinpe Móvil, las cuales se procede a enlistar junto con las condiciones aplicables al servicio.

Tabla 3

*Entidades financieras que ofrecen Sinpe Móvil*

Entidad financiera	Monto máximo en ₡	Comisiones
Banco de Costa Rica	Envío: ₡200.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Nacional	Envío: ₡200.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Coopeamistad	Sin límites.	Envíos superiores a ₡100.000 una comisión de ₡1.000 por cada transacción.
Banco Popular y de Desarrollo Comunal	Envío: ₡500.000 diarios. Recepción: sin límites.	Envíos superiores a ₡100.000 se cobra \$2 en transacciones a otras entidades y transacciones mayores a ₡2.000.000 se cobra un 0.25 % del saldo recibido de otras entidades.
Bac San José	Canal autenticado: ₡500.000 diarios. SMS: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Montos superiores a ₡100.000 diarios tienen un costo de \$3.
Banco BCT	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: sin límite.	Envíos menores a ₡100.000 sin costo. Recepción de montos superiores a ₡2.000.000 una comisión de ₡2.500 por transacción.
Banco Cathay	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Davivienda	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Lafise	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Banco Promérica	Sin límite.	Envíos superiores a ₡100.000 se cobra \$3 por cada transacción.
Banco Scotiabank	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.

Grupo Mutual Alajuela	Envío: ¢200.000 diarios	Recepción de montos superiores a ¢2.000.000 se cobra 0.5 % del exceso.
Mucap	Envío: ¢250.000 diarios. Envío mediante SMS ¢150.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales	Sin costo
Asociación Solidarista de Empleados de la CCSS-ASECCSS	Envíos: ¢200.000 diarios	¢500 por cada transacción en montos superiores a ¢150.000.
Caja Ande	Envío: ¢300.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Sin costo
Coocique	Sin límite	Envíos superiores a ¢200.000 se cobra el 1 % sobre el excedente.
Coopealianza	Envío: ¢200.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Coopeande N° 1	Sin límites.	Montos superiores a ¢100.000 se cobra ¢500 por cada transacción.
Coopecaja	Envío: ¢200.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Coopevegra	Envío: ¢200.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Coope San Marcos	Envío: ¢200.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Montos superiores a ¢100.000 se cobra ¢1.000 por cada transacción.
Coopebanpo	Envío: ¢300.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Montos superiores a ¢100.000 se cobra \$1,5 por cada transacción.
Coopedetallista	Sin límites.	Envíos de montos superiores a ¢100.000 se cobra ¢1.556 por cada transacción. Recepción de montos superiores a ¢2.000.000 se cobra el 0.25 % del exceso recibido.
Coopegreca	Envío: ¢200.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Coopejudicial	Envío: ¢100.000 diarios. Recepción: ¢2.000.000 mensuales.	Sin costo.

Coopemédicos	Envío: ₡200.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Coopenae	Envío: ₡9.000.000 diarios. Recepción: ₡15.000.000 mensuales.	Envíos superiores a ₡9.000.000 se cobra ₡500 por cada transacción.
Coopeservidores	Envío: ₡1.000.000. Recepción: ₡10.000.000 mensuales	Envíos superiores a ₡200.000 se cobra ₡500 por cada transacción.
Credecoop	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡5.000.000 mensuales.	Envíos superiores a ₡100.000 se cobra 1 % sobre el exceso. Recepción de montos superiores a ₡2.000.000 se cobra el 1 % sobre el exceso.
Remesas Instantáneas	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Teledólar	Envío: ₡300.000 diarios. Recepción: ₡3.000.000 mensuales.	Envíos superiores a ₡200.000 se cobra 1 % sobre el excedente. Recepción de montos superiores a ₡2.000.000 se cobra el 1.75 % sobre el exceso.
Coope San Ramón	Envío: ₡100.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.
Coopelecheros	Sin límites	Envíos superiores a ₡100.000 se cobra 1 % sobre el excedente
CoopeMep	Envío: ₡200.000 diarios. Recepción: ₡4.000.000 mensuales.	Sin costo.
Financiera Gente	Envío: ₡1.625.000 diarios. Recepción: ₡2.000.000 mensuales.	Sin costo.

Fuente: Datos suministrados por el Banco Central de Costa Rica (2022).

La información presente en la tabla anterior puede modificarse según los intereses de las instituciones financieras, por ende, es importante confirmar las condiciones que ofrecen estas entidades. Poseer una cuenta bancaria en colones es indispensable para la solicitud del servicio, por lo tanto, es necesario conocer los requisitos para la apertura de una. Las instituciones financieras suelen solicitar los siguientes documentos:

- Documento de identificación. Como pasaporte vigente, licencia de conducir, carné laboral o cédula de identidad.
- Documento donde se indique la procedencia de los fondos como una certificación emitida por un contador público autorizado (CPA).
- Copia de recibos de servicios públicos.
- Documento de solicitud de la cuenta.
- Documento que verifique el domicilio actual.
- Depósito inicial, el cual varía entre entidades financieras.

La lista anterior enumera los requisitos más básicos, no obstante, las instituciones financieras pueden solicitar otros documentos de acuerdo con las características del interesado.

### **Descripción del procedimiento de implementación de Sinpe Móvil**

Una vez identificados los factores y requisitos que influyen en la adopción de Sinpe Móvil se describe el trámite por el cual los negocios inician la implementación del servicio.

**Paso 1. Enumerar las ventajas y desventajas de Sinpe Móvil para el negocio.** Un emprendedor debe ser capaz de identificar los beneficios que puede aportar Sinpe Móvil al negocio que administra. Entre las ventajas que posee el servicio se encuentran:

- La facilidad para operar el servicio, la plataforma puede usarse mediante las aplicaciones diseñadas por las entidades o por medio de mensajes SMS.
- La inmediatez de las transacciones, el servicio realiza los movimientos bancarios con fluidez.
- No tiene costos para las transacciones menores a ₡100.000, mientras que los movimientos mayores están sujetos a las condiciones establecidas por la entidad que brinda el servicio.
- No paga impuestos asociados con el servicio. Al presente año 2022, el país no cuenta con un mecanismo que imponga el pago de un tributo por el uso de Sinpe Móvil.

- Control de la cuenta vinculada con el servicio. Este punto facilita la contabilidad de la empresa al mostrar los movimientos realizados mediante la herramienta.
- Permite las transacciones a distancia, para un negocio de venta en línea representa una forma de pago conveniente al no necesitar la presencia del cliente para cancelar las transacciones.
- Presenta una alternativa a los clientes para realizar el pago, lo que mejora la experiencia de compra.
- La inscripción no tiene costo y es inmediata. Para realizar la vinculación al servicio se puede llevar a cabo mediante tres medios, ya sea presencial o vía Internet.

Los emprendedores deben estar al tanto de las desventajas que pueden encontrar al implementar Sinpe Móvil en el comercio. Los siguientes son algunos de los inconvenientes que se pueden asociar a esta herramienta:

- Los costos de mantenimiento de la cuenta bancaria. El mantener activa una cuenta tiene un costo determinado por la entidad financiera que ofrece el servicio, por lo que puede ser una dificultad para aquellos negocios con bajos ingresos.
- Según el valor de las transacciones y las condiciones que aplica la entidad que brinda el servicio los costos de realizar las transferencias pueden ser significativos.
- A pesar de las medidas tomadas por las entidades financieras existe un riesgo de estafa o robo asociado con Sinpe Móvil.
- La necesidad de capacitar al personal para ser capaz de orientar a los clientes con respecto al servicio.
- Tiene limitaciones en las transferencias que puede realizar, ya sea recibiendo o mediante transacciones.
- Una línea móvil solo puede vincularse a una única cuenta bancaria.
- El uso del servicio mediante SMS no es gratuito (se cobra el valor del mensaje).

- Necesita de una cuenta bancaria, la cual puede tardar varios días en activarse, por ejemplo, en el Banco de Costa Rica el trámite dura aproximadamente tres días en la Gran Área Metropolitana (GAM) y cinco en el resto del territorio nacional.
- En caso de error al realizar un envío de saldo, las entidades financieras no se hacen responsables ni tienen mecanismos que impidan la transacción.

Al momento de decidir si implementar Sinpe Móvil, los empresarios deben comparar los beneficios que aporta la plataforma con los problemas que pueden asociarse a esta, de tal forma que puedan tener un juicio claro de la situación del servicio en el negocio.

**Paso 2. Definir la compatibilidad de Sinpe Móvil con el negocio.** Para realizar este paso, los comerciantes deben analizar los distintos factores que intervienen en el uso de Sinpe Móvil en el local. El primer elemento por considerar son los clientes, debido a que estos representan los mayores usuarios del servicio, por esto, los comerciantes deben llevar a cabo las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes visitan el local?
- ¿Cuál es el valor de las transacciones realizadas?
- ¿Los clientes tienen la capacidad para utilizar el servicio?
- ¿Están dispuestos los visitantes a utilizar Sinpe Móvil?

El segundo elemento son los proveedores. Pese a que el servicio se relaciona principalmente con transacciones cliente-comercio, la plataforma es una herramienta con la cual se pueden cancelar los gastos derivados de la compra de inventario o realizar el pago de los servicios necesarios para operar. El análisis debe centrarse en la aceptación de Sinpe Móvil que tenga el proveedor y el valor de las transacciones que se llevan a cabo.

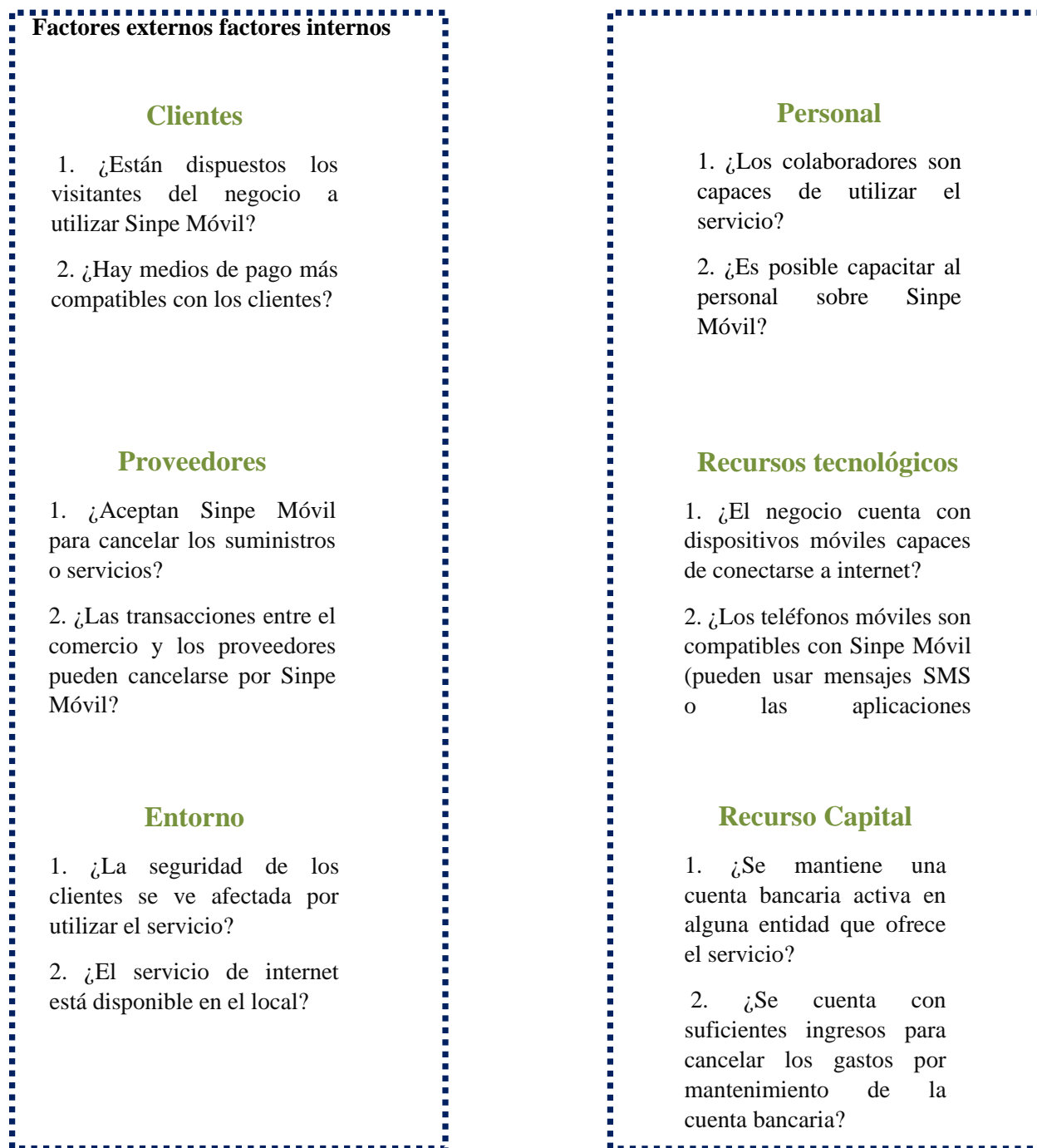
El entorno donde se desarrolla el negocio representa el tercer factor por observar. Para esto, los comerciantes deben cuestionarse si el ambiente comercial es propicio para el uso del servicio, por ejemplo, una zona destinada a la venta de productos de lujo no es compatible con Sinpe Móvil, al ser este último un medio desarrollado para pagos de montos bajos.

Los siguientes elementos por estudiar son los internos, los cuales son aspectos en los que un comercio puede intervenir directamente. En la implementación de Sinpe Móvil se toma en cuenta el personal, los recursos tecnológicos y el recurso capital.

Las personas colaboradoras del local deben ser capaces de utilizar el servicio y, al mismo tiempo, aclarar las dudas de los clientes. En caso de no tener esta cualidad, el personal debe estar dispuesto a recibir una capacitación que cubra este aspecto.

La posesión de dispositivos móviles capaces de utilizar el servicio Sinpe Móvil corresponde al siguiente elemento por inspeccionar. La posesión de estos dispositivos permite a los trabajadores verificar las transacciones que se reciben o realizan, mientras que el recurso capital permite mantener abierta la cuenta bancaria vinculada con el servicio y costos de mensajería que se generan al usar el servicio por medio de un mensaje SMS.

Con el objetivo de orientar a los emprendedores que previamente han comprobado los riesgos del servicio en el negocio se presentan los principales factores que pueden afectar la implementación de Sinpe Móvil como medio de pago. Para esto, se muestran las principales consultas que debe realizar el administrador para determinar la compatibilidad del servicio con el local.



*Figura 3*

Compatibilidad de Sinpe Móvil y un negocio

**Paso 3. Seleccionar la entidad financiera.** Al momento de realizar este trabajo, el país

cuenta con 35 instituciones financieras que disponen del servicio Sinpe Móvil. Pese a que en un principio la herramienta contaba con una limitación en los montos de envío y recepción de saldo, las entidades ofrecen distintas condiciones a sus suscriptores para facilitar las transacciones.

Al considerar el punto anterior es necesario comparar las limitaciones que ofrecen estas instituciones para identificar la opción más adecuada al negocio, tomando en cuenta el valor de las transacciones propias del local, la accesibilidad a la entidad, los requerimientos para la apertura de una cuenta en colones y la calidad de los servicios ofrecidos.

De igual manera, el servicio puede utilizarse mediante tres sistemas: Banca SMS, Internet Banking y Banca Móvil, sin embargo, no todas las instituciones disponen de estos medios. El sistema Internet Banking se encuentra disponible en 31 de las entidades, a excepción de Coopeande N° 1, Teledólar, Coopelecheros y Financiera Gente. La Banca Móvil no opera en seis instituciones, las cuales son: Banco BCT, Banco Promérica, Banco Lafise, Caja de Ande, Coope San Ramón y Coopelecheros, mientras el sistema con menor disponibilidad es la Banca SMS, la cual no se ofrece en las siguientes entidades: Financiera Gente, CoopeMep, Coope San Ramón, Teledólar, Remesas Instantáneas, Coopeservidores, Coopemédicos, Coopejudicial, Coopegreca, Coopetalliestas, Coopebanpo, Coope San Marcos, Coopevegra, Coopeande N° 1, Coocique, Asociación Solidarista de Empleados de la CCSS-ASECCSS, Banco Scotiabank, Banco Cathay, Banco Popular y de Desarrollo Comunal y Coopeamistad.

**Paso 4. Afiliación al servicio Sinpe Móvil.** La afiliación al servicio está disponible por distintos medios dependientes de la entidad financiera a la cual se desee vincular el teléfono móvil. Estos sistemas son Internet Banking, Banca Móvil y ventanilla.

El sistema Internet Banking consiste en una herramienta disponible en la página *web* de cada entidad financiera, la afiliación al servicio se puede realizar desde cualquier dispositivo con conexión a Internet siempre que se posea una cuenta en la institución y se halla creado un usuario en la página. No obstante, existe una alerta a esta herramienta debido a la clonación de páginas *web* por parte de estafadores. Para evitar este problema se recomienda no utilizar un buscador para ingresar al portal, en cambio, digitar directamente el sitio por visitar.

La Banca Móvil son las aplicaciones que desarrollaron las instituciones financieras, las cuales están disponibles las 24 horas todos los días del año. Según la entidad estos pueden ofrecer los

servicios de afiliación, consulta de saldos y movimientos, cambios en los montos máximos y desafiliación. Su principal desventaja es la necesidad de instalar la aplicación en el dispositivo móvil, la cual utiliza parte de la memoria disponible.

La afiliación mediante el uso de las ventanillas permite a los interesados realizar consultas sobre el servicio, las cuales pueden no estar disponibles por otros medios. No obstante, este sistema se ve afectado por los horarios de atención de cada entidad y la cantidad de usuarios presentes en el momento de llevar a cabo un trámite. En la Tabla 4 se muestran los sistemas de afiliación disponibles en cada institución bancaria.

Tabla 4

*Sistemas de afiliación a Sinpe Móvil disponibles en 2022*

Entidad financiera	Internet Banking	Banca Móvil	Ventanilla
Banco de Costa Rica	✓	x	x
Banco Nacional	✓	✓	✓
Coopeamistad	x	✓	✓
Banco Popular y de Desarrollo Comunal	x	✓	x
Bac San José	✓	x	✓
Banco BCT	✓	x	x
Banco Cathay	✓	x	✓
Banco Davivienda	✓	x	✓
Banco Lafise	✓	x	✓
Banco Promérica	✓	x	x
Banco Scotiabank	✓	✓	x
Grupo Mutual	✓	x	✓
Mucap	✓	✓	✓

Asociación Solidarista de Empleados de la CCSS- ASECCSS	✓	x	x
Caja Ande	✓	✓	✓
Coocique	✓	✓	✓
Coopealianza	✓	x	✓
Coopeande N° 1	x	✓	x
Coopecaja	x	✓	✓
Coopevegra	x	✓	✓
Coope San Marcos	✓	✓	x
Coopebanpo	x	✓	x
Coopegrecia	✓	✓	✓
Coopejudicial	x	✓	x
Coopemédicos	x	✓	✓
Coopenae	x	✓	✓
Coopeservidores	✓	✓	✓
Credecoop	✓	✓	✓
Remesas Instantáneas	✓	✓	x
Teledólar	x	✓	x
Coope San Ramón	✓	x	✓
Coopelecheros	x	x	✓
CoopeMep	✓	✓	✓
Financiera Gente	x	✓	x

Fuente: Gamboa, con base en los datos suministrados por el Banco Central de Costa Rica (2022).

Debido a la continua aceptación que ha recibido el servicio en el país es posible que nuevas instituciones financieras se unan a la plataforma Sinpe o que las entidades actuales cambien la forma en la que ofrecen el servicio. Por lo tanto, es indispensable verificar la información de estas compañías antes de afiliarse. A continuación, se presenta los pasos para implementar Sinpe Móvil como medio de pago para un comercio de atención directa al público.

## **Decidir si implementa o no el servicio.**

Tomando en cuenta las ventajas y desventajas de la plataforma se debe decidir si Sinpe Móvil es conveniente o no para el negocio.



3

## **Seleccionar la entidad financiera.**

Al realizar este paso es importante identificar aquella institución que sea más compatible con las necesidades del comercio.



2

## **Definir la compatibilidad.**

Analizar los factores que pueden influir en la incorporación del servicio. Se debe identificar si este es adaptable al local.



4

## **Realizar la afiliación.**

Para ello se debe elegir el método que se considere más confiable, teniendo en cuenta las ventajas y desventajas de cada uno.



*Figura 4*

Pasos para la implementación de Sinpe Móvil en un comercio

## REFERENCIAS

- Asamblea Legislativa. (2016a, 14 de diciembre). *Ley n.º 9416. Ley para mejorar la lucha contra el fraude fiscal*. [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=83186&nValor3=106701&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=83186&nValor3=106701&strTipM=TC)
- Asamblea Legislativa. (2016b, 14 de diciembre). *Artículo 85-BIS*. [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_articulo.aspx?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=6530&nValor3=119739&nValor5=209838#:~:text=%C2%B0%209416%2C%20Ley%20para%20Mejorar,establecido%20en%20el%20art%C3%ADculo%2092.](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_articulo.aspx?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=6530&nValor3=119739&nValor5=209838#:~:text=%C2%B0%209416%2C%20Ley%20para%20Mejorar,establecido%20en%20el%20art%C3%ADculo%2092.)
- Banco Central de Costa Rica (BCCR). (s. f.). *Sinpe Móvil*. <https://www.bccr.fi.cr/sistema-de-pagos/servicios-brindados-a-clientes/sinpe-m%C3%B3vil>
- BBVA. (2018). *Educación financiera: tarjetas de crédito: funcionamiento y definición*. <https://www.bbva.com/es/tarjetas-de-credito-funcionamiento-y-definicion/>
- Cusco, J. (2019). *El dinero electrónico*. Análisis comparativo de brechas competitivas del sistema público y privado. periodo 2012-2018 (Tesis para optar por el título de economista). Universidad de Guayaquil. Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/50498>
- Del Real, J. (2018, 21 de enero). *Medio de pago*. Consumoteca.com. <https://www.consumoteca.com/economia-familiar/medio-de-pago/>
- Evaluando ERP. (2022). *Qué son los pagos mediante dispositivos móviles*. <https://www.evaluardoerp.com/los-pagos-mediante-dispositivos-moviles/>
- He, J. (2021). *Estrategia de mercadeo digital para el Supermercado Los Pinos que permita enfrentar los cambios en el comportamiento de compra de los consumidores producto del COVID-19*. (Tesis para optar por el grado de bachillerato en administración de empresas). Instituto Tecnológico de Costa Rica. Costa Rica.

<https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/13336>

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1.<sup>a</sup> ed.). Editorial McGraw-Hill Education.

Montoya, J. (s. f.). *Economía información: definición del concepto, características, ejemplos, causas, consecuencias y problemas*. Actividades económicas. <https://www.actividadeseconomicas.org/2018/08/economia-informal.html?showComment=1645997955590#c7595108782027921981>

Mora, D. (2021). *Estudio de satisfacción del cliente para la pyme Jugos Vitality (Tesina para optar por el grado de bachillerato en administración de empresas)*. Instituto Tecnológico de Costa Rica. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/13337>

Niño, V. (2019). *Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe*. (2.<sup>a</sup> ed.). Ediciones de la, U.

Plaza, M. (2018). *Análisis del sistema de billetera móvil como alternativa al sector no bancario de Guayaquil, 2016* (Tesis para optar por el título de ingeniera en gestión empresarial). Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/29666>

Quihui, J. (2021). *BIMO (Billetera Móvil), un medio de pago-cobro como alternativa para promover la inclusión financiera en el Ecuador* (Tesis para obtener título de economista). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/19240>

Revista Industria&Negocios. (2021). *Comercio formal y su lucha ante el contrabando*. <https://revistaindustria.com/2021/05/el-comercio-formal-y-su-lucha-ante-el-contrabando/>

Rojas, M. (2021, 20 de octubre). *Cuídese de las estafas al usar Sinpe Móvil*. Sinart Costa Rica Medios. <https://costaricamedios.cr/envitrina/sinpemovil>

Sánchez, J. (2018). *Definición de efectivo*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/efectivo.html>

Sy Corvo, H. (2021, 14 de abril). *Factores internos y externos de una empresa*. Liferder.  
<https://www.liferder.com/factores-internos-externos-empresa/>

Ulate, I. y Vargas, E. (2018). *Metodología para elaborar una tesis*. UNED

Umaña, P. (2021, 17 de diciembre). Sinpe Móvil transfirió el 10 % del PIB de Costa Rica, repartido en millones de pequeños pagos. *El Financiero*. <https://www.elfinancierocr.com/finanzas/sinpe-movil-transfiro-el-10-del-pib-de-costa-rica/BDJAIJZHIVB3ZN4X5CREB-DEBYA/story/>

Universidad de Guadalajara. (s. f.). *Clasificación general de las fuentes de información*.  
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/clasificacion-general-de-las-fuentes-de-informacion>

## ANEXOS

### Anexo 1. Instrumento de evaluación

Estimado señor(a):

La presente entrevista forma parte del proceso de tesina, el cual estoy cursando para obtener el título de bachiller en contaduría pública en la Universidad Internacional de las Américas. El proyecto se realiza con el tema: Análisis del uso de Sinpe Móvil en los comercios de San Juan de Dios, durante el último cuatrimestre del año 2021.

De antemano se le agradece su colaboración y se asegura la total confidencialidad de los datos aportados en la presente entrevista.

Instrucciones.

En las preguntas de opción múltiple marque con x sobre una de las opciones disponibles.

En las preguntas con puntuación de 0 a 4 marque con x de acuerdo con el siguiente cuadro donde 0 indica que usted está totalmente en desacuerdo y 4 Totalmente de acuerdo.

0	1	2	3	4
Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Datos de identificación.

1. ¿A qué se dedica el negocio?.

---

2. ¿El negocio cumple con las obligaciones tributarias y de seguridad social de Costa Rica?

- a) Sí.
- b) No.

3. ¿Cuánta antigüedad tiene el negocio desde que inició operaciones de manera formal?

- a) Menos de 6 meses.

- b) Más de 6 meses, menos de 1 año.
- c) Más de 1 año, menos de 2 años.
- d) Más de 2 años.

4. ¿Cuántos empleados tiene el negocio?

- a) 1-5.
- b) 6-30.
- c) 31-100.

5. ¿Cuántos clientes recibe por semana?

- a) Menos de 15 clientes.
- b) Más de 15, pero menos de 30.
- c) Más de 30, pero menos de 50.
- d) Más de 50 clientes.

6. ¿Cuáles medios de pago se aceptan en el negocio?

- a) Solo efectivo.
- b) Efectivo y tarjetas.
- c) Efectivo y Sinpe Móvil.
- d) Efectivo, tarjetas y Sinpe Móvil.

7. ¿Cuál medio de pago es el que más utilizan sus clientes?

- a) Efectivo.
- b) Tarjetas.
- c) Sinpe Móvil.
- d) Otro.

8. ¿Cuál es el medio de pago menos utilizado por sus clientes?

- a) Efectivo.
- b) Tarjetas.
- c) Sinpe Móvil.
- d) Otro.

9. ¿Con frecuencia los clientes preguntan sobre el uso de Sinpe Móvil como medio de pago?

0	1	2	3	4
---	---	---	---	---

10. El uso de Sinpe Móvil como medio de pago aumentó en los últimos años.

0	1	2	3	4
---	---	---	---	---

11. Sinpe Móvil es un servicio poco utilizado como medio de pago por los clientes.

- a) Sí.
- b) No.
- c) Sin opinión.

12. ¿A cuál generación pertenece la mayoría de los usuarios de Sinpe Móvil?

- a) Generación Z
- b) Generación Y
- c) Generación X
- d) No hay distinción por generación.

13. ¿Los usuarios de Sinpe Móvil en su mayoría son?

- a) Mujeres.
- b) Hombres.
- c) No hay género predominante.

14. ¿Los usuarios de Sinpe Móvil utilizan el servicio en transacciones menores a ₡100.000 en su comercio?

- a) Sí.
- b) No.

15. Sinpe Móvil es más seguro que usar efectivo.

0	1	2	3	4
---	---	---	---	---

16. Sinpe Móvil es más seguro que usar tarjetas de crédito o débito.

0	1	2	3	4
---	---	---	---	---

17. Considera a Sinpe Móvil un medio de pago seguro.

- a) Sí.
- b) No.

18. ¿Cualquier teléfono móvil puede vincularse al servicio Sinpe Móvil?

- a) Sí, cualquier teléfono móvil puede vincularse.
- b) No, solo los modelos capaces de utilizar las aplicaciones necesarias.
- c) Sin opinión.

19. ¿Sinpe Móvil es un servicio fácil de utilizar para cualquier persona?

- a) Sí, cualquier persona puede usarlo.
- b) No, es difícil de usar para personas no acostumbradas a la tecnología.
- c) Sin opinión.

20. ¿Hay variedad de entidades que ofrecen el servicio de Sinpe Móvil?

- a) Sí.
- b) No.

21. ¿Sinpe Móvil se puede usar en variedad de comercios?

- a) Sí, en este momento está disponible en la mayoría de los negocios.
- b) No, una parte de los comercios no han implementado el servicio.

22. ¿Sinpe Móvil es un servicio disponible en la mayor parte del territorio costarricense?

- a) Sí.
- b) No.
- c) Sin opinión.

23. ¿Las transferencias de saldo por medio de Sinpe Móvil son inmediatas?

- a) Sí.
- b) No.